

Nos-talgija po ljubljansko: spominjanje in (pre)obliko- vanje mesta v poznem kapitalizmu

BLAŽ BAJIČ

PROLOG: OD ČUTNEGA URBANIZMA DO URBANIH OBČUTIJ

Dandanes, ko je govor o dosedanem razvoju mest, pogosto slišimo (tudi) naslednji dve kritiki: da se urbani prostor pretirano in neupravičeno obravnava kot prostor varnostnih tveganj ter da so prevladujoči arhitekturni in urbanistični pristopi čutno osiromašili urbane prostore. Arhitektu Mirku Zardiniju (2016) je ti dve kritiki, četudi nista nujno medsebojno povezani, uspelo prav umetelno združiti. Zardini ugotavlja, da so – po eni strani – urbani prostori postali prostori regulacije. Tehnike regulacije pa tudi urbanizem sam po sebi predpostavljajo in spodbujajo vizualno dojemanje mesta. Po drugi strani Zardini trdi, da je prav ta(kšen) pristop močno zanemaril nevizualne značilnosti urbanega prostora. Toda navkljub »nenehni eroziji čutne sfere«, piše Zardini (2016: 146), »so se vonjavne in slušne razlike, ne glede na njihovo

neotipljivost, izkazale za zelo odporne«. Mesta ohranjajo njim lastne vonjavne in zvočne geografije, teksture in reliefnosti, ki v medsebojnem prepletanju ustvarjajo individualne značaje in atmosfere. To pa so tudi plati urbanih prostorov in človeške izkušnje v njeni telesni, čutni in afektivni razsežnosti, na katero bi se po Zardiniju morale osredotočiti discipline, kot so urbanizem, arhitektura, oblikovanje in umetnost. Zardini si za iztočnico ni vzel le izbranih prizadevanj svojih predhodnikov v naštetih disciplinah (med drugim izpostavi dela Jane Jacobs, Kevin A. Lyncha, Christiana Norberg-Schulza in Williama H. Whyta), ki so bila posvečena »življenju čutov«, temveč tudi – in to je že samo po sebi povedno – dosežke sodobnega »čutnega trženja, izkustvene ekonomije in prakse veččutnega oblikovanja« (Zardini 2016: 148) ter pozval k »čutnemu urbanizmu«, tj. urbanizmu, ki bi mesto razvijal tako, da bi razvajal vse čute.¹ Poleg tega bi »čutni urbanizem« zasledoval ideal »mesta kot kraja družabnosti, sožitja in udobja« (Zardini 2016: 150). Z drugimi besedami: tisto, k čemur je pozval Zardini, ni zgolj vizualna, ampak avditorna, olfaktorna, taktilna in gustatorna – celostnejša in temeljitejša (!) – estetizacija mesta in vsakdanjega življenja. Pozval je, če uporabim koncept Kanishka Goonewardene (2005), k produkciji novih »urbanih občutij« (*urban sensorium*).

S pomočjo tega koncepta je Goonewardena (2005: 55) pretresal vrzel med strukturami poznega kapitalizma in našo vsakdanjo zavestjo teh ter njeno ujemanje z vrzeljo med strukturami mestnega prostora in našimi neposrednimi izkušnjami mesta. Po Goonewardeni med strukturnim in izkustvenim posreduje ideologija, ki je tudi sama posredovana prostorsko. Terryju Eagletonu (1990) sledeč, Goonewardena emfatično zapiše:

[...] da bi bila učinkovita, mora biti ideologija tudi afektivna, se pravi *estetska*. Pri ideologiji gre seveda za »ideje« – za svetovni nazor, kozmologijo, za »predstavljanje imaginarnega razmerja med individualnimi in njihovimi realnimi eksistenčnimi razmerami« (Althusser) [...] – vendar ne bi bila nič od naštetega, če ne bi bila obenem tudi *estetska*, če se spomnimo, kaj je ta ključni koncept sprva označeval: *področje čutov*. Ideje brez čutnega – občutkov, afekcij, strasti in podobnega – ne delujejo ravno dobro *kot* ideologija (Goonewardena 2005: 47; izvorni poudarki).

Če strnem: potem ko Goonewardena rehabilitira »estetiko« v njenem prvotnem, Baumgartnovem pomenu, pokaže, da urbana

1 Zardini okusa ne obravnava posebej. Toda če ugibamo, da mesto čutnega urbanizma ponuja tudi dobre restavracije, se najbrž ne bomo zmotili.

občutja, tj. občutja urbanih prostorov, za katera se zdi, da izhajajo iz urbanih prostorov samih, predstavljajo – na nujno popačen način – strukturo urbanega prostora in dinamiko poznega kapitalizma kot takega. »Nauk« Goonewardene je preprost (in se lepo ujema s tezami Louisa Althusserja [2008] o interpelaciji individuumov v subjekte in o materialni eksistenci ideologije): preučevati urbana občutja in prostore, v katerih se ta vzpostavljajo, v zadnji instanci pomeni preučevati ideologijo.

S stališča pravkar navedenega »nauka« se predlogi, kakršen je Zardinijev, vsaj na prvi pogled zdijo brezupno ideološki. K vprašanju ideološkosti čutnega urbanizma se bom na kratko vrnil v epilogu, na tem mestu pa se bom očitane problematike lotil nekoliko drugače, in sicer etnografsko, z opisom – četudi delnim in proizvedenim s specifičnega stališča enega od čutov – vonja. Če gre verjeti Zardiniju, je bil ta v običajnih urbanističnih pristopih izrazito zapostavljen. Opis, ki ga podajam spodaj, temelji na terenskem delu v Ljubljani, mestu, katerega nedavni razvoj ni osnovan na pristopih, ki urbani prostor domnevno čutno siromašijo, temveč – ravno nasprotno – na ideji čutnega urbanizma.

DOBRODOŠLI V NAJLEPŠEM MESTU NA SVETU

V svoji viziji mesta Ljubljane kot turistične destinacije – cilja, ki ga v zadnjem času občina sama ali v obliki t. i. javno-zasebnih partnerstev zasleduje ob marsikaterem posegu v urbani prostor, sploh v središču mesta – je občina razglasila, da mora Ljubljana postati »mesto za aktivna in romantična doživetja[, ki] nudi doživljanje mesta z vsemi čuti, nudi doživetje prijetnega sproščenega mesta, mesta zanimive arhitekture, glasbe, plesa, kulinarike, varnega in urejenega okolja in mesta za druženje s prijatelji in znanci« (Strategija 2014–2020: 44). Res je, da občina ni naredila prav veliko »potez«, ki bi jih lahko razumeli kot del strategije sintetiziranja ali označevanja vonjav (Rodaway 1994: 150–152; Henshaw 2014: 143–220), tj. ukrepov, ki bi vključevali izdelavo novih vonjav oziroma načrtnega dodajanja kulturno zaželenih vonjav, s katerimi bi neposredno upravljala vonjave v Ljubljani oziroma kultivirala »vonj Ljubljane«. Ukrepi, ki so v svojem bistvu higienični in kot taki tudi opravičevani, takšni, ki ustrezajo strategiji očiščenja oziroma deodorizacije, pa so bili številni: zabojnike za smeti so prestavili pod nivo cestišča in jih zaklenili, v mestnem središču so močno omejili rabo avtomobilov, posodobili so vozni park javnega prometa, postavili

so več javnih stranišč, mestno jedro so začeli čistiti redneje in temeljiteje, obnovili so kanalizacijo in postavili več čistilnih naprav. Poleg naštetega so k »očiščenju« vonjav pripomogli procesi, ki so se zgodili »slučajno«, postopno, v daljšem časovnem obdobju, denimo deindustrializacija mesta in območja gorvodno ob Ljubljani, v katero so se odvajale industrijske odpadne vode.

Navedene posege je treba razumeti v kontekstu splošnega preoblikovanja prostora, t. i. revitalizacije mesta, ki se je pospešila pod sedanjim županom, ki je na oblasti že petnajsto leto, županom, ki je postal znan (tudi) po tem, da nikoli ne zamudi priložnosti, da poudari, da je Ljubljana najlepše mesto na svetu – in da postaja še lepša. Več ulic je bilo ponovno tlakovanih z gladkimi granitnimi kockami ali betonskimi ploščami, posekali so številna drevesa, vzdolž nabrežij Ljubljane so zgradili standardizirane sprehajalne poti, jim dodali razgledne »terase«, ki se raztezajo nad gladino reke, zgradili so več novih mostov, obnovili številne stavbe (ali vsaj njihove fasade), postavljenih je bilo več javnih plastik. Ob navedenem ne smemo pozabiti na nekatere bolj prehodne prvine urbanega prostora, kot so ponavljajoče se svetlobne instalacije (od dekorativno-umetniških posegov do svetlobnih oglašnih panojev), s strani občine »kurirana« zvočna podlaga (od uličnih glasbenikov do posnete glasbe, ki jo predvajajo v gostinskih lokalih in trgovinah ter pred njimi), do nedavnega nezamisljiv razmah butičnih trgovin, hotelov, restavracij in kavarn (med katerimi so tudi takšne, ki svojo ponudbo predstavljajo s pouličnimi degustacijami), najrazličnejših, vsaj na videz *bottom-up* posegov v prostor »taktično-urbanističnih« iniciativ (Lydon in Garcia 2015; cf. Poljak Istenič 2019), množitev kulinarčnih in umetniškoobrtnih festivalov (Bajič 2015). Mnóštvo domnevno »gverilskih« posegov v prostor naj bi izkazovalo urbanistično demokratizacijo in demokratizacijo načinov življenja (Bajič 2017).

Tako ni nenavadno, da po ulicah in trgih veje vonj »pristne«, »avtentične«, »lokalne« hrane in pijače.² Skupni imenovalc našte-

2 Nad vonjavami, ki jih je danes moč zaznati v Ljubljani, niso vsi navdušeni. Nedavno so v zvezi s t. i. kulinarčno tržnico *Odrpto kuhno* poročali, da vonjave hrane, ki jo v okviru omenjene prireditve pripravljajo in prodajajo na Pogačarjevem trgu, motijo nekatere prebivalce in prebivalke mesta. Po besedah natakariče v eni izmed tamkajšnjih kavarn, vonjave motijo »predvsem dame, meščanke, ki ne želijo, da se njihova obleka navleče vonja po hrani«, medtem ko so tam zaposleni različne vonje že sprejeli (Levičnik 2019). Avtorica prispevka o težavah z vonjavami v mestnem središču poročilo sklene s komentarjem, da »odlično pripravljena hrana«, ki je v okviru *Odrpte kuhne* ne prodajo in jo predajo »družinam v stiski«, tem »prav gotovo ne smrdi«. Mimogrede omenimo, da ta, čeprav miniaturni primer, lepo nakazuje, da se »jasna razlika med dezodoriziranim meščanstvom in smrdječimi množicami« (Corbin 1986: 55) očitno uspešno reproducira.

tih prostorskih posegov je namera, da bi mestno središče postalo barvit in igriv, a urejen in miren kraj, kjer pravljичno in resnično, preteklo in sedanje, neobičajno in domače sovpadajo. Ponovno »oživljeni«, »čisti« prostori vabijo z »dobro premišljeno kombinacijo arhitekture, umetnosti, obrti, zvoka pa tudi vonja«, kot je Stephen Fjellman zapisal v svoji obravnavi ne Ljubljane, temveč zabavišnega parka *Disney World* (v Low 2009: 158), in skupaj z dinamiko poznega kapitalizma, ki podpira tovrstne prostore, ustvarjajo pogoje za možnost izkušenj in »doživetij«, kakršne bom obravnaval v nadaljevanju.

Sočasno s procesom »očiščevanja« starega mestnega jedra, ki je bilo pred približno dvajsetimi, petindvajsetimi leti razmeroma znamenarjeno in je zaudarjalo po plesni in urinu, kot je dejalo več sodelujočih na čutnobiografskih sprehodih (o teh več v nadaljevanju) in kot se (precej medlo) spominjam tudi sam, je potekal proces uvajanja »olfaktornih simulakrov«, vonjav, ki kot »aranžiran tvorec fantazije [in fantazme],³ delujejo [kot] sredstvo pridobivanja in ustvarjanja telesa, identitete, sveta, od katerega smo že bili nepreklicno odtujeni« (Classen, Howes in Synnott 2003: 205; primerjaj Baudrillard 1995, Howes 2005; Henshaw 2014; Henshaw idr. 2018). Mesto so z olfaktornimi simulakri večinoma oskrbovala (in ga še zmeraj) zasebna podjetja, ki so se pri svojem poslovanju v prvi vrsti osredotočala na turiste (in lokalne prebivalce, ki delujejo kot turisti), pri čemer so vseskozi spontano, bolj ali manj zvesto, sledila turističnorazvojni paradigmi »aktivne mestne romantike«. Ta paradigma – s končnim ciljem povečanja

Če torej vonjave *Odprte kuhne* meščankam povzročajo težave v toplejšem delu leta, pa tudi hladnejši najbrž ne prinaša zelenega predaha. Prireditev *Veseli december* na primer poskrbi, da se, »[s] prazničnih stojnic [...] ob kuhanem vinu, cimetu in praženih mandljih širi vonj tudi po nekoliko bolj konkretni jedači, kot so na primer hrenovke, kranjske klobase in pleskavice, za bolj sladkosnede pa na Cankarjevem nabrežju, kjer so stojnice najbolj strnjene, pečejo tudi cesarski praženec in mini palačinke« (Rokacev 2016).

V luči pravkar zapisanega velja »danes«, iz uvodne povedi te opombe, kvalificirati: vonjave, ki jih je moč zaznati, se med letom spreminjajo, njihove jakosti pa nihajo zaradi vpliva različnih, na prvi pogled morda nepomembnih dejavnikov, kot je vreme. Vonjave, skratka, so vpete v dnevne, tedenske, mesečne in letne cikle potrošnje, turizma, vremena in letnih časov itn., pri čemer so nekatere za zmeraj, vsaj zdi se tako, postale stvar preteklosti. Ob tem pa velja omeniti, da naravnih vonjav – v mislih imam denimo vonj cvetočih rastlin – sprehajalci in sprehajalke vsaj v središču Ljubljane niso omenjali.

3 V angleškem izvirniku Constance Classen, David Howes in Anthony Synnott uporabijo izraz »fantasy«, ki v običajnem pomenu te besede pomeni »fantazijo«: torej nekaj, kar je vezano na »preprosto« domišljijo, na nekaj izmišljenega. Vendar lahko »fantasy« prevajamo tudi kot »fantazmo«, torej psihoanalitski koncept, ki označuje poskus prikrivanja neznosnosti želje Drugega. Ker nobena fantazma ni možna brez fantazije in ker vsaka fantazija vključuje moment fantazme, sem se v svojem prevodu termina odločil dodati tudi »psihoanalitski prevod« in poanto, ki je Constance Classen, David Howes in Anthony Synnott niso nameravali poudariti, pa so jo kljub temu izrekli. Potreba po tem, »dvojnem« razumevanju pojma »fantasy« bo postala evidentna ob spodnji tematizaciji nostalgije.

posameznikove volje do življenja – poudarja prav doživljanje, občutenje »pristnega očarljivega ambienta« in »osebnega, prijateljskega vzdušja« s tem, da ob uživanju turističnih proizvodov – kot že omenjeno – aktiviramo telo in čute (Strategija 2014–2020: 51). Z drugimi besedami, uživanje turističnih proizvodov, kot si ga zamišljajo in prakticirajo v Ljubljani, zahteva angažma vseh čutil, tudi nosu. Ko se torej srečamo z olfaktornimi simulakri, se srečamo z idealizirano (in ideologizirano) (re)prezentacijo, ki »nudi utelešeno srečanje nostalgicne preteklosti, estetsko platformo, ki zamrzne čas in vonje za kapitalističnega potrošnika« (Low 2009: 163). Če povzamem: staro središče Ljubljane postaja kraj, kjer postaja vse težje »ne-bitit-turist«, to se pravi, postaja potopitveni, veččutni spektakel, kjer je vse težje delovati – tudi zaznavati: gledati, poslušati, dotikati se, okušati in vonjati – kot ne-turist.

Preden predstavim dve, v mnogih pogledih nasprotujoči si etnografski vinjeti – prvo »ne-turistično«, drugo »turistično«, ki ju ne gre razumeti kot vseobsegajoči in reprezentativni, četudi ju je moč v nekaterih razsežnostih do neke mere posplošiti –, na kratko o metodi čutnobiografskih sprehodov in spletu srečnih naključij, zaradi katerih sem se sploh vprašal po mestu vonjav v Ljubljani.

O ČUTNOBIOGRAFSKIH SPREHODIH IN NJIHOVIH POSLEDICAH

Zadnja leta smo bili priče razmahu »raziskav, teorij in metodologij, ki govorijo o čutih, skozi čute in za čute« (Vannini, Waskul in Gottschalk 2012: 63; izvirni poudarek) in t. i. hodečih metodologij (*walking methodologies*; Bates in Rhys-Taylor 2017), se pravi metod, ki tako ali drugače vključujejo hojo (Ingold in Lee Vergunst 2008). Metoda, ki zgleddno uteleša omenjene trende, a obsega tudi transgeneracijski moment, je metoda čutnobiografskih sprehodov, s pomočjo katere sem pridobil »gradivo«, ki ga interpretiram spodaj. Omenjena metoda izhaja iz preučevanja zvočnih krajin in metode zvočnih sprehodov (Järvilouma 2016) ter črpa iz humanistično-geografske metode topobiografije, tj. opisovanja konkretnih življenj v njihovem razmerju do krajev (Karjalainen 2009). Posreden vpliv na razvoj metode čutnobiografskih sprehodov pa so imele tudi umetniške prakse, ki vključujejo hojo (Bajič in Abram 2019).

Konkretnije: transgeneracijski čutnobiografski sprehodi zahtevajo – poleg vsaj enega raziskovalca, ki med drugim upravlja avdio in

video opremo, ki se uporablja za snemanje sprehodov – sodelovanje dveh oseb različnih starosti. V našem primeru so starejši pripadali skupini, rojeni med letoma 1930 in 1949, in mlajši pa generacijam, rojenim med letoma 1990 in 2005. V kontekstu pričujočega besedila si dva vidika metode zaslužita krajši komentar. Najprej vprašanje poti, ki jih uberemo: vsak udeleženec oziroma udeleženka vodi »svoj« sprehod, tj. določi pot, ki je bila ali pa je iz nekega razloga še zmeraj pomembna v njegovem oziroma njenem življenju. Med sprehajanjem prosto pripoveduje o svojih preteklih in sedanjih opažanjih in izkušnjah pa tudi o predvidevanjih glede prihodnosti. Poanta čutnobiografskih sprehodov je v tem, da se poskušajo sodelujoči ob srečanju s »svojimi« kraji spomniti lastnih doživetij, posebej tistih, ki imajo tako ali drugače opraviti s čuti, in jih ubesediti. Spominjanje in pripovedovanje »spodbujata« tako percipirana stalnost in spremenljivost krajev kot tudi podobnosti in razhajanja med izkušnjami starejše in mlajše osebe. To nas pripelje do drugega vidika metode, ki zahteva opombo, in sicer transgeneracijski moment: čutnobiografski sprehodi ga tako rekoč zagotavljajo, saj temeljijo na primerjavi mnenj, okusov, stališč, občutkov, vtisov, ki (vsaj implicitno) poteka skozi pogovor med udeleženci in udeleženkami sprehodov. Čeprav osrednji del dogajanja predstavlja dialog med udeleženci in udeleženkami, v pogovor posegamo tudi raziskovalci, kadar in kjer ocenimo, da je to potrebno. Ker sodelujoči nujno pripadajo različnim starostnim skupinam in ker raziskovalci spodbujamo udeleženke, naj se v prvi vrsti pogovarjajo drug z drugim, namesto da bi podajali »poročila« nam (četudi se seveda zgodi tudi to), so pogovori navadno strukturirani v smislu generacijske pripadnosti.

Z metodološkoanalitičnega stališča je nujno, da pri tem ostanemo previdni, saj generacije (kakorkoli jih že definiramo), nikakor niso homogene skupine. Najmanj, kar je potrebno, je, da upoštevamo različne družbene dejavnike, ki pa kljub temu ne morejo opredeliti sodelujočih. Vsaka čutnobiografska pripoved (p)ostaja idiosinkratska in nezvedljiva na »objektivne« kategorije. Prav zato moramo raziskovalci reflektivno »uporabiti« svoja lastna telesa, občutke in domišljijo, da si na podlagi slišane, videne, okušenega, dotaknjene in zavonjanega predstavljamo (beri: ugibamo), kako so (se) udeleženci (po)čutili v preteklosti in/ali kako (se po)čutijo v sedanjosti (Vannini, Vaskul in Gottschalk 2012; primerjaj Hollan 2001: 57–58). Po eni strani je ključno poudariti, da tako ustvarjena dojetja vključujejo domneve, prepričanja, predsodke raziskovalca, pa naj se jih zavedamo ali pač ne. Tako pridobljeno znanje nikakor ni neizkrivljeno niti neizkrivljajoče. Po drugi strani pa je treba reči, da so razlike, ki jih opazimo, relativne, nastale v procesih primerjave in

razlikovanja stališč, v katere smo vključeni vsi sprehajalci, tudi raziskovalci. Pogovori, spominjanja ter primerjave in razlikovanja, ki potekajo v okviru čutnobiografskih sprehodov, delujejo, na kratko rečeno, kot prizorišče izvajanja oziroma uprizarjanja in (re)konstrukcije preteklih in sedanjih identitet.

Večina pravkar povedanega bo razvidna tudi iz spodnjih opisov. Na tem mestu pa naj omenim, da sprehajanje s sodelujočimi v raziskavi in s kolegi v mnogočem usmerja tukajšnji premislek. Na primer že samo dejstvo, da sem sploh začel razmišljati o mestu vonja, izhaja iz pripetljajev z ljubljanskih ulic. Na enem prvih sprehodov, ko smo s kolegi preizkušali metodo ter snemalno opremo tako, da smo sami izmenično vodili čutnobiografske sprehode, smo, ko smo se približali eni izmed ljubljanskih slaščičarn na nabrežju Ljubljane, zaznali izrazit, sladkoben vonj. Hitro smo opazili tudi prezračevalno šobo, usmerjeno na eno od bolj obljudenih ulic, iz katere je pihal z vonjem po slaščicah prepojen zrak. Takoj se nam je porodilo vprašanje, ali je prezračevalna šoba naključno ali načrtno usmerjena neposredno na ulico – da bi mimoidoče s pomočjo vonja slaščic zvalili v slaščičarno. Ne glede na odgovor je postavitve prezračevalnega sistema delovala, kot da je prav zares njena funkcija v tem, da mimoidoče (tudi nas) vabi, da se ustavimo in si privoščimo »nekaj sladkega« (slika 1).



Slika 1: Prezračevalne šobe ene izmed ljubljanskih kavarn, ki so tudi tistega dne na ulico širile sladkoben vonj – domnevno vonj *Zmajčkovega butika* (Blaž Bajič, Ljubljana, 2019)

Nekaj dni pozneje mi je partnerica dejala, da je šla mimo iste slaščičarne in da je zaznala sladko aromo, ki jo je takoj prepoznala kot vonj *Zmajčkovega butika*. *Zmajčkov butik izvrstnih slaščic* je bila, kot je bržčas dobro znano, po vsej Sloveniji priljubljena ljubljanska blagovna znamka in slaščičarna. Vrhunec priljubljenosti je dosegla v osemdesetih in zgodnjih devetdesetih letih preteklega stoletja, a delovati je začela, sicer pod imenom Konditor, že v petdesetih letih. V določenem obdobju so pecivo dobavljali šolam in državnim podjetjem, kar je pripomoglo k širši prepoznavnosti slaščičarne. Potem ko je po seriji zamenjav lastništva v poznih devetdesetih letih in v začetku prvega desetletja novega tisočletja blagovna znamka prenehala obstajati, je *Zmajčkov butik* in skoraj vse, kar je bilo z njo povezano, podobno kot nekatere druge slaščice iz prej omenjenega obdobja, postalo predmet (jugo)nostalgijske (Trček 2015). *Zmajčkov butik* – in njegov duh? – je denimo našel svoje mesto v glasbi za otroke in je postal tema pogovora na spletnem portalu MojaNostalgija na družbenem omrežju Facebook. Poleg tega pa se več sodobnih slaščičarn sklicuje na ime omenjene znamke, obuja njeno vizualno oziroma grafično podobo, ter – če naj verjamem svoji partnerici – značilne vonjave. Paradoks je seveda v tem, da ti, ki naštete vidike ne le citirajo, ampak vključujejo v substanco svojega poslovanja, če parafraziram Fredrica Jamesona (2001: 9), oskrbujejo tudi (ali predvsem?) turiste in ljudi, ki so premladi, da bi se spomnili *Zmajčkovega butika*. Na ta način ustvarjajo »nostalgijo brez spomina« (Appadurai 1996: 30) po svetu, ki ni nikoli obstajal.

Nekaj podobnega velja tudi za druge tvorce ljubljanske turistične »zgodbe«. Ne glede na to, ali tržijo preteklost ali sedanost, kraje od daleč ali od blizu, nenazadnje Ljubljano samo, igrajo vonji, ki jih ustvarjajo in usmerjajo na mestne ulice, pogosto pomembno vlogo. Zaradi očrtanih pripetljajev sem postal pozoren na vonjave, ki jih je moč vonjati v Ljubljani in na pripovedovanje sosprehajalcev in sosprehajalk na čutnobiografskih sprehodih, pa tudi na prezračevalne sisteme trgovin, barov in restavracij v mestnem središču, glede katerih opažam, da so mnogokrat urejeni podobno kot tisti od zgoraj omenjene slaščičarne.

VONJ – NOS-TALGIJA – KAVA

V razpravah o vonju in vonjanju, kolikor jih je pač najti v antropologiji in sorodnih vedah, pisci pogosto tematizirajo njun odnos do spomina, spominjanja in nostalgije (Le Breton 2017: 144–146; Hirsch

2006; Low 2009: 158–164; 2013; Seremetakis 1994; Waskul in Vannini 2008; Waskul, Vannini in Wilson 2009). Četudi vsa čutila štejejo med »dobavitelje« spomina, se zdi, da nihče ne nasprotuje tezi, da ima prav »vonj izjemno moč evokacije« (Le Breton 2017: 144). Kar pa se včasih pozabi, je, da je prav ta teza kulturno specifična in izvira iz 19. stoletja, iz časa hitre industrializacije in posledične spremembe vonjav, ki jih je bilo najti v mestih (Classen, Howes in Synnott 2003: 87–88). Kljub temu, ali morda prav zato, večina meni, da je spominjanje, ki ga izzove vonj, neizbežno »živo«, utelešeno in afektivno, se pravi estetsko. Pomislimo denimo na t. i. proustovske trenutke – se pravi na tako intenzivno in realistično spominjanje, da se izkušajočemu lahko zdi, da je premagal čas in prostor, na spominjanje, zaradi katerega se izkušajočemu lahko zdi, da je (bila) preteklost točno takšna, kot se je spominja. V tovrstnem spominjanju zlahka prepoznamo »sedimentacijo preteklosti v telesu« (Connerton v Waskul, Vannini in Wilson 2009: 17) ali »dejavno imanenco preteklosti« v telesu (Casey 2000: 149). In če bi tezi o utelešenosti olfaktornih spominov težko ugovarjali, se lahko hitro, prehitro zazdi, da so ti spomini nepopačeni in izvzeti iz družbeno-kulturnega konteksta samega spominjanja, torej sedanjosti, in tistega, kar leži med sedanjostjo in preteklostjo. Kot ugotavlja Nadia Seremetakis (1994: 7), »čutni spomin kot posredovanje zgodovinske substance izkušnje ni zgolj ponavljanje, ampak pretvarjanje, ki preteklost popelje v sedanost«. Z drugimi besedami, spomin nas ne čaka že izdelan, zaključen in sklenjen, temveč ni nič drugega kot tolmačenje, ki nastaja v aktu spominjanja.

Drugi lajtmotiv, ki ga zasledimo v besedilih, ki obravnavajo vonj in vonjanje, je njuno razmerje do jezika in fantazije oziroma – velikokrat za hrbti avtorjev samih – fantazme. Pisci (Le Breton 2017: 138–140; Classen, Howes in Synnott 2003: 109–113; Low 2009: 36–39) ugotavljajo, da se, ko poskusimo ubesediti pomen vonja, znajdemo pred nepremostljivo prepreko, ostanemo brez besed. Na vonju je »nekaj« – njegova magija, kot se je izrazil Alfred Gell (2006) –, kar uhaja verigam označevalcev; vonjave, poudarja David Le Breton (2017: 138, 139), so »osnovna oblika neizgovorljivega«. Toda vonj ne ostaja neizgovorljiv zaradi pomanjkanja ustreznega besedišča v »zahodnih« jezikih, kot nekateri neumorno ponavljajo, temveč zaradi radikalne nesoizmernosti čutnega in jezikovnega, pri čemer tisto, za kar se zdi, da jezik ne more »zagrabit«, nastane retroaktivno, zgolj in samo ob posredovanju jezika (Hegel 2017:

61–67; Dolar 2017: 117–139).⁴ Neizmerno bogastvo čutnega, kot se je izrazil Georg W. F. Hegel, je nujna iluzija neposrednega, se pravi točke, na kateri bi gladko prešli iz čutnega v jezikovno, točke, na kateri bi čutno in jezikovno sovpadlo. Kot osnovna oblika neizgovorljivega je vonj torej proizveden ob posredovanju jezika, »bogastvo« pa se nam pojavlja zgolj v obliki njegove odsotnosti, saj človeške izkušnje brez vstopa v jezik ni. Kot radikalno brezpomenski se vonj torej ponuja za popolnega kandidata za prevzem kakršnegakoli pomena, da, rečeno drugače, postane radikalno pomenljiv – in kot tak krasno »prizorišče« fantazij in fantazem.⁵

Seveda »gradiovo« zanje izhaja tako iz neposredne izkušnje kot iz izročila (Le Breton 2017: 138–140; Classen, Howes in Synnott 2003: 109–113; Low 2009: 36–39). Alfred Gell (2006: 405) tako trdi, da so prav pomeni tisti, ki vonjem dajejo »težo«, saj se, če poskusimo vonje objektivno opredeliti, neizbežno srečamo z brezpomensko kemijsko formulo, medtem ko nam »naši« vonji nudijo »posreden dostop do tiste vrste izkušenj, ki ne odgovarjajo ničemur v resničnosti«. Rečeno drugače: kot je poudaril David Le Breton (2017: 157), »vonj je nedvomno čut, najtesneje zezan s fantazijo [in fantazmo]«. ⁶ Morda bo danes, v času vsesplošnega obrata k materialnemu zvenelo skregano z »zdravo pametjo«, a za naše, človeške olfaktorne izkušnje niso bistvene toliko kemične sestavine vonja (čeprav so nujen pogoj!), temveč so ključni pomeni, ki jim jih pripišemo (ti se lahko kažejo kot »naravni«), in pa pomenljivost kot taka. »Naš« vonj je vselej podprt s fantazijami in fantazmami, ki strukturirajo, »dopolnjujejo-izkrivljajo« olfaktorne izkušnje – kot tudi spomine nanje – ter jih spreminjajo v izkušnje, nabite z afektom.

Preplet spominjanja ter fantazije in fantazme, včasih tudi ob spremstvu specifičnih, pomenljivih vonjev, se eksemplarično kaže skozi nostalgijo. Če sledimo karakterizaciji nostalgije, ki jo je predlagala Helen Dell (2012: 120–121) – sledeč Žižkovemu (1998: 199) premisleku fantazme kot »primarne oblike pripovedi, ki služi prikrivanju

4 Najbrž ni treba posebej poudarjati, da je hrbtna stran teze o pomanjkanju besede, ki bi zagrabila »tisto« v »zahodnih« jezikih, lahko predpostavka, da takšno besedo v »nezahodnih« jezikih vendarle lahko najdemo. In najbrž ni treba posebej poudarjati, da je, torej navedena teza sama, del romantično-rasistične fantazme o Drugem.

5 Prehod vonja iz brezpomenskosti v vsepomenskost se reflektira v povezavi vonja in svetosti; najlepše se nemara kaže v vlogah, ki jo dišave in kadila prevzemajo v religijskih kontekstih, kaže pa se tudi v medetničnih in medrazrednih odnosih, kjer, če strnem, Drugi smrdi.

6 Tako kot v zgoraj navedeni trditvi avtorjev Constance Classen, Davida Howesa in Anthonyja Synnotta se tudi v Le Bretonovem delu oziroma angleškem prevodu pojavlja izraz »fantasy«, ki ga, kot rečeno, lahko prevajamo kot »fantazijo« in kot »fantazmo«, Le Breton pa v francoščini uporablja izraz »fantasme«, ki pomeni prav »fantazma«.

neke izvorne zagate«, in Tannockovem (1995) pojmovanju nostalgije kot pripovedi o Padcu –, ni nostalgija nič drugega kot fantazmatska tvorba.⁷

Tako koncipirana nostalgija v svojem »običajnem« delovanju iz »zgodovinskega« konteksta iztrga delček preteklosti in mu podeli brezčasni, mitski obstoj. Pri nostalgiji nas, če sledimo Žižku (1991: 111–116), ne fascinira in slepi vsebina, ki se je spominjamo, temveč pogled naivnega Drugega – nas samih kot otrok, na primer –, ki je bil domnevno zmožen neposredne, docela iskrene potopitve v vsebino.

Pri tem je kajpak vseeno, ali smo bili kot otroci dejansko naivni ali ne. (Seveda je odgovor emfatičen »ne«..) Ključno je nekaj drugega, in sicer da je ta naivnost že izvorno predpostavljena s strani Drugega, ustvarjena v socio-simbolni mreži, katere del smo (bili). Dejanski objekt nostalgije je torej pogled; v nostalgičnem spominjanju opazujemo prav ta, naivni pogled. Podvojitve subjektnih pozicij ustvarja vtis, da smo dosegli popolno samorefleksijo, točko, s katere je možen jasen in nedvoumen pregled nad samim seboj, posledično pa tudi nad vsebino nostalgije. Tako nostalgija omogoča, da ohranjamo različne, tudi nasprotujoče si poglede na neko obdobje oziroma izkušnjo, ki za nas – se pravi za tiste, ki opazujemo naivni pogled, nikakor pa ne zanj, naivni pogled je pač rešitev (iz) nasprotovanj – postane nasprotujoča sama sebi in ki kot taka ohranja našo željo. Nemara gre tudi v pravkar povedanem iskati razlog, da ljudje nostalgijo doživljajo kot »grenko-sladko čustvo« (Waskul, Vannini in Wilson 2009: 15).

Pravkar očrtano lahko prepoznamo v čutnobiografski pripovedi ene izmed udeleženk sprehodov. Gospa, rojena v poznih štiridesetih letih prejšnjega stoletja, v času, kot je poudarila, hudega pomanjkanja, je, kot je dejala, ko smo se med »njenim« sprehodom ustavili pred

7 Na tem mestu se ne morem spuščati v podrobnosti, a naj vseeno opozorim, da je pojmovanje fantazme, ki ga najdemo pri Helen Dell, preveč poenostavljeno. Res je fantazija oblika pripovedi, ki zanika antagonizem, toda obenem ponuja razlago, kako je do antagonizma sploh prišlo – že pri tem Hellen Dell zanemari razloček med pripovedjo in njeno obliko. Moč fantazme, podobno kot moč blaga pri Marxu, tiči prav v njeni obliki. Fantazma vzpostavlja »koordinate« želje, ki je ne »udejanji v domišljiji«, temveč jo sploh vzpostavlja in ohranja; je po svoji naravi intersubjektivna; je odgovor na zagato nekonsistentnosti Drugega, na vprašanje, kaj želi Drugi, ko te želje ni moč preoblikovati v simbolno identiteto, se prepoznati v Klicu; a nikakor ni univerzalna – je docela partikularen odgovor na zagato; ustvarja več subjektnih pozicij – vidimo pogled, za katerega se odvija fantazmatska pripoved (Žižek 1998). Kakorkoli, četudi je konceptualizacija fantazme same pri Helen Dell nezadostna, je avtoričina »intuitivna« poanta vsekakor prava, saj – to ne nazadnje nakazuje že etimologija besede in »medicinska« opredelitev nostalgije, kot jo je konec 17. stoletja postavil njen »izumitelj«, švicarski zdravnik Johannes Hofer – nostalgija izhaja iz »želje po vrnitvi v domovino« (Hofer po Fuentenebro de in Valiente Ots 2014: 405). Nostalgija je, če strnem, po svojem pojmu odvisna od želje, ta pa od fantazme.

Gostilno Šestica, življenje otroka uživala v stari meščanski hiši in sklopu drugih, že pred šestdesetimi leti porušenih hiš ob nekdanji Titovi cesti oziroma današnji Slovenski cesti. Svoje spomine na omenjeno lokacijo in tamkajšnje dogajanje je najprej opisala na čutnobiografskem sprehodu (slika 2), nato pa tudi v dolgem in skrbno napisanem pismu. V svoji pripovedi je poudarila več arhitekturnih oziroma urbanističnih sprememb na območju.



Slika 2: Pogled starejše udeleženke čutnobiografskega sprehoda med pripovedovanjem o tortah, ki jih je jedla v otroštvu (Ljubljana, 2018)

Mimogrede rečeno, zadnji večji poseg predstavlja razmera nedavna prenova Slovenske ceste. Ta naj bi bila, tako občinske oblasti, učbeniški primer tega, kakšna naj (p)ostane Ljubljana. Po besedah arhitektke, ki je sodelovala pri njeni zasnovi, naj bi Slovenska cesta predstavljala kraj deleuzovskega postajanja in delovala kot »dnevna soba mesta« (Klun 2015): se pravi kraj, pripravljen za nadaljnje kroženje kapitala (glej spodaj), ter zatočišče, kraj zavetja in udobja. Za omenjeno udeleženko današnja Slovenska cesta ni ne prvo ne drugo. V pismu, prepojenem z občutki izgube, obupa, hrepenenja ter odtenkov resentimenta in *ressentimenta* (Fassin 2013), je predstavila zgodovino svoje družine od svojih najzgodnejših spominov do današnjih dni. Velik del njene pripovedi sledi strukturi zgodbe o Padcu, pri čemer je za kvaritelja družinskih odnosov in vsakdanjega življenja na sploh prepoznano potrošništvo in razkrojevalna politika. Starejša udeleženka čutnobiografskih sprehodov je na nekaj mestih svojo osebno in družinsko zgodovino izrecno povezala z zgodovino Ljubljane. Kot je zapisala v pismu, so v zgoraj omenjenem skupku hiš živeli:

[...] otroci različne starosti. Naši starši so bili eni bogati. Pri nas pa revni, pa to ni nikogar motilo. Starejši otroci pa so nas mlajše peljali k hotelu Slon. Pri stranskih vratih nam je kuhar prinesel odrezke od tort. To je bilo najslajše. Za mene so bile te torte najboljše na svetu. Moja mama ni imela denarja, da bi jedli torte. Meso je bilo samo ob nedeljah. Jogurta nisem nikoli jedla. Pila sem samo mleko. Mleko je bilo pakirano v steklenih steklenicah in bilo je boljše kot danes. Pravzaprav je dišalo, kar pa v tem času, ki ga jaz živim sedaj, zelo pogrešam. [...] Včasih je mama dobila obiske in me je vzela s seboj v trgovino v podhod Nebotičnika. Tam je že pred trgovino dišala kava. Pražili in mleli so jo sproti. Mama je kupila včasih 5 kg kave, največ 10 kg. Danes pogrešam ta vonj po kavi. Kadar grem v Celovec, najdem tako trgovino, v Ljubljani pa ne. Kave je sedaj dovolj, vendar ne diši.

Navedeni odlomek kaže, da nas vonji, ki si jih zapomnimo (v pričujočem primeru zlasti vonj mleka in vonj kave), skupaj z mankom teh vonjav v sedanjosti povezujejo s svetom, za katerega se nam – zahvaljujoč naivnemu pogledu – zdi, da je bil dobesedno v najlepšem redu. Tovrstna oblika spominjanja ublaži in prikrije neskladja sveta, ki se ga spominjamo. Tako je denimo sogovornica na drugih mestih v pismu in med čutnobiografskim sprehodom zavzela mnogo kritičnejšo držo do »istega« sveta, ki je v zgoraj navedenem izseku prikazan docela pozitivno (ne nazadnje v njem [materialno] pomanjkanje namiguje na [duhovno] bogastvo). Nostalgija tako ne razkriva želje po tistem času, po vrnitvi v tisti čas, temveč željo po »ponovni« naivnosti, za katero je »izgubljeni svet« resničnost, po naivnosti, s pomočjo katere bi zlahka zaobšli zagate, s katerimi smo se prisiljeni vedno znova soočati. Kolikor naivnost ni bila nikoli dejanska, temveč venomer zgolj predpostavljena, potem seveda tudi »izgubljeni svet« ni nikoli obstajal in kot tak ni bil nikoli izgubljen. Nasprotno, »izgubljeni svet« je konstitutivno izgubljen, mankajoč, je utešenje manka.

Četudi na videz nepomembna, nas sprememba vonja (in okusa) mleka in kave dejansko napotuje na resno, eksistencialno vprašanje. Ta živila so v obravnavanem primeru prežeta z osebno zgodovino in pomenom, ki izhaja iz življenjskega sveta in razmerij z ljudmi, ki jih danes ni več (primerjaj Seremetakis 1994). V nasprotju z Nadio Seremetakis (1994: 2), ki trdi, da se zamenjava lokalnih živil z uvoženimi, množično pridelanimi zrcali v izgubi spominov, lahko ugotovimo, da v pripovedovanju starejše sogovornice »novo« mleko in kava, ki sta izpodrinila »staro« mleko in kavo, kljub (ob) čutni razliki in prav zaradi nje, spominjata na izginulo. Še več, sredi tistega, kar se kaže kot izgubljeno, je pripovedovalka oblikovala

določeno identiteto, ki je prav tako, kolikor je identiteta po svoji naravi intersubjektivna tvorba, izgubljena. Kava, ki ne diši »pravilno«, zato spominja na tisto, kar naj bi posameznik nekoč bil – za (predpostavljeni) naivni pogled –, pa več ni. Tovrstna interpretacija »običajne« nostalgije razkriva tudi, da tovrstno spominjanje ni v službi konstrukcije enotnosti in kontinuitete določene identitete, kot trdijo Waskul, Vannini in Wilson (2009) ter Low (2013). Prav nasprotno, identiteta se pokaže kot razcepljena na sedanji in pretekli jaz, na jaz opazovanja in na jaz pogleda.

Za »običajno« štejem tisto obliko nostalgije, pri kateri gre, povedano preprosto, za (specifičen) način spominjanja oziroma navezovanja na preteklost. Vendar pa, kot je v svojem prelomnem delu o postmodernizmu opozoril Fredric Jameson (1991), določeni produkti popularne kulture spreobračajo »običajno« delovanje nostalgije. Skozi objektiv idealizirane preteklosti predstavljajo sedanjost. To spreobrnjeno obliko nostalgije je poimenoval »nostalgija po sedanjosti«. V primeru nostalgije po sedanjosti preteklost torej ni več tista, ki zadobi brezčasen, mitski obstoj, temveč to vlogo zadobi sedanjost oziroma njen izbrani del. Podobno je ugotavljal tudi Arjun Appadurai (1996: 30–31, 75–79), ko je z izrazoma »nostalgija brez spomina« in »nostalgija iz naslanjača« označil mehanizem, ko prek najrazličnejših, nujno čutnih, toda z izbranimi, a množično proizvedenimi predstavami prežetih stvari spomine na izgubljeni svet kupujejo tisti, ki tega sveta nikoli niso doživeli. Vse, kar morajo storiti potrošniki, je, da k tovrstnim stvarjem primaknejo svojo zmožnost nostalgije, s katero si priskrbijo občutek izgube (Appadurai 1996: 78). Tako se tudi oni srečajo z izgubo nečesa, česar niso nikoli imeli oziroma doživeli. Tovrstna nostalgija je simptomatična za »zgodovinsko gluhost«, o kateri govori Jameson (1991: xi), ki pa je sama zgodovinska v smislu, da je »stranski produkt« razvoja kapitalizma, ki predstavlja pomembno, nemara celo ključno gonilo potrošnje, in hkrati zgodovinska v smislu, da pogosto odraža »lokalne« odnose moči (Appadurai 1996 : 30–31).

Prav te učinke in mehanizme lahko prepoznamo v turistifikaciji in t. i. revitalizaciji Ljubljane. Še več, tako rekoč vseprisotni so. Mesto se preoblikuje skladno z idealizirano podobo svoje preteklosti – z namenom, da nas popelje v idealizirano prihodnost. Ob tem nastajajo nova urbana občutja. Če so vanje interpelirani, (avtohtoni ali tujerodni) individui Ljubljano doživljajo kot tradicionalno, romantično, sproščeno in radostno mesto, pri čemer so pomembne vizualne, avditorne, gustatorne, taktilne in olfaktorne zaznave. Toda takšna Ljubljana ni obstajala pred posredovanjem tistega, kar bi

morda lahko poimenovali pogled kulturnega Drugega – to je neke vrste novoburžoazni pogled, ki med drugim ceni očarljivost, ljubkost in pristnost lokalnega vsakdana. V mestu, ki je še nedolgo nazaj veljalo za precej dolgočasno, prazno, sivo, neprestizžno in navadno, je bil prepoznan potencial, da lahko postane »nekaj več«, kot se je glasila mantra »ustvarjalcev«. A kot rečeno, je bilo ta potencial moč prepoznati le, če je bil že v njihovo opazovanje vključen (predpostavljen) pogled kulturnega Drugega (Bajič 2015: 155-158, 164). Brez tega je Ljubljana kot mesto zgolj in samo to – mesto. Kraj, v katerem živijo ljudje, in kot takšen brez presežnega pomena. Vendar pa lahko za (ob)čutenje, ki ga strukturira »kulturni pogled« in je izurjeno za zasledovanje »aktivne romantike«, še tako običajna stvar – kar seveda vključuje tudi vonje – hitro postane neobičajna.

Ena izmed izbranih lokacij v Ljubljani, ki je bila do nedavne pogosto označena kot neurejena in neugledna, je bil tudi Bavarski dvor. V polpreteklem obdobju je bil znan predvsem kot postajališče številnih linij mestnega avtobusnega prometa, kot prostor, na gosto posejan s ponudniki hitre hrane, kot »domovanje« trgovine, v kateri si mladi ob petkovih večerih nakupujejo alkohol, in kot zbirališče brezdomcev; v preteklih nekaj letih pa je postal bolj znan kot prostor, deležen vedno novih prenov, preurejanj in novogradenj. Z drugimi besedami, podobno kot preostali del ljubljanskega mestnega središča tudi Bavarski dvor dobiva podobo, ki naj bi kar najbolj ustrezala pričakovanjem in željam turistov oziroma, splošneje rečeno, novi vrsti belih ovratnikov, če uporabim sintagmo Simona Fritha (po Kozorog 2011).⁸ Novi aranžma je enak tistemu pred Konzorcijem, le nekaj sto metrov stran, gostinski lokali in trgovine postajajo vse bolj gosposki, avtobusna postajališča so premaknili, brezdomci pa počasi, a zagotovo izgubljajo svoje mesto pod nadstreškom, medtem ko prenova Bavarskega dvora v času pisanja tega besedila sploh še ni končana. Najbrž ne sodijo v svet gostov razkošnega hotela Intercontinental, ki je tam začel delovati konec leta 2017, ali pa še nastajajočega luksuznega hotela Atower (slika 3).

8 Ne smemo pa pozabiti, da prenova Bavarskega dvora obenem glamurozno uresničuje urbanistično ureditev »severnih ljubljanskih vrat«, ki si jih je že v šestdesetih letih preteklega stoletja zamislil Milan Mihelič.



Slika 3: Nastajajoča »severna ljubljanska vrata« (Blaž Bajič, Ljubljana 2019)

V času te tako rekoč stalne faze prenove je na Bavarskem dvoru začela delovati majhna kavarna, v kateri je svoje zatočišče našla ena izmed mlajših sprehajalk. V nasprotju z mnogimi drugimi kavarnami in bari, ki svoje prostore širijo na ulice, nanje oddajajo vsaka »svoj« specifičen zvok ali vonj in tudi tako »opozarjajo nase«, ta kavarna in slaščičarna, tako sogovornica, ostaja dobro skrita in »zadržana« (slika 4). Tam se ob kozarcu dobrega vina, skledi sladoleda ali kosu torte, najraje in najpogosteje pa – kot bomo videli v nadaljevanju – ob skodelici izbrane kave naša sprehajalka druži s prijatelji. Po njenih besedah kavarne zaznamuje *cozy* – prijetno, udobno in domače – vzdušje:

[M]i je pa ful všeč zdaj na Bavar'cu en plac, ki ma zgornji, zgornje nadstropje, čist mini. Nek R & B [tj. ime gostinskega lokala], al neki na to foro. Sploh večina folka ga ne pozna, ampak je ful, ful luštkan, tko, pekarn'ca, hkrati imajo pol kavo, prav uno, ki ti sveže zmeljejo.

Na vprašanje, ali so vonji, povezani z zadevno kavarno, zanjo na kakršenkoli način pomembni, je odgovorila pritrdilno.

Ja, je, mislim, meni je vonj kave, to mi je tako, en najboljših vonjev. Jaz če bi lahko, bi imela vse z vonjem po kavi. Zdaj mi je kupila ena kremo za roke, em, tako da, to mi je ... Ne vem, ker kava je ta, socialen event. Ker jaz sem kavo začela piti čisto tako, samo zaradi tega, ker,

v bistvu, greš na kavo, ne. Mislim, ne greš na ČAJ, greš na KAVO pač. To je tako: »A se dobimo na kavi?« Jaz imam prov v koledarju, imam posebej, da si dam pač vsakič, ko grem na kavo, si dam zraven emoji od kave v koledar. Zarad tega, ker pač, to je moj un, socialen event, ko se z nekom dobim za pogovor.

Ko je mlajša udeleženka pripovedovala o druženju v ljubljanskih kavarnah, ni govorila o nekem preteklem obdobju svojega življenja, marveč o času, ki ga živi prav zdaj. Kljub temu pa je način, na katerega je opisovala svoje početje, nadvse podoben načinu, na katerega bi nekdo pripovedoval o »dobrih starih časih«. V tem oziru je pripovedovanje mlajše sprehajalke docela sodobno.

Veččutne izkušnje druženja v kavarni, kot je pravkar očitna, ne zaznamuje le posebej poudarjeni vonj kave, temveč tudi njen okus, zvoki priprave, na primer mletja kavnih zrn, izbrani prizori kavarne itn., ki zaradi specifičnih predispozicij oziroma okusa mlajše sogovornice delujejo prijetni, romantični ipd. Toda kot veččutni spektakel ni uokvirjena le izbrana lokacija, temveč celotno mestno središče (primerjaj Henshaw 2014). V njem imajo svojo vlogo tudi olfaktorni simulakri. Kot nakazuje obravnavani primer, nekateri cenijo vonjave, še posebej seveda tiste, ki jih dojemajo kot prijetne, in jih zaradi njihove zapeljive narave dejavno iščejo, ker naj bi »zagotavljale bogatejše, večplastnejše čutne izkušnje« (Drobnick 2006: 2) v domnevno vse preveč sterilnih mestnih okoljih. Vendar kot poudarja Jim Drobnick (2006: 1), ne gre le za to, da izbrane vonjave postajajo povezane s specifičnimi podobami, ampak tudi (in predvsem) da nobeno dejanje čutne zaznave ni »popoln [*pure*] ali neposredovno dogodek«. Kava je tu neločljivo posredovana z idealiziranimi predstavami prijateljstva, bližine, domačnosti, gostoljubnosti, topline pa tudi svetovljanstva, prefinjenosti, ljubke in graciozne preteklosti (in sedanjosti). Te deloma izvirajo iz prevladujoče lokalne drže, deloma pa jih zagotavljata trženje in popularna kultura, ki ciljata predvsem na mlade in premožne (Pink 2009: 68–69; Petrović 2015). Kava, skratka, združuje fizično kavo, tj. kavo v vsem njenem čutnem bogastvu, skupek »kavnih predstav« ter zbir socio-simbolnih razmerij z drugimi (in Drugimi). Kot taka je veliko več kot le pijača. Je »poživilo« družbenih odnosov in izkušenj – je »predstava imaginarnega razmerja med individuumi in njihovimi realnimi eksistenčnimi razmerami« (Althusser 2000: 87), ki s svojo »materialnostjo dojemanja« (Jameson 1991: 27) potroši potrošnika.



Slika 4: Vhod v *cozy* kavarno in slaščičarno na Bavarskem dvoru (Blaž Bajič, Ljubljana, 2022)

S tovrstnimi, na videz trivialnimi vsakdanjimi praksami se interpeliramo v partikularne estetske, se pravi, če naj si privoščim naslednji pleonazem, čutno-ideološke sisteme. Če je naša interpelacija uspešna, občutimo te sisteme, ki prikrivajo proces lastnega proizvodjanja, kot naravne *in* zaželenene. Dejansko imamo opravka s proizvodnjo, kroženjem in porabo veččutnih nostalgicnih podob (pri čemer se meje med sferami in vlogami, ki jih ljudje v tej ekonomiji prevzamejo, zamegljujejo), »spominov« na idealizirano sedanjost, utelešenih v neštetihih dobrinah, s pomočjo katerih se estetizirata urbani prostor in vsakdanje življenje.

Da imajo vonjave oziroma voh v procesu estetizacije svoje mesto, nakazuje tudi Drobnickovo opažanje (2006: 1), da se je danes uveljavilo mnenje, da imajo vonjave oziroma voh zmožnost odpravljanja odtujenosti. In prav to prepričanje sodobna izkustvena ekonomija na različne načine spodbuja in izkorišča. Še več, zdi se, da sklicevanje na čutenje in občutenje zabriše samo razliko med odtujenostjo in neodtujenostjo (primerjaj Howes 2005), kar pomeni, da vnaprej zanika vsakršno kritiko, saj družbene mehanizme zvede na docela subjektivno, osebno raven, na občutke in okuse. S tem, mimogrede rečeno, tudi legitimirata potrošnjo kot področje posameznikove samorealizacije oziroma samoaktualizacije ter tako prispeva k reprodukciji pogojev nadaljnje, nemotene potrošnje.

Kot nakazuje primer mladega dekleta pa tudi zgoraj opisani primer *Zmajčkovega butika*, ljudje vsekakor vedo, da je dovršen del tistega, kar se ponuja njihovim čutom, uprizorjen, umišljen. A ta vednost, v ničemer ne zmanjša čutnih ugodij, ki jih ponuja – na primer – kava ali pa zavoljo razvoja turizma preoblikovano mestno središče. Pri tem je zmožnost nostalgije (Appadurai 1996: 78) – ali, rečeno drugače, pogled naivnega ali pa kulturnega Drugega –, ki jo – ga – priskrbi potrošnik, ključnega pomena za to, da olfaktorni simulakri resnično »primejo«, da čeprav vemo, da naše čutne izkušnje, ki delujejo kot nostalgicne izkušnje, niso »resnične«, kljub temu verjamemo, da so.

EPILOG: OD ČUTNEGA URBANIZMA DO (NE-)UMNOSTI

Ta članek sem uvedel s kratko razpravo o težah arhitekta in urbanista Mirka Zardinija. S tem, ko sem njegovemu pojmu čutnega urbanizma zoperstavil Goonewardenov koncept urbanega občutja, sem postavil vprašanje o neizogibnosti ideološkega značaja čutnega urbanizma. A to vprašanje sem prej pustil brez odgovora – čas je, da nanj poskusim odgovoriti. Ideologije – utelešene v mestnem prostoru ali kakšni drugi družbeni instituciji oziroma praksi – so vedno povezane s konkurenčnimi (proti-)ideologijami. Docela ne-ideološki urbanizem bi torej pomenil urbanizem, docela izvzet iz družbe. Postaviti je torej treba drugačno vprašanje, in sicer vprašanje, ki zadeva obliko družbe: kakšno ideologijo uteleša sodobno urbano občutje in kakšni procesi jo omogočajo?

Douglas Spencer (2011) je, sledeč Lucu Boltanskem in Eve Chiapello, v svoji kritiki določenih usmeritev v arhitekturi pa tudi v urbanizmu, ki jih je poimenoval arhitekturni deleuzizem, ugotavljal,

da te »progresivne« usmeritve v svojo retoriko vključujejo nabor do kapitalizma kritičnih pojmov, ki izhaja iz maja 1968, pojmov, ki podudarjajo in spodbujajo decentralizirane in dehierarhizirane, mrežne oblike bivanja in delovanja, vrednote avtonomije, spontanosti, neformalnosti in – ne pozabimo – estetskega bogastva materialnega sveta (primerjaj Henshaw idr. 2018). Ti principi v zadnji instanci ukinjajo Drugega oblasti. Očitno je, da prav ta načela zagovarja tudi Zardini in da prav ta načela »živijo« v najlepšem mestu na svetu. Kot rečeno, ljubljansko mestno središče lahko razumemo kot paradigmatični primer estetizacije in (navidezne) demokratizacije urbanega prostora.

To nam lepo kažejo uvodoma omenjeni posegi »establišmenta« pa tudi vsaj na prvi pogled »ljudski« prijemi v urbanizmu – že samo dejstvo, da sploh obstajajo, je moč razumeti kot potrditev demokratizacije. Na primer, zgoraj omenjeni taktični urbanizem s svojimi »gverilskimi« intervencijami in zasledovanjem »pisanega« prostora eksplicitno razvija »anti-nadzorovalno držo« čutnega urbanizma (med pristopoma je toliko sorodnosti, da je na mestu vprašanje, ali razlikovanje ne poteka predvsem ali celo zgolj na deklarativni ravni in v službi znamčenja). Gre za pristop, ki za svoje izhodišče jemlje taktike prebivalcev in prebivalk, s katerimi se ti – po Michelu de Certeauju – upirajo strategijam urbanistov, strategije pa niso nič drugega kot način nadzorovanja (in zatiranja) prostora in ljudi. Taktični urbanizem – z vidika de Certeaujeve originalne formulacije čisto protislovje – torej zamenjuje taktike in strategije, briše mejo med prvimi in drugimi, po eni strani ustvarja vnaprej »urejen«, gentrificiran upor, po drugi strani pa ukinja vzrok upora (primerjaj Lydon in Garcia 2015: 9–11). Vzpostavlja se permisivni (družbeni) prostor. To ni prostor, ki bi prebivalcem in prebivalkam zapovedoval ali prepovedoval, kako naj živijo, a se obenem ne briga za to, ali zapovedano oziroma prepovedano življenje želijo ali ne. Nasprotno, je prostor, ki se (neposrednih) zapovedi in prepovedi vzdrži, a ljudem nalaga, (kako) naj se svobodno odločijo in (kako) naj si želijo živeti. Taktični urbanizem ne ureja zgolj zunanje, čutnega prostora, temveč tudi notranji, občutni prostor – zaradi pomanjkanja »zunanjih« pravil pa prihaja do množenja »notranjih« (glej Žižek 2006: 91–93).

Spencerjevo poimenovanje tovrstnih usmeritev – arhitekturni deleuzizem – je zato, seveda, globoko ironično. Arhitekti in urbanisti, ki jih obravnava Spencer, se namreč pogosto sklicujejo na trenutno modernega francoskega filozofa. Toda Gilles Deleuze (1992) se je, vsaj v svojih poznejših delih, dobro zavedal, da odprava discipline (Foucault 1984) in njena zamenjava s tistim, kar je sam poimenoval kontrola, nikakor ne prinaša osvoboditve. Če je disciplina povezana s

panoptičnim dispozitivom, v katerem nas morda niti ne preverjajo, mi pa se vseeno vedemo, kot da nas opazujejo, pa kontrola temelji na bolj prefinjenih, razpršenih, mrežnih, fluidnih, personaliziranih postopkih nadzorovanja, ki beležijo vsak naš korak, a »zahtevajo«, da se vedemo, kot da nas ne opazujejo, saj »predpostavljajo«, da se bomo tako ali tako želeli obnašati pravilno. Kakorkoli, med obravnavo urbanega prostora kot varnostnega problema, o kakršni govori Zardini in ji deklarativno nasprotuje, ter čutnim urbanizmom (in drugimi, sorodnimi pristopi) ni prav nikakršnega nasprotja. Kolikor mesta ne dojema kot prostora razlik, konfliktov in konfrontacij (Zardini 2016: 150), čutni urbanizem pravzaprav predvideva, da so v prostoru, v katerem se uveljavlja in ga oblikuje, so ta že odpravljena ali pa – naivneje – da jih sploh nikoli ni bilo. Družabnost, sožitje, udobje, o katerih govori in jih uvaja Zardini (2016: 150), so – njihovi navidezni nevtralnosti in samoumevnosti navkljub – pojmi, ki se konstruirajo s specifične (razredne, kulturne, itn.) pozicije in ki so možni zgolj in samo v pogojih, ki jih ustvarja nezaznana, nepripoznan kontrola. Ta pa je, seveda, v službi ustvarjanja dobička, bodisi iz naslova kapitala ali nepremičnin. Tako ni in ne more biti presenečenje, da je v Strategiji razvoja turizma v Ljubljani na isti ravni kot izkustvena plat mesta poudarjena tudi varnostna (četudi je slednja najbrž pogoj za prvo).

Razloge, da kontrola (p)ostaja nezaznana, nepripoznan, gre najbrž iskati prav v estetizaciji urbanega prostora in vsakdanjega življenja. Obravnavani urbanistični pristopi so, kot je jedrnato zapisal Ross Adams (po Spencer 2011: 19), »le malo več kot prostorsko dopolnilo naprednega neoliberalnega projekta ustvarjanja subjekta, ki mora, ko se je v celoti sprijaznil z resničnostjo, samo predati svoja čutila, ki se potopijo v arhitekturo afekta«. Če estetsko razumemo v smislu grafičnih, mentalnih, besednih ali čutno-zaznavnih podob in njihove moči zapeljevanja, ki meri neposredno na čutno in čustveno oziroma afektivno – na občutno – ter tako zaobide in nemara celo spodkopava razumsko, potem estetizacija pomeni produkcijo neumnosti, preobražanje v fascinirajoč, veččuten spektakel, se pravi spektakel, preko katerega (ne) mislimo in čutimo mi, spektakel, ki »misli« in »čuti« namesto nas – mar ni zato slavljenje mest v sodobni deklarativno kritični (post)humanistiki in umetnosti kot »razburljivih vrtincev afekta« (Thrift 2004: 57) naravnost cinično početje?

Skratka, čutni urbanizem je razumeti kot aspekt, učinek gentrifikacije, ki jo »plemeniti« z doživetji in s specifično, družbeno (ne)umnostjo. Toda če drži, da bi, kot sem zapisal zgoraj, docela ne-ideološki urbanizem pomenil urbanizem, docela izvzet iz družbe, si velja zastaviti lefebvrovsko vprašanje, kakšen urbanizem in kakšno

urbano občutje lahko brez samoomejevanja na urbani prostor in lokalne heterotopije ter brez zatekanja k nostalgiji po pred- in negentrificiranih časih in prostorih pripomore k radikalnim spremembam. Poleg tega pa si velja zastaviti paradoksalno vprašanje o tem, kako prevladujoče urbano občutje samo, skupaj z vsem, kar ga oblikuje, prispeva k spremembam, ki jih sicer onemogoča – a to so vprašanja, ki si zaslužijo samostojen premislek.

CITIRANE REFERENCE

- ALTHUSSER, LOUIS 2000 'Ideologija in ideološki aparati države.' V: *Izbrani spisi*. Louis Althusser. Ljubljana: *cf. Str: 53–110.
- APPADURAI, ARJUN 1996 *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- BAJIČ, BLAŽ 2015 'Ustvarjanje prostorov ustvarjalnosti: Sodobni rokodelski sejmi kot produkcija lokalnosti.' *Traditiones* 44(3):149–170.
- BAJIČ, BLAŽ IN SANDI ABRAM 2019 'Čutnobiografski sprehodi med antropologijo čutov in antropologijo digitalnih tehnologij.' *Glasnik SED* 59(1): 17–28.
- BATES, CHARLOTTE IN ALEX RHYS-TAYLOR, ur. 2017 *Walking Through Social Research*. New York in London: Routledge.
- BAUDRILLARD, JEAN 1995 *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- LE BRETON, DAVID 2017 *Sensing the World: An Anthropology of the Senses*. London: Bloomsbury.
- CASEY, EDWARD 2000 *Remembering: A Phenomenological Study*. Bloomington: Indiana University Press.
- CLASSEN, CONSTANCE, DAVID HOWES IN ANTHONY SYNNOTT 1994 *Aroma: The Cultural History of Smell*. London in New York: Routledge.
- CORBIN, ALAIN 1986 *The Foul and the Fragrant: Odor and the French Social Imagination*. Leamington Spa, Hamburg in New York: Berg.
- DAKSKOBLER, LUKA 2019 'From no Recycling to Zero Waste: How Ljubljana Rethought its Rubbish.' *The Guardian*, 23. 5. 2019. Spletni vir: <<https://www.theguardian.com/cities/2019/may/23/zero-recycling-to-zero-waste-how-ljubljana-rethought-its-rubbish>>, 28. 2. 2022-
- DELEUZE, GILLES 1992 'Postscript on the Societies of Control.' *October* 59: 3–7.
- DELL, HELLEN 2012 'Nostalgia and Medievalism: Conversations, Contradictions, Impasses.' *Postmedieval: A Journal of Medieval Cultural Studies* 2: 115–126.
- DOLAR, MLADEN 2017 *Heglova Fenomenologija duha*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.

- DROBNICK, JIM 2006 'Introduction: Olfactocentrism.' V: *The Smell Culture Reader*. Jim Drobnick, ur. Oxford in New York: Berg. Str. 1–9.
- EAGLETON, TERRY 1990 *The Ideology of the Aesthetic*. Malden, Oxford in Carlton: Blackwell.
- FASSIN, DIDIER 2013 'On Resentment and Ressentiment: The Politics and Ethics of Moral Emotions.' *Cultural Anthropology* 54(3): 249–267.
- FOUCAULT, MICHEL 1984 *Nadzorovanje in kaznovanje: Nastanek zapora*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- FUENTENEbro DE, DIEGO IN CARMEN VALIENTE OTS 2014 'Nostalgia: A Conceptual History.' *History of Psychiatry* 25(4): 404–411.
- GELL, ALFRED 2006 'Magic, Perfume, Dream...' V: *The Smell Culture Reader*, Jim Drobnick, ur. Oxford in New York: Berg. Str. 400–410.
- GOONEWARDENA, KANISHKA 2005 'The Urban Sensorium: Space, Ideology and the Aestheticization of Politics.' *Antipode* 37(1): 46–71.
- HEGEL, GEORG W. F. 2017 *Fenomenologija duha*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- HENSHAW, VICTORIA: *Urban Smellscapes: Understanding and Designing City Smell Environments*. London in New York: Routledge, 2014.
- HENSHAW, VICTORIA, KATE MCLEAN, DOMINIC MEDWAY, CHRIS PERKINS IN GARY WARNABY, ur. 2018 *Designing with Smell: Practices, Techniques and Challenges*. London in New York: Routledge.
- HIRSCH, ALAN 2006 'Nostalgia, the Odors of Childhood and Society.' V: *The Smell Culture Reader*. Jim Drobnick, ur. Oxford in New York: Berg. Str. 187–189.
- HOLLAN, DOUGLAS 2001 'Developments in Person-Centered Ethnography.' V: *The Psychology of Cultural Experience*. Carmella Moore in Holly Mathews, ur. Cambridge: Cambridge University Press. Str. 48–67.
- HOWES, DAVID 2005 'Hyperesthesia, or, the Sensual Logic of Late Capitalism.' V: *Empire of the Senses*. David Howes, ur. Oxford in New York: Berg. Str. 281–302.
- INGOLD, TIM IN JO LEE VERGUNST, ur. 2008 *Ways of Walking: Ethnography and Practice on Foot*. Surrey: Ashgate.
- JAMESON, FREDRIC 1991 *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. London in New York: Verso.
- JÄRVILUOMA, HELMI 2016 'Art and Science of Sensory Memory Walking.' V: *The Routledge Companion to Sounding Art*. Marcel Cobussen, Vincent Meelberg in Barry Truax, ur. London in New York: Routledge. Str. 191–204.
- KARJALAINEN, PAULI 2009 'Topobiography Remembrance of Places Past.' *Nordia geographical publications* 38(5): 31–34.
- KLUN, ALENKA 2015. 'Prenovljena Slovenska cesta: Od prometne žile do udobne dnevne sobe: Zamisli arhitektov v ozadju prenove.' *RTV MMC*, 25. 5. 2015. Spletni vir: <<http://www.rtvslo.si/kultura/novice/prenovljena-slovenska-cesta-od-prometne-zile-do-udobne-dnevne-sobe/364908>>, 28. 2. 2022.

- KOZOROG, MIHA 2011 'Festivalizacija Slovenije in festivalska produkcija lokalnosti.' *Glasnik SED* 51(3–4): 61–68.
- LEVIČNIK, VESNA 2019 'Meščanke se izogibajo vonju ocvrtega piščanca.' *Dnevnik*, 14. 9. 2019. Spletni vir: <<https://www.dnevnik.si/1042908075>>, 28. 2. 2022.
- LOW, KELVIN 2009 *Scent and Scent-sibilities: Smell and Everyday Life Experiences*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- LOW, KELVIN 2013 'Olfactive Frames of Remembering: Theorizing Self, Senses and Society.' *The Sociological Review* 61: 688–708.
- LYDON, MIKE IN ANTHONY GARCIA 2015 *Tactical Urbanism: Short-term Action for Long-term Change*. Washington, Covelo in London: Island Press.
- PETROVIĆ, TANJA 2015 'Kava ali kaj se (nam) je zgodilo s časom.' V: *Made in YU 2015*. Tanja Petrović in Jernej Mlekuž, ur. Ljubljana: Založba ZRC. Str. 28–41.
- PINK, SARAH 2009 *Doing Sensory Ethnography*. London: Sage.
- POLJAK IŠTENIČ, SAŠA 2019 'Participatory Urbanism: Creative Interventions for Sustainable Development.' *Acta Geographica Slovenica* 59(1): 127–140.
- RODAWAY, PAUL 1994 *Sensuous Geographies: Body, Sense and Place*. London in New York: Routledge.
- ROKACEV, ŽIVA 2019 'Praznični sejem v Ljubljani: Italijani kupujejo torbice, Slovenci copate.' *Dnevnik*, 19. 12. 2019. Spletni vir: <<https://www.dnevnik.si/1042757159>>, 28. 2. 2022.
- SEREMETAKIS, NADIA 1994 *The Senses Still: Perception and Memory as Material Culture in Modernity*. Chicago: University of Chicago Press.
- SPENCER, DOUGLAS 2011: 'Architectural Deleuzism: Neoliberal Space, Control and the »Univer-City«.' *Radical Philosophy* 168: 9–21.
- STRATEGIJA 2014–2020 2014 *Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014–2020*. Ljubljana: Zavod za turizem Ljubljana.
- TANNOCK, STUART 2015 'Nostalgia Critique.' *Cultural Studies* 9(3): 456–457.
- THRIFT, NIGEL 2004 'Intensities of Feeling: Towards a Spatial Politics of Affect.' *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 86(1): 57–78.
- TRČEK, FRANC 2015 '7 YU-veličastnih ali ljubezen gre skozi želodec.' V: *Made in YU 2015*. Tanja Petrović in Jernej Mlekuž, ur. Ljubljana: ZRC. Str. 15–27.
- VANNINI, PHILLIP, DENNIS D. WASKUL IN SIMON GOTTSCHALK 2012 *The Senses in Self, Society, and Culture: A Sociology of the Senses*. London in New York: Routledge.
- WASKUL, DENIS IN PHILLIP VANNINI 2008 'Smell, Odor, and Somatic Work: Sense-Making and Sensory Management.' *Social Psychology Quarterly* 71(1): 53–71.
- DENNIS D. WASKUL, PHILLIP VANNINI IN JANELLE WILSON 2009 'The Aroma of Recollection: Olfaction, Nostalgia, and the Shaping of the Sensuous Self.' *Senses & Society* 4(1): 5–22.

ZARDINI, MIRKO 2016 'Toward a Sensorial Urbanism.' V: *Sensing the City: A Companion to Urban Anthropology*. Anja Schwanhäußer, ur. Berlin: Birkhäuser. Str. 141–156.

ŽIŽEK, SLAVOJ 1991 *Looking Awry: An Introduction to Jacques Lacan through Popular Culture*. Cambridge in London: The MIT Press.

ŽIŽEK, SLAVOJ 1998 'The Seven Veils of Fantasy.' V: *Key Concepts of Lacanian Psychoanalysis*. Dany Nobus, ur. London: Rebus. Str. 190–218.

IZVLEČEK

Članek obravnava vonjave in vonjanje ter njihovo vlogo v preobrazbah mestnega prostora v Ljubljani. Očrtuje postopke »očiščevanja« in »označevanja« vonjav, ki se, predvsem za namene razvoja turizma, odvijajo v starem ljubljanskem mestnem jedru. Gradivo je bilo zbrano s pomočjo v članku opisane metode čutnobiografskih sprehodov. Obe obravnavani etnografski vinjeti zadevata spominjanje cenjenih vonjav kave in njihovo povezavo z vsakdanjim življenjem v mestu. Prva vinjeta obravnava nostalgije spomine, druga »nostalgijo brez spomina«. Celotno razpravo uokvirja kritika nekaterih usmeritev v sodobni arhitekturi in urbanizmu, ki so se uveljavile tudi v Ljubljani in ki – kljub zatrjevanju, da ni tako – krepijo pozni kapitalizem.

Ključne besede: čutno spominjanje, čutne transformacije, kava, turistifikacija, Ljubljana

O AVTORJU

Blaž Bajič, docent, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo (FF, UL); Šola za humanistiko (Univerza Vzhodne Finske, Joensuu), blaz.bajic@ff.uni-lj.si