

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Sandi Abram**

**Od Grafita do grafita: ulične kreativnosti v primežu  
inkorporacijskih praks**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2009**

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Sandi Abram**

**Mentor: izr. prof. dr. Mitja Velikonja**

**Somentor: doc. dr. Gregor Petrič**

**Od Grafita do grafita: ulične kreativnosti v primežu  
inkorporacijskih praks**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2009**

Mitji in Gregorju B. za razprostiranje horizontov.

Familiji za neumorno napajanje tolmana navdiha.

Njemu, za to kar je bil in kar bo v spominu vedno ostal.

Odprite muzeje!

Odprite muzeje!

Po Evropi že strašijo

mrlični – ideje.

Odprite muzeje

za nacionalizem,

za mrtve ideje.

Odprite grobnice!

**R. I. P. !**

*Srečko Kosovel*

Integrali '26

## **OD GRAFITA DO GRAFITA: ULIČNE KREATIVNOSTI V PRIMEŽU INKORPORACIJSKIH PRAKS**

Diplomsko delo v prvem koraku obravnava medijsko reprezentacijo grafitiranja in street arta oziroma konstrukcijo vednosti o teh fenomenih v javnosti. Medijski diskurz se v analizi dojema, kot sistem z inherentnimi pravili, ki ustvarja lasten red dogodkov in lastno realnost. Rotacija medijske reprezentacije se zgodi po institucionalnem sprejemu grafitiranja v Mednarodni grafično-likovni center Ljubljana. Srčika drugega dela se ubada ravno s preizpraševanjem prevzemanja subkulturnih grafitov v različne kontekste in forme, ki je vse prej kot arbitrarno dejanje. Skozi primere se poskuša dokazovati, da ima današnje prežemanje vsakdanjika s subkulturnimi grafiti in drugim praksami le-teh preliminarno zasnovo v sami subkulturi, kar omogoča med drugim umestitev v galerijsko ustvarjanje. Ravno z institucionalizacijo ulične ustvarjalnosti se generira recipročnost med estetsko in blagovno inkorporacijo. Slednja je še najbolj problematična, saj se s transformacijo subkulturni elementi sprevržejo v (trivialne) potrošniške izdelke, subkulturne prakse pa v metode (gverilskega) oglaševanja. Zaradi nenehne dinamične transmisije grafitov med različnimi polji, proces označimo kot dialektično poetiko (subkulturnih) grafitov, ki jo nato žarčimo še v polje kibernetkega prostora, koder zopet najdemo persistajoče elemente umetniškega. Med spletno umetnostjo ter »kibernetскими grafiti in street artom«, se namreč riše tanka razmejitvena črta, ki je hkrati simptomatični primerek kontaminiranja inkorporativnih praks v še tako romantizirane »egalitarne prostore«.

**Ključne besede:** subkulturni grafiti, street art, diskurz, inkorporacija, kibernetki prostor

## **FROM GRAFFITI TO GRAFFITI: STREET CREATIVITY IN A VICE OF INCORPORATION PRACTICES**

The thesis in the first step discuss media representations of graffiti and street art, or the construction of knowledge about these phenomena within the public. Media discourse in the analysis is comprehended as a system with inherent rules, creating its own timeline of events, as well as its own reality. The rotation of media representation appears once graffiti are institutionally accepted into the International Centre of Graphic Arts of Ljubljana. The nucleus of the second part is dealing exactly with absorbing subcultural graffiti into different context and forms, while arbitrariness is in this act excluded. Throughout examples there is an attempt to prove that the present pervasion of the quotidian with subcultural graffiti and other usages of the latter have a preliminary scheme in the subculture itself, which furthermore enables the framing in the gallery writing. Precisely through institutionalisation of street creativity the reciprocity among aesthetic and commodity is generated. The latter is the most problematic, since transformations preverse subcultural elements into (trivial) consumer goods, and subcultural practices into methods of (guerrilla) advertising. Based on this continuous dynamical transmission, the process could be marked as dialectical of (subcultural) graffiti, where if looked through cyber-field, persistent art elements could be found. A thin distinction line between net art and »cybergaffiti« or »cyber street art« is drawn, simultaneously its a symptomatic example of how incorporative practices contaminate the so romanticized »egalitarian spaces«.

**Key words:** subcultural graffiti, street art, discourse, incorporation, cyberspace.

## KAZALO

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 UVOD .....                                                                                                                 | 7  |
| 2 INDIKATIVNA UVERTURA INKORPORIRANJA: MEDIJSKA<br>REPREZENTACIJA GRAFITIRANJA IN STREET ARTA .....                          | 10 |
| 2. 1 Pogled z vrha: meta analiza medijskega poročanja .....                                                                  | 10 |
| 2. 2 Kreativci s spreji: grafiti kot (iz)umetn(iče)nost? .....                                                               | 13 |
| 2. 3 Grafiti in street art na razpotju med umetnostjo in vandalizmom .....                                                   | 14 |
| 2. 4 Institucionalizacija ulične kreative skozi medijsko optiko .....                                                        | 17 |
| 2. 5 Reakcije v medijih kot indikator mejnih območij (ne)umetnosti .....                                                     | 20 |
| 2. 6 Ne-razpršenost medijske reprezentacije .....                                                                            | 22 |
| 3 ESTETSKO-BLAGOVNA INKORPORACIJA GRAFITOV IN STREET ARTA:<br>KOMODIFIKACIJA TER KOMERCIALIZACIJA ULIČNIH KREATIVNOSTI ..... | 24 |
| 3. 1 Zametki institucionalnih značilnosti .....                                                                              | 25 |
| 3. 2 Inkorporacija grafitov v polje visoke umetnosti .....                                                                   | 29 |
| 3. 3 Kombinacija štirih sten – začetek konca? .....                                                                          | 33 |
| 3. 4 Inkorporacija v kulturno industrijo: primarna in sekundarna faza komercializacije<br>.....                              | 36 |
| 4 OMNIPREZENTNOSTI UMETNIŠKEGA: VIRTUALNI »GRAFITI« IN »STREET<br>ART« KOT UMETNIŠKO DELO? .....                             | 41 |
| 4. 1 Spletna umetnost kot novomedijska umetnost.....                                                                         | 41 |
| 4. 2 Kibernetična umetnost: od <i>fikcije</i> k <i>realnosti</i> .....                                                       | 43 |
| 4. 3 Sistemi umetniškega osmišljanja na primeru spletne umetnosti: diskurzi, trošenje<br>in kapitali .....                   | 44 |
| 4. 4 O klicah (subkulturnega) »grafita« v kibernetškem.....                                                                  | 48 |
| 4. 5 Od teorije k praksi: grafiti kot simptomatičen primerek.....                                                            | 49 |
| 4. 5. 1 Tehnoroka kot alternativa organskemu .....                                                                           | 50 |
| 4. 5. 2 Ulične kreativnosti na internetu.....                                                                                | 52 |
| 4. 6 Stari umetnik(i), nov(a) tehnolog(ija): v kibernetičnem prostoru z digitalnim<br>sprejem v roki .....                   | 57 |
| 4. 7 Svet je eden, svetova nista dva .....                                                                                   | 60 |
| 5 ZAKLUČEK: ART(É)FACT?.....                                                                                                 | 61 |
| 6 LITERATURA .....                                                                                                           | 64 |

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| 7 PRILOGI.....                                    | 75 |
| Priloga A (analizirani teksti – tisk) .....       | 75 |
| Priloga B (analizirani teksti – televizija) ..... | 78 |

# 1 UVOD

Letošnje leto naj bi slovelo v duhu kreativnosti in inovacij na ozemlju Evropske Unije, vsaj tako pravijo novi stari oblastniki. Nasledilo je groteskno krilatico poprejšnjega leta, leta t. i. »medkulturnega dialoga«, vštevši vse prigode iz dežele na senčni polovici sončne strani Alp. Trobila piar bistroneumnosti kaj hitro podkrepijo navidez obetajoče si maksime, ko izjavljajo »kreativnost je gonilo za inovacijo in ključni faktor za razvoj tako osebnih, poklicnih, podjetniških in socialnih kompetenc, kot tudi blaginje vseh posameznikov v družbi«<sup>1</sup>. Kakor že rožnato lahko zvenijo te ad hoc sanje zeitgeista, pa nikakor ne moremo mimo obvezne skeptičnosti napisanega. Lenart J. Kučič je nedavno v Sobotni prilogi<sup>2</sup> skušal zaobjeti novodobno tolmačenje pojma *kreativnosti*, s katero se interpelira državljane in državljanke zdaj »enotne Evrope«, schengenske Evrope »brez meja« (no, seveda ob pogoju, da obenem članica ne gostuje kakega srečanja G8). Pravi, da je postala kreativnost v zadnjih dvajsetih letih precej razvrednoten pojem, a s še vedno zelo konkretnimi političnimi implikacijami. Demagogija, ki je vpeljevala dotično »kreativnost« (in posledično »inovacijo«) je izumila nove planetarne vulgate *a la* »kreativna industrija«, »kreativni delavec« in »kreativni razred« (ibid.). Mimikrija tega tipa zato ni le krčila socialne in družbene pravice novonastalega »terciarnega proletariata«, ampak tudi temporalno zamejila področje dojemanja kreativnosti izključno v polje ekonomske (in s tem bojda tudi družbene) prosperitete.

Vsekakor tovrstni miselni tokovi ne pustijo tolmačiti kreativnosti onkraj ustaljenih sistemskih tirnic in s tem posledično izključujejo v našem primeru tista, katerih ulica jim omogoča angažiran, kritičen ali subverziven naboj. Za kreativnosti plasirane na ulici smo zatorej zastavili, da so v »primežu«, kajti osredotočamo se na tiste limite kontekstov, v katerih se (okrnjeno) pojavljajo grafiti in street art. Trdimo, da so podvrženi inkorporacijam, ki (si pri)krojijo sebi ustrezen diskurz in vednost o teh fenomenih. Banalno, a vendarle indikativno za *inskrpcije*, bi tudi izbrani naslov diplomskega dela drugače konotiral, če bi bil zapisan z velikimi tiskanimi črkami, kot je to praviloma ponekod v navadi.

Če potegnemo črto, ravno na tej točki gnezdi teza pričujočega diplomskega dela: kako družbeni kontekst skozi proces inkorporiranja ustvarja vednosti o fenomenih –

---

<sup>1</sup> Pozdravni napis na internetni strani European Year of Creativity and Innovation (2009).

<sup>2</sup> 11. april 2009.

konkretno o grafutih in street artu – in kakšne so širše implikacije tega početja? Kaj se dogodi, ko delegirane sviloprejke družbenega sistema ovijejo samoeksistenčene ulične kreativnosti v kokone medijev, umetnostnih institucij ali pa kibernetskega prostora? Pri vsakem izmed teh momentov bomo poizkušali dokazovati, da se iz takšne bube v javnosti lahko izvijejo (nagačeni ali živi) metulji, ki si jih kaj hitro polasti polje umetniškega ali diskurz krojen po tej meri. Dobršen del spektra take produkcije potemtakem v bolj ali manj urbanih krajinah, nikakor ne (p)ostane uničujoči zapredek *a la* borovi prelci ustvarjalnosti, temveč po dikciji ustaljenih družbenih entitet sčasoma, mutira pod problematično oznako »nova kreativna in avtentična izrazna forma«.

Na primeru grafitov in street arta to konkretno pomeni, da se je polje subkulturnih grafitov v času svoje evolucije srečevalo s svojevrstnimi konstitutivnimi elementi, ki so se bolj ali manj spontano formirali v kreativno gibanje po vsem svetu, ignorirajoč vse dotlej ustaljene umetniške kanone. Naj si bo prvotna grafitarska subkultura kot taka ali njeni podmladki v obliki street arta, se vsi vselej srečujejo z erupcijo interesa, ki presega zanimanje zgolj v okviru izvajalcev in simpatizerjev vizualnih uličnih kreacij. Ta fokusni premik je podkovan s prvo širšo inkorporacijo subkulturnih grafitov v polje t. i. visoke umetnosti na Slovenskem in je odmeval tudi v medijskem bazenu.

Tisti redki poizkusi realizacij pristnih subverzivnih postulatov tako grafitarske kot streetartistične subkulture se zdijo bolj kot ne brca v temo, ko jih postavimo ob bok širšim inkorporativnim praksam, saj slednje, čeprav z dolгим omahovanjem, prinesejo vrsto premislekov ter uvid v paleto paradoksov in nekonsistentnosti, ki se dogajajo znotraj teh kreativnih formacij.

Poskušali bomo niansirati postopno generiranje tistega, kar na neki instanci zaznamo kot komodifikacijo ulične ustvarjalnosti in ostale konsekvence izhajajoče iz tega naslova. Poblíž si bomo pogledali tudi, kako *de facto* deluje že vpeljana recipročnost med estetsko na eni strani in blagovno inkorporacijo na drugi, pri čemer ne zanemarjamo optike sprejemanja bodisi subkulturnih grafitov bodisi street arta s strani tako zainteresirane publike potom medijev ali kibernetičnega prostora.

V poizkusu, da bi diplomsko delo čim boljše zaobjelo vse zastavljene nastavke, je razdeljeno na tri ključne dispozitive. Pri prvem prevprašujemo obravnavanje grafitov in street arta skozi medijskega poročanje, kjer slednje analiziramo skozi diskurzivno analizo izbranih medijskih tekstov. V drugem delu skušamo razgaliti, kaj tiči za inkorporacijo grafitov in street arta v umetniške institucije, katera je efektivno vplivala na rotacijo v

poprej analiziranih diskurzivnih formacij v slovenskih medijih. Ker je poblagovljenje posledično zadnji moment umeščanja teh kreativnih gibanj v institucionalno-komercialne vode, nam bo zatorej primer »grafiti video iger« služil kot priročen preskok k prevzemanju grafitov in street arta v kibernetični prostor. Zadnje poglavje bo zategadelj namenoma posvečeno virtualnim prostorom in izvajanju kreativnih oziroma umetniških praks v njem, saj je ravno ta »druga resničnost« nemalokrat predstavljena kot alternativno območje odrešeno preprek realitet(e), kar je vse prej kot dejanska situacija.

## **2 INDIKATIVNA UVERTURA INKORPORIRANJA: MEDIJSKA REPREZENTACIJA GRAFITIRANJA IN STREET ARTA**

Konstrukcija vednosti o obči realnosti, se v subjektivem univerzumu dogaja vse prej kot arbitrarno. Determinante, v katerih je jezik (kot ena ključnih konstitutivnih elementov subjekta) vpet, se razraščajo prek palete diskurzivnih praks, mednje tako gotovo spadajo one, ki gnezdijo v medijskem diskurzu. V našem primeru iščemo navezave medijskega diskurza v smislu instance, ki realnost o fenomenih grafitov in street arta šele kreira.

Poststrukturalizem s Foucaultom na čelu, je demantiral razsvetljensko paradigmo o procesu komunikacijskega informiranja, ki je slednjega razumel v liniji sporočevalca – komunikacijskega kanala – naslovnika. Namesto tega, je komunikacijski linearni tok raje tolmačil v smislu označevalne prakse, ki védenje o realnosti konstruira. V latentnem podtonu dotičnega razumevanja upovedovanja vednosti, pa tičijo diskurzivnemu polju inherentne reprezentacije, kajti šele slednje sprožajo označevalne prakse, ki rezultirajo v snovanju pomenov. In prav tu medijske reprezentacije (so)ustvarjajo (skupaj z drugimi diskurzi) imaginarij subjektive vednosti o realnosti. V širšem aspektu po Foucaultu namreč zgornji okvir ni nevtraliziran, temveč vse prej kot to: ravno prek diskurza se formira oblast in s tem specifično védenje (Bobnič in Abram 2008, 213–217).

Za našo diskurzivno analizo pomenijo na aplikativni ravni dozdašnji zastavki, fokusiranje na nekatere konstitutivne elemente medijskega diskurza. Konkretno se bomo v medijskih tekstih ubadali z vprašanjem komu je podeljena legitimnost sporočanja in kako je interpretirana, kakšna označevanja se uporablja, kam se fenomen kategorizira, kako poteka naracija in nenazadnje na katere druge diskurze se tekxi vežejo.

### **2.1 Pogled z vrha: meta analiza medijskega poročanja**

Pričujoča diskurzivna analiza bo skušala v slogu zgornje manire osvetljevati medijsko poročanje predvsem o grafitih, obenem pa tudi o street artu,<sup>3</sup> ki je pozicionirano v

---

<sup>3</sup> Največ analiziranega gradiva se koncentrira na tematiko grafitov, medtem ko se street art v medijskem poročanju znajde poredkoma. Tudi sami mediji do razstave street arta leta 2006 niso naredili diferenciacije

časovni interval v letih 2000–2007. V tem časovnem okviru bomo vzeli pod drobnogled medijske tekste, izvirajoče v prispevkih slovenskega tiska.<sup>4</sup> Ob preseku vsega medijskega poročanja je mogoče ugotoviti, da se vir informiranja o zastavljeni tematiki poleg medijev, ki priložnostno poročajo o le-tej, koncentrira okrog največjih slovenskih časopisnih hiš – Dela, Dnevnika in Večera. Iskanje medijskih tekstov je bilo sporoženo na iskalnikih, ki jih gostijo navedene časopisne hiše, in sicer tako, da se je v vsakega vpisala iskana beseda (tj. »grafit\*« oziroma »street art«). Pričujoča analiza je zato bolj indikativna za specifično časovno obdobje ter prostor ali kot opozarja že Kuhar »je [kritična diskurzivna analiza], tako kakor vse oblike diskurzivne analize, predvsem interpretativna in kvalitativna sociološka metoda, metodologija diskurzivne analize ne prinaša 'receptov' ali preverljivih in eksaktnih metodoloških pravil. Rezultati in sklepi raziskave so zato bistveno avtorsko delo« (2006, 121). Omenjena trojica časopisnih hiš objavi največ prispevkov, usmerjenih v občinstvo, a vendar se že ob prvem prerezu le-teh nakazuje izmuzljivost pojma, s katerim operirajo. Persistentna terminološka zagata, nanašajoča se na tolmačenje *grafitov*, se namreč (segmentirano) projicira v medijskih tekstih, koder se le poredkoma vpelje ločnica med grafiti, ki nastajajo v subkulturnem kontekstu, ter onimi, ki so odraz oziroma reakcija na aktualno (družbeno) dogajanje,<sup>5</sup> dasiravno ta divergentnost še vedno ostaja v nekakšnem latentnem podtekstu, saj se medijski izrazi povečini adaptirajo ravno na podlagi zaznave širšega konteksta, v katerem je bil grafit ustvarjen.

Implikacija zgornjega problema se frekventno materializira v generalizaciji interpretiranja grafitov, saj je ta razumljen na dihotomni osi vandalizem–umetnost/kreativnost,<sup>6</sup> kar se za prvo klasifikacijo najbolj jasno nakazuje na straneh kronike in odzivov bralcev,<sup>7</sup> za drugo predalčkanje pa predvsem v okviru institucionalizacije grafitov in/ali zakonitih poslikav, ki ga bomo v nadaljevanju tudi podrobneje analizirali. Tako eno kot drugo razvrščanje je med drugim, izpostavljeno

---

med grafiti in street artom, zato je tudi v nadaljevanju uporabljen večinoma termin in fokus na grafite, četudi lahko enake značilnosti ravno tako veljajo za street art. Enako velja za ostala poglavja.

<sup>4</sup> Kot komplementarno ilustracijo bomo na določenih mestih uporabili tudi televizijske prispevke, kot tudi spletne izdaje nekaterih časopisov.

<sup>5</sup> Da bi se izognili nadaljnji terminološki konfuznosti, bomo vpeljali sintagmo, ki poskuša reducirati ta problem: grafite, izhajajoče iz grafitarske subkulture (drugod so imenovani tudi kot avtorski, likovni), bomo imenovali *subkulturni grafiti*; ti naj bi se ravno zaradi lastnih specifik ločevali od drugih zidnih intervencij.

<sup>6</sup> Pojem kreativnost je na tem mestu uporabljen kot substitut ideji o »posvečeni« Umetnosti, pri čemer s tem obenem zajamemo plejado prispevkov o najrazličnejših (kreativnih) delavnicah, zajemajočih grafite. Problematiki tega vprašanja posvetimo več pozornosti v nadaljevanju.

<sup>7</sup> Za podrobnejšo analizo takega umeščanja glej Bobnič in Abram (2008, 219–228).

vplivom medijskega diskurza, ki vnovič konstruira naše zaznavanje, saj se (največkrat) enaka »dejavnost« reprezentira diametralno nasprotno – nelegalno postane legalno oziroma nasprotno. Medijski diskurz na specifičnem mestu intervenira prek mehanizmov, ki jih ima na voljo: tekst, selekcijo in klasifikacijo poročanja v različne rubrike, generalizacijo itn.

Zamegljeno tavanje po dotični meji poizkušajo (vsakodnevni) mediji poredkoma skristalizirati z objavo (socioloških) prispevkov, ki se poglobljajo v ekskluzivistično logiko (subkulturnega) delovanja piscev, četudi je vpeljana distinkcija, ki skuša zapolnjevati ta manko, največkrat motivirana s širšim (družbenim) dogajanjem, vezanim na grafite.<sup>8</sup>

Če že mora biti pridobitev pisane in govorne besede (tudi s strani grafitarjev<sup>9</sup> samih) o grafitih spodbujena, pa se po drugi plati večja frekventnost takšnih objav nahaja bodisi v komercialno orientiranih medijih bodisi v edinem mediju, ki ga lahko obravnavamo kot protagonističnega, in sicer Mladini. Ti bralce ažurno seznanjajo z aktualnim uličnim dogajanjem,<sup>10</sup> komplementarno k temu pa se poročanje hkrati največkrat podkrepi s fotografsko dokumentacijo.<sup>11</sup> Kombinacija fotografije, komentarja nanjo in novinarskega prispevka o uličnih akcijah s takim pristopom ne reducira grafitiranja le na *dejanje*, temveč posledično odraža širši družbeni in javni kontekst nastanka le-teh. Najradikalneje v tej praksi poseže tednik Mladina, saj celoten uporabljen diskurz (subkulturne) grafite reprezentira kot (sub)kulturo in javno komunikacijo, pri čemer je največkrat problematiziran tako komunikacijski deficit družbeno marginaliziranih skupin in posameznikov kot tudi javni prostor.

---

<sup>8</sup> Tukaj imamo v mislih predvsem porast tovrstnih objav po prvi relevantnejši inkorporaciji subkulturnih grafitov v polje t. i. visoke umetnosti, prek razstave »Grafitarji« leta 2004 (h čemur se bomo še vrnili), ne nazadnje pa tudi s kriminalizacijo le-teh ob periodičnih objavah na straneh črne kronike.

<sup>9</sup> V pričujočem diplomskem delu bomo, zaradi pomanjkanja prostora, prisiljeni uporabljati le moško obliko ustvarjalcev v grafitarski sceni, vendar s tem ne želimo vnovič reproducirati diskriminatornega odnosa do vseh predstavnic grafitarskega sveta.

<sup>10</sup> Dokumentirane so akcije raznih gibanj, npr.: »Tu je Slovenija« (Mladina, 24. december 2005), odzivi nanje »Tukaj je strah« (Mladina, 13. marec 2006), »Anarhiji naproti« (Mladina, 22. september 2003), ksenofobični napisi tipa »Cigani raus« (Mladina, 13. september 2004; glej tudi Večer, 14. marec 2001) in »Ukrajinke nezaželene v Ljubljani« (Mladina, 21. marec 2005) in drugi politični grafiti (glej npr.: Večer, 26. september 2000, Hopla, 13. april 2007).

<sup>11</sup> Večer, 8. november 2002, Večer, 9. november 2002, Večer, 22. januar 2003, Direkt, 10. junij 2006, Direkt, 16. marec 2007, Dobro jutro, 24. marec 2005.

V tem pogledu velja prav tako omeniti v letu 2007 sproduciran dokumentarec RTV Slovenija, naslovljen kar Grafit kriminal.<sup>12</sup> V tem se večinoma razvidno materializirajo ravno samouresničajoča se stališča o (subkulturnih) grafutih na podlagi že formiranih družbenih pozicij. Namreč v skorajda polurni reportaži sprejarskega dogajanja po slovenskih ulicah se prepleteno artikulirajo raznovrstni *pro et contra* grafitom, pri čemer v liniji nasprotnikov le-teh stojijo lastniki<sup>13</sup> oziroma »skrbniki«<sup>14</sup> posprejanih imovin. V vlogi antipoda tem interpretacijam pa nam dokumentarec s slikami in mnenji zagovornikov<sup>15</sup> osvetljuje tudi širšo družbeno plat nastanka grafitov.

Poslej se bomo analizo kanalizirali predvsem na medijsko reprezentiranje grafitov in street arta, ki slednje kategorizira v luči kreativnega oziroma umetniškega akta.

## 2. 2 Kreativci s spreji: grafiti kot (iz)umetn(iče)nost?

Med dejavniki, ki so vplivali na preoblikovanje percepiranja fenomena grafitov v javnosti, nadalje pa tudi street arta, so odigrali mediji relevantno vlogo, saj jih lahko dojamemo kot povezane z družbeno elito in ideologijo slednje, saj če sledimo Althusserjevi (2000) konceptualni shemi ideoloških aparatov države (IAD) vanje umešča tudi medije kot »informacijske ideološke aparate države«. Vendar kot opozarja, je

---

<sup>12</sup> Tu je ironično predvsem to, da nam, navzklic poskusu relativno objektivne reprezentacije obeh plati grafitiranja že sam naslov Grafit kriminal implicira enostransko problematično izhodišče. Sintagma Grafit kriminal namreč na denotativni ravni grafitiranje reprezentira kot kriminalno, deviantno dejavnost. Takšna označba postane latentni podton celotnega dokumentarca, ki poskuša kriminalizacijo pozicionirati skozi oba pola – tistih, ki kriminalizirajo, in tistih, ki so (ali so bili) kriminalizirani. Nadalje se oba pola pozicionirata skozi odsotnost novinarjevega narativnega glasu, kar je ideološka podstavka o objektivnosti zgodbe (»dejstva govorijo sama zase«, »viri govorijo sami po sebi«). Sintagma grafit kriminal pa ostaja tisti konstitutivni element, na katerem se gradi celotna zgodba in ustvarja pomen. V tem smislu je tudi sama percepcija oz. dekodiranje dokumentarca precej odvisno od subjekta percepcije in njegovega že obstoječega dojetja grafitiranja.

<sup>13</sup> Primer teh so denimo intervjuji z lastnico frizerskega salona na Trubarjevi in trgovko iz iste ulice; sem bi lahko umestili tudi pogovor s predstavnikom Slovenskih železnic.

<sup>14</sup> To so na primer policija (intervjuji so bili opravljeni z višjim inšpektorjem generalne policijske uprave, pomočnikom komandirja PP Postojna in poveljnikom Slovenske policije v pokoju), občina (do besede pride tako župan občine Postojna kot tudi predstavnica Zavoda za Turizem Ljubljana) in poklicni odstranjevalci grafitov.

<sup>15</sup> Horizont privržencev grafitov sega vse od intervjujev s sami grafitarji (slikar SikFak in študent grafičnega oblikovanja Mr.T) pa tja do kustosa, sociologa, komunikologa, fotoreporterja, pesnika, novinarja in režiserja. Kar zgovorno na tem mestu pade v oči, je tudi dihotomija med anonimizacijo še delujočih piscev in na drugi strani povsem osebno (torej z imenom, priimkom in kadrom obraza) pripovedovanje nekdanjih grafitarjev o izkušnjah s pisanjem po stenah.

pomemben predvsem soodnos do drugih družbenih entitet in njihovih ideologij.<sup>16</sup> V tej smeri se tudi specifični kulturni pomeni in vsebine ne oblikujejo avtonomno, temveč v odnosu do drugih diskurzov oziroma ideologij, gibajočih se v omenjenih krogih. Medtem ko je prej grafite praviloma definiralo polje represivnih aparatov države in pravni diskurz (glej Bobnič in Abram 2008, 219–228), so se IAD transformirali tako, da so preželi umetniški in kulturni diskurz, vezan na retoriko grafitov.

Mediji so kot neločljivo povezani z drugimi IAD v prezenci te prežeče dialektike pojmov, že zaradi same vpetosti med IAD, začeli iz novih referenc povzemati diskurz in reformulacijo tistega, kar se je dojemalo pod *grafit*. Za našo analizo relevantni kulturni pomeni so pod taktirko medijskega teksta doživeli preobrazbo v smeri terminologije, saj se je označevanje grafitarskih praks začelo razlagati ne več samo v inkriminacijski atmosferi, temveč so se mediji začeli zanimati tudi za *drugačne* grafite, kjer so bili ti največkrat subkulturnega izvora ter so bili obravnavani z umetniškega stališča.

### 2. 3 Grafiti in street art na razpotju med umetnostjo in vandalizmom

Razcepljenost med obema dimenzijama legalnosti (umetnosti) in ilegalnosti (vandalizma) nam najprej ilustrirajo novičarski naslovi tipa »Grafiti so in niso problem«,<sup>17</sup> kot tudi še bolj diametralno naravnani, kot na primer »Grafitarji na delu: umetnost ali huliganstvo«,<sup>18</sup> »Grdo čečkanje ali umetnina«<sup>19</sup> in ne nazadnje eksklamacije bralcev primera »Umetniški izraz ali vandalizem brez meja?!«<sup>20</sup>

V obeh zgledih sodba o umestitvi pod klasifikacijo (visoke) umetnosti (in izpeljav, generiranih iz te perspektive, češ da gre za predvsem nedeviantno, legalno početje), temelji bodisi na percepciji ustreznosti površine za sprejanje – ali kot pravi eden izmed lastnikov porisanih stavb »[...] ne bi bilo nič narobe, če bi za svoje ustvarjanje uporabili

---

<sup>16</sup> Spričo tega ne velja zanemarjati tudi konglomerata medijev, ki kroji vedno večje medijske oligarhije, saj te posedujejo čedalje več medijskega prostora. Povedano drugače je tudi »[z]načilnost slovenskega medijskega prostora danes [...] izjemno velika koncentracija, njena posledica pa je korporativizacija medijskega diskurza – podrejenost medijskih vsebin interesom njihovih lastnikov in največjih oglaševalcev« (Bašić-Hrvatini in drugi 2004, 89). V tovrstnem »akumuliranem« ozračju se ne samo prepletajo kulturne, ekonomske in druge elite, temveč se tudi IAD potencirano raztezajo prek le-teh.

<sup>17</sup> Večer, 12. avgust 2000.

<sup>18</sup> Večer, 8. julij 2000.

<sup>19</sup> Dnevnik, 6. september 2003.

<sup>20</sup> Večer, 17. marec 2007.

zadnjo steno garaž, ne pa fasado bloka»<sup>21</sup> – bodisi na podeljevanju dovoljenj avtoritet, ki imajo v rokah primat nad usodo premoženja,<sup>22</sup> kar se odraža v odzivu ravnatelja, saj pravi, »če bi se tisti, ki so grafit narisali, oglasili pri meni, bi jim z veseljem dovolil, da dokažejo svoje umetniške sposobnosti na kateri izmed drugih sten«.<sup>23</sup>

Početje grafitarjev se torej izogne sintaksi z delinkventno konotacijo ob predpostavki, da je grafit narisan v legalni atmosferi, kar pomeni avtorizirano selekcioniranje za to *primernih* površin.<sup>24</sup> Tako težnjo k izoliranju sprejanja naslavlja tudi posamični bralci, saj svetujejo, da »[č]as bi že bil, da bi v mestu določili nekaj sten, ki naj jih občasno prenovijo in poslikajo s svojimi resničnimi umetninami znani in neznani, priznani in nepriznani poslikavarji«,<sup>25</sup> ali kot izrazi stališče neki drugi bralec, so »[v] mariborski mestni občini povsem nepripravljeni na grafitarsko umetnost, saj niso določili posebne lokacije za poslikave z grafiti«.<sup>26</sup>

Odgovorni se tako največkrat znajdejo v položaju, ko se poskušajo prek medijev odzivati s (psevd)rešitvami, ki temeljijo na zgornjem pojmovanju grafitiranja. Hkrati pa postajajo regulacijska družbena entiteta, ki izumetničeno selekcionirajo grafite v polje vandalizma oziroma umetnosti. V Delu<sup>27</sup> na primer zapišejo, da »[p]oslikave podvozov, prehodov in zidov po pooblastilu župana vodi Alja Avguštin iz projektne pisarne Celje zdravo mesto, [...]« ali kot poroča Dnevnik<sup>28</sup> so se »na postojnski občini [...] težave [sic!] lotili drugače«, saj so, kot pravi župan »enega od grafitarjev [...] povabili k sodelovanju, spoznati pa bi želeli tudi druge, ki imajo takšno umetniško žilico. Z njimi bi se dogovorili, na katerih zidovih njihovi grafiti ne bi bili moteči, in bi jim za risanje dali tudi

---

<sup>21</sup> Večer, 8. julij 2000.

<sup>22</sup> Zanimivo zmes obeh kriterijev artikulira lastnica posprejane stavbe v disjunktivni izjavi, ki se glasi: »[n]isem tako prizadeta, da bi grafit takoj prepleskala ali zahtevala ukrepanje policije, saj je kar lušten. Vendar ni prav, da grafitarji to počnejo. Poleti smo obnovili fasado in za to porabili kar nekaj denarja« (Dnevnik, 12. december 2006).

<sup>23</sup> Večer, 24. avgust 2000.

<sup>24</sup> Razumevanje v tovrstni smeri se opazi v prispevku, kjer novinar zapiše, da »[...] morda ne bi bilo slabo, če bi avtorji grafitov tudi v Mariboru dobili svoj prostor pod soncem, kjer bi lahko legalno izražali svoje misli, in jim nihče ne bi očital vandalizma« (Večer, 12. avgust 2000). Za podoben »nasvet« glej tudi Večer, 17. marec 2007.

<sup>25</sup> Večer, 02. september 2004.

<sup>26</sup> Večer, 23. december 2005.

<sup>27</sup> Delo, 11. oktober 2006.

<sup>28</sup> Dnevnik, 12. december 2006.

dovoljenje. Menimo, da bomo tako preprečili risanje po fasadah in drugih objektih, kjer to ni primerno in se dela škoda».<sup>29</sup>

Kljub temu v medijsko areno poredkoma pronica tudi kakšna objava, za katero je legalizacija grafitiranja kontradiktorna s samim etosom grafita – ali rečeno skupaj s podnaslovom članka v Večeru bi pomenilo za grafitarje »[s]topiti v stik z oblastmi in prositi za ureditev površin za slikanje [...] samomor».<sup>30</sup>

Sodbo o (medijski) umestitvi pod oznako (visoke) umetnosti, ki opravičuje posege na steno, potemtakem predstavlja ravno kontekst ustvarjanja, zasnovan iz dveh elementov: pozicije ustvarjalne površine in/ali pooblastitve risanja.<sup>31</sup> Tezo nam dodatno utrjujejo periodične objave dotikajoče se (likovnih) delavnic in drugih prireditev, na katerih se »gostijo« grafiti, kajti medijski diskurz na teh mestih razlaga grafite in grafitiranje kot pristno kreativnost mladine, ki lepša zidove in se zatoj uporablja modificirana naracija. V Delu namreč beremo, da si bodo »z grafiti [...] popestrili počitnice«,<sup>32</sup> prav tako bodo »[p]odhoda pri Moderni galeriji in del podhoda pri Narodni galeriji od nedelje krasi[li] novi grafiti«,<sup>33</sup> rečeno drugače so »[m]ladi Litijani od 15. do 25. leta starosti [...] z risanjem grafitov precej pripomogli k lepši podobi sicer zmeraj hladnega betona litijskega podvoza«.<sup>34</sup> Da je regulirana estetizacija mestne podobe prek raznih dogodkov veliko bolj sprejemljiva znotraj medijskega diskurza, nam najbolj jasno nakaže prispevek,<sup>35</sup> kjer je vodja soboškega policijskega okoliša »profesorje likovne vzgoje in njihove nadarjene učence [...] povabil k lepšanju mesta«. Ti so se »[n]ajprej lotili nemarno popacanih zidov«, kjer je »[p]o nekaj urah dela stavba s svetlimi, izvirnimi in slovnično pravilno napisanimi grafiti [dobila] veliko prijaznejšo podobo«.

Beganja in dvomi o pravilnem umeščanju v eno izmed dveh danih sfer (ne)umetnosti dokazujejo pomanjkanje in s tem latentno potrebo po iskanju

---

<sup>29</sup> Tudi televizijski prispevek iz oddaje Magnet nas s poročanjem seznanja o podobni reakciji oblasti v Granadi, saj so »za njihove avtorje [...], vsaj v Granadi, napočili mirnejši časi. Mestne oblasti so jim namreč naročile, naj svoje zamisli brez zadržkov z razpršili nanesejo na stene 3-nadstropne podzemne garaže. Že res, da njihova ustvarjalnost ostaja pod zemljo, a je tokrat le priznana kot umetnost« (Počkaj 2006a)

<sup>30</sup> Večer, 8. december 2005.

<sup>31</sup> Domnevo nam potrjuje tudi dejstvo, da se ne glede na ustvarjanje v ilegalno urbanem ali legalnem zavetju forma določenih subkulturnih grafitov ne spremeni (i.e. *piecov*).

<sup>32</sup> Delo, 29. oktober 2002.

<sup>33</sup> Delo, 29. junij 2004.

<sup>34</sup> Delo, 23. maj 2002.

<sup>35</sup> Delo, 4. junij 2006.

»verodostojne« (in oprijemljive) družbene entitete, ki naj bi postavila jasne konsenzualne meje o kategorizaciji na umetniške in neumetniške grafito. Formulacijo tega zasledimo ob zapisu, kjer novinar pravi, da je »treba [...] potegniti črto, ki ločuje grafito od vandalizma«.<sup>36</sup> Kot bomo videli v nadaljevanju tega poglavja, to funkcijo deloma prevzamejo mediji, po dikciji diskurza ustvarjenega potom institucionalizacije, čemur bo podrobneje posvečeno naslednje poglavje.

## **2. 4 Institucionalizacija ulične kreative skozi medijsko optiko**

Sledeč zgornji ambivalentnosti predalčkanja je leta 2004 nastala sprememba znotraj medijske reprezentacije subkulturnih grafitov. Motivacijski sunek treh dnevnih časopisnih poročevalcev z največjo frekvenco objav k prikazu subkulturnih izdelkov z umetniško avro, razen v redkih izjemah,<sup>37</sup> sovpada s prvo večjo inkorporacijo subkulturnih grafitov v polje t. i. visoke umetnosti, vršече se leta 2004 v prostorih Mednarodnega grafično-likovnega centra v Ljubljani.<sup>38</sup>

Iz analiziranega dnevnega tiska, je razvidno, da je v obdobju 2000–2007 skoraj na sredini tega intervala nastala močna zarez: umestitev grafitov med galerijske stene je povzročila zelo relevanten zasuk pri ubesedovanju in prezentaciji grafitov. Diskurz s pozitivno konotacijo, kakršnega so bili poprej deležni le izdelki, nastali v okviru grafitiranja na raznih delavnicah in festivalih, se je razširil tudi v druga polja, kar je konkretno potencirala ravno institucionalizacija grafitov v galeriji, datirana iz leta 2004.

Četudi je bila medijska omemba grafitov poprej v veliki meri izpostavljena bodisi kriminalizaciji nasprejanih stvaritev in/ali objavam s pozitivno konotacijo le ob ustvarjanju v legalnih kontekstih, je le-ta po novem rotirala v drugo smer – diskurz se je adaptiral prek inkorporacije v etabrirane umetniške sisteme. Medijski diskurz je temeljil in potemtakem izhajal iz apriorizma legalnega ustvarjanja, ker je (z medijskega vidika) moč le znotraj takega konteksta sploh soditi o pozitivni noti grafitov, naj si bodo ti subkulturnega ali drugačnega izvora.

---

<sup>36</sup> Večer, 12. avgust 2000.

<sup>37</sup> To so objave v Večeru (12. avgust 2000, 29. avgust 2000, 21. avgust 2002, 5. julij 2003) in Delu (30. oktober 2002, 11. maj 2002, 19. julij 2003).

<sup>38</sup> Nadaljevanje tega trenda ohrani inkorporacija druge ulične umetnosti, in sicer street arta leta 2006.

Iz zapisanega zatorej sklepamo, da so deficit informacij zapolnili umetnostni sistem in njegovi interpretatorji kot tudi (tedanji) udeleženci razstave, kar nam hkrati dokazuje prostran vpliv umetnostnega polja glede razlaganja, *kakšni* oziroma *kateri* grafiti so *Umetnost*. Vzporedno s tem so ti pojasnjevalci postali nove medijske reference glede grafitov in street arta in obenem privzeli evalvacijsko funkcijo le-teh. Do besede so se na novo dokopali grafitarji in street artisti, pri čemer so bili medijske pozornosti deležni le tisti, ki so se sprehodili čez institucionalne prostore,<sup>39</sup> ker naj bi najbrž tako poosebljali avtentičnost subkulture z izkazano uradno afirmacijo. Prek intervjujev so deloma poskušali izkristalizirati lastno kriptografijo, mistiko in delovanje subkulture,<sup>40</sup> obenem so jim pri tem priskočili na pomoč vzhajajoči (medijski) interpreti grafitarske in streetartistične scene – naj si bodo to kustosi,<sup>41</sup> (raziskovalni) novinarji,<sup>42</sup> študentje,<sup>43</sup> kritiki<sup>44</sup> ali fotografi.<sup>45</sup>

Medijska reprezentacija, vkomponirana med najbolj frekventne časopisne poročevalce, se je posledično tako delno distancirala od poprej dominantnega diskurza z delinkventno oziroma vandalsko naracijo, vendar le ob afirmaciji (tokrat subkulturnih) kreacij v umetniških institucijah, saj naj bi te določile avtentične reprezentativne subjekte.<sup>46</sup>

---

<sup>39</sup> Medijska zainteresiranost se venomer pokaže ob (vabljenih) obiskih že uveljavljenih grafitarjev (oziroma nekdanjih grafitarjev) v okviru najrazličnejših prireditev. Taki primeri so: Logan Hicks (Dnevnik, 7. maj 2004, Mladina, 17. maj 2004), Foldvardi (Večer, 5. april 2005, 09. april 2005), Smith (Nedelo, 18. februar 2007), Mateja Sever (Ona, 3. maj 2005), Brener (Večer, 24. junij 2000).

<sup>40</sup> Glej Ona, 3. avgust 2004, Ona, 3. maj 2005, Delo, 22. maj 2006, Dnevnik, 22. marec 2004, Večer, 8. december 2005.

<sup>41</sup> Ali kot pojasnjuje kustos razstave Street arta v MGLC Božidar Zrinski, je »[s]treet art pri nas povsem mlada stvar, prisoten je približno pet do šest let« in nadaljuje, da »pri nas obstaja le peščica (15 do 20) ljudi, ki se izraža s street artom [...]« (glej Dnevnik, 16. marec 2006).

<sup>42</sup> V Delu (23. marec 2004) denimo beremo o generalizirani reprezentaciji grafitarjev začenši z »[k]do je grafitar? Grafitar rad riše in skicira. Živi dvojno življenje – podnevi in ponoči, ima ime in vzdevek. Ima seveda hitre noge... Spreja tudi pozimi. Ne riše na spomenike, umetnine in čez grafite drugih sprejarjev«; glej tudi Polet, 25. marec 2004, Delo, 15. marec 2006, Delo, 20. januar 2007, Večer, 14. april 2004, Večer, 18. marec 2006, Večer, 6. december 2005.

<sup>43</sup> Prispevek v Oni vključuje primesi skoraj vseh interpretov grafitarske scene, med drugim pojasnjevanje »študent[a] na filozofski fakulteti, ki se je z uličnim risanjem dodobra seznanil v srednji šoli« (Ona, 3. avgust 2004); glej tudi intervju z diplomirano sociologinjo v Delu (13. maj 2004).

<sup>44</sup> Na primer recenzija razstave Grafitarji je pomenljivo naslovljena, kar z »Grafiti zunaj konteksta« (Delo, 11. maj 2004), medtem ko novinar v Nedelu (4. april 2004) o taisti razstavi med drugim meni, da »[t]ivolski center deluje kot narobe obrnjena srajca. Grafitov [...], ki svoje kratkoživo življenje živijo na najbolj izpostavljenih javnih lokacijah, namreč ne ponuja na fasadi [...], temveč v notranjosti, v zavetju institucionaliziranih zidov. Torej v povsem umetnem kontekstu«.

<sup>45</sup> Glej Delo, 29. december 2005, Delo, 24. maj 2006. Samokritično jemano tudi pričujoče delo ni nič drugega, kot posrednik med javno sfero in ekskluzivno sfero subkulture.

<sup>46</sup> V tem polju je zanimiva tudi novica na Dnevniku (20. april 2007), četudi poročajo o tujem ustvarjalcu; prek tujih agencij namreč navajajo, da »[g]rafiti uličnega umetnika Banksyja dosegajo rekordne cene,

Identičen slog reprezentiranja grafitarske subkulture in subkulture street arta se je nato začel zrcaliti domala pri vseh drugih medijih, všteti televizijo, kar je bilo na eni strani najbolj opazno skozi povečano objavo prispevkov, nanašajočih se na zdaj že etablirane grafitarje in street artiste oziroma njihove crewje,<sup>47</sup> delujoče tako znotraj meja Slovenije,<sup>48</sup> kot tudi na drugi strani prek tv-prispevkov o dogajanju na mednarodni sceni.

Kot primere takšenega načina reprezentacije na televiziji lahko navedemo tri prispevke RTV Slovenija iz leta 2006, pri katerih se reflektira metamorfoza v razlaganju zdaj že *umetniških* grafitov, četudi tokrat postavljenih le v mednarodno okolje. V Dnevniku na RTV Slovenija<sup>49</sup> se tako seznanimo z dogajanjem v Španiji, kjer so se »s posebnim likovnim ustvarjanjem [...] spomin[ili] 125. obletnice rojstva velikega Pabla Picassa.« Namreč, kot poroča v nadaljevanju novinar, so »v slovitom madridskem muzeju kraljice Sofije, kjer je razstavljena tudi Picassova najbolj znana slika Guernica, [...] pripravili skorajda tekmovanje najboljših risarjev grafitov – urbane likovne govorice, ki je vzniknila ob koncu 60. let prejšnjega stoletja v New Yorku. Tudi variacije na temo Picasso in njegovi likovni svetovi so tako kot iztočnica – izzivalni.« Skorajda minuten prispevek s sliko in intervjuji predstavi stališča in interpretacije stenskih stvaritev treh udeleženih grafitarjev.

Nič manjšega odklona od zgornje konstrukcije, kjer prevladuje pozitivna konotacija *umetniške* ustvarjalnosti, ne izraža niti prispevek<sup>50</sup> v oddaji Magnet,<sup>51</sup> začeni z nevtralno naracijo:

---

vseeno pa so delavci komunale v Londonu mislili, da gre pri eni od umetnin za navadno 'kraco' in so jo prebarvali [...] ter s tem uničili 450.000 evrov vredno umetniško delo.«

<sup>47</sup> Zuodar (2004, 15–16) definira formiranje crewjev, kot jih poznamo danes, prek procesa, kjer so se najprej samostojni writerji začeli povezovati v skupine – t. i. crewje, kjer je bil »sistem delovanja posameznika znotraj skupine [...] podrejen njegovemu položaju znotraj le-te, tega pa sta določali njegova risarska in tehnična spretnost. Vodja grafitarske skupine je bil ponavadi najbolj izkušen član in najboljši *writer*. Ta je pripravljaj predloge, izbiral teren za poslikave ter slikal najdelikatnejše dele mojstrovine (*piece*), za katere je menil, da jih lahko naredi le sam. Funkcije ostalih članov so se delile na barvanje (*coloring, filling*), risanje robov oziroma obrobjanje (*outline*) in na tiste, ki so kontrolirali nepotrebno kapljanje (*drip*) barve in jo v takšnih primerih brisali« (ibid.).

<sup>48</sup> Glej npr.: City Magazin, 5. maj 2006, Dobro Jutro, 3. november 2006, Žurnal, 5. april 2007, Mladina, 19. september 2005

<sup>49</sup> Ambrožič (2006).

<sup>50</sup> Ter sorodna reportaža, kjer so ravno tako v isti oddaji imeli priložnost poročati o planiranem rušenju stavbe v New Yorku, »ki [...] je [grafitarjem] dolgo bila varen pristan, kraj, kjer so nemoteno poslikavali stene, prirejali umetniške večere in kjer so se nazadnje stkala mnoga prijateljstva [...]. Stavba bo namreč kmalu postala stanovanjska« (Počkar 2006b).

<sup>51</sup> Kožar (2006).

Blokovska pročelja so kot nalašč za grafite. Ti so v prestolnicah, kot je New York, že pravi mestni simboli. Zdaj pa so v Brooklynu zasedli še galerijo. Čeprav gre za grafite na platnu, so se sprva umetniki kalili zunaj [...]. Medtem ko se je grafitni razcvet v mestu, ki nikoli ne spi, začel v 60. letih prejšnjega stoletja – tudi zaradi popestritve zunanjih mestnih površin, pa v zadnjem desetletju krasi notranje prostore.

## 2. 5 Reakcije v medijih kot indikator mejnih območij (ne)umetnosti

Ulične posege so kljub vsemu, ne glede na obliko in izvor, v medijskih tekstih še najprej nemalokrat etiketirali z deviantnimi pridevniki, predvsem so bili konkretne tarče nadaljnji politični in recimo temu »neumetniški« grafiti.<sup>52</sup>

Vendar se je poleg določene spremembe pri ubeseditvi v časopisnem prostoru sočasno znašla še ena novost, in sicer je to bil odziv javnosti na inkorporacijo subkulturnih grafitov v visoko umetnost, konkretnije odziv bralcev, razdeljen na dve sekciji. Med prvo lahko umestimo lastnike popisanih stavb, ki ga najbolj simptomatično ponazarja prispevek v Delovi rubriki Mnenja.<sup>53</sup>

Zadnje čase čitam precej hvale na račun 'grafitnih umetnikov'. Da, celo knjige o njih in razstave imajo! Nihče pa ni doslej postavil jasne prelomnice med njihovo [grafitarsko] dejavnostjo, ki meji na eni strani na posebno zvrst umetnosti in zapolnjevanja nekaterih golih betonskih sten, na drugi pa 'škropijo' ti umetniki ali pa njihovi aplogeti črno in druge barve po obnovljenih pročeljih hiš [...].

Drugi blok, ki ne ostane apatičen glede premika subkulturnih grafitov med visoko umetnost, spada v krog predstavnikov etablirane umetniške srenje. Ta se kakopak izogne Williamsovemu (1997, 7) pojmovanju kulture kot navadne in raje ubere klasično različico elitističnega vidika, kjer prek medijskih tekstov poskuša ohranjevati sterilnost umetniškega polja in grafite razume kot manjvredno dejavnost nekultiviranih posameznikov, ki na lastno pest kolonizirajo tako zasebne kot javne prostore mesta.

---

<sup>52</sup> Glej Delo, 11. marec 2005, Slovenske novice, 19. januar 2005, Slovenske novice, 30. november 2005, Delo, 9. junij 2006, Delo, 16. februar 2006, Delo, 20. oktober 2006, Direkt, 10. junij 2006, Dnevnik, 27. januar 2005, Dnevnik, 20. oktober 2006, Večer, 7. junij 2006.

<sup>53</sup> Delo, 16. april 2004.

Priznani arhitekt in oblikovalec stolov Janez Suhadole naslovi svojo refleksijo na institucionalizacijo grafitov kar s »Tiranija grafitov«, <sup>54</sup> v kateri »se [mu] zdijo grafiti odvratne in odurne prikazni. Ob pogledu na te packarije m[u] gre v glavnem na bruhanje«, med drugim pa zapiše tudi naslednje: <sup>55</sup>

Če bi imel kaj več besede, bi kustosinjo Moderne galerije <sup>56</sup> v Ljubljani [...] že davno ovadil na sodniji. Obtožil bi jo podpihovanja in nagovarjanja k uničevanju družbene in zasebne lastnine. Omenjena umetnostna zgodovinarica urbi et orbi promovira ljubljanske grafitarje in razglša grafitarstvo za početje posebnega kulturnega pomena za slovenski narod in kulturo. Brez tega početja bi se ji zdela podoba mojega rodnega mesta pusta in prazna. Grafitarjem in njihovim izdelkom prireja razstave v eminentnih razstaviščih, tiska jim drage kataloge, tako kot se to dela za velike umetnike in umetniške dosežke. Gospa Liljana Stepančič meni, da so ljubljanski grafiti velike umetnine.

V nadaljevanju svojega razmišljanja ironizira potencialni pozitivni trend grafitiranja, v katerem lahko hkrati percipiramo latentne prvine moralne panike, kajti po njegovem mnenju »bo duh dokončno ušel iz steklenice; nobena sila ga ne bo več spravila nazaj« (ibid.).

Komplementarno z zgornjim razmišljanjem se umešča tudi intervju <sup>57</sup> z dr. Damjanom Prelovškom, umetnostnim zgodovinarjem in nekdanjim direktorjem generalnega direktorata za kulturno dediščino ministrstva za kulturo, saj slednji pravi:

V Ljubljani [...] je to početje [grafitiranje] praktično legalno, mestne oblasti ga pravzaprav podpirajo, saj je županja pred meseci celo odprla razstavo grafitov. Pripomnil bi, da se s tem poškoduje tuja lastnina, ki z umetnostjo nima najmanjše zveze. Obzorje teh avtorjev so ameriški in japonski stripi, dlje ne sežejo. Pred kratkim je upravnik stadiona navijaški skupini Green Dragons naročil, naj prebarva zidove. Na ministrstvu smo jih prijavili inšpekciji za umetnost in kulturno dediščino, oni pa so trdili, da to sploh ni spomenik. Kaj se je zgodilo? Ministrstvo je naslednji dan na svoji novi fasadi dobilo grafit: Če ne smemo na stadionu, bomo pa tukaj!

---

<sup>54</sup> Delo, 24. junij 2006.

<sup>55</sup> Podobno držo kot naslednji sestavek ohranja tudi v naslednjem pismu bralcev, objavljenem ravno tako v Delu, 13. april 2007.

<sup>56</sup> Na tem mestu je napačno navedeno ime umetnostne institucije, saj je gospa Liljana Stepančič kustosinja v Mednarodnem grafično-likovnem centru.

<sup>57</sup> Delo, 10. oktober 2005.

Sublimno pozicijo *prave* Umetnosti in ogrožajočih implikacij grafitov konsistentno zagovarja tudi v nadaljevanju:

Mene je sram, ko pripeljem tuje arhitekto v Ljubljano in se glasno čudijo, kako je vse umazano. Od Prešernovega spomenika, kjer je lastnik grafita celo podpisan, do spomenikov pred Nukom, Gregorčičevega spomenika ... To ni smešno, to je uničevanje in poškodovanje tuje lastnine. Barva se zažre v kamen in zelo težko jo je odstraniti. Poleg tega grafiti kažejo tudi, da v mestu vlada anarhija. Če greste čez Čevljarški most, pogledajte Zlato ladjico, hišo v središču Ljubljane, vso propadlo, umazano. Tam se vprašam: Kje smo, kje živimo?

Seveda na tem mestu nočemo posploševati dojemanja (subkulturnih) grafitov kot pojava, ki kontaminira urbani prostor, na vso »kulturno elito«, <sup>58</sup> temveč poudarjamo nekakšen samoobrambni refleks prevzema nove kreativne forme v visoko umetnost pri nekaterih predstavnikih, delujočih pod okriljem področja umetnosti.

## 2. 6 Ne-razpršenost medijske reprezentacije

O medijski reprezentaciji, ki se suče okrog grafitov in street arta lahko porečemo, da je vse prej kot nevtralna in arbitrarna. V ozadju se preigrava specifičen diskurz s sebi lastnimi mehanizmi. Generalizacija, naturalizacija, odsotnost širšega konteksta, stereotipizacija so le nekateri dejavniki, s katerimi se je pomen street arta in grafitov ogradilo v medijskem poročanju in posledično diskurzu. V naslednji instanci smo v analizi, obelodanili centre družbene moči, ki ravno potom diskurza konstruirajo vednost o pomenih, a slednji ne delujejo atomizirano, temveč venomer v (so)odnosu z drugimi diskurzi. Zadnje se je simptomatično nakazovalo, pri rotaciji medijskega diskurza po prvi razstavi grafitov v Mednarodnem grafično-likovnem centru leta 2004, ko so se je medijsko poročanje naravnalo na drugo frekvenco diskurzivne prakse. Kaj je privedlo do

---

<sup>58</sup> Pa tudi na vso javnost. Reakcije slednje v medijih niso apriori nujno negativne; primer je mnenje bralca v Delu (29. junij 2004), kjer pravi, da »ne razume[...] kratkovidnosti ljubljanskih mestnih oblasti, [saj] [...] so dale tik pred obiskom švedskega kraljevskega para prebarvati z dolgočasno sivo barvo vse grafite na bregu Ljublanice ob Tromostovju. Kraljevski par [...] so prikrajšali za umetniško doživetje, ki je v naši prestolnici tako cenjeno, da ga meščani uživamo v naravi in razstavi«.

umeščanja grafitov (in nato še street arta) med umetniške stene, ki je pogojevalo zgornji diskurzivni zasuk in zamajalo tla v medijskem poročanju, pa se detajlno posvečamo na nadaljnjih straneh.

### **3 ESTETSKO-BLAGOVNA INKORPORACIJA GRAFITOV IN STREET ARTA: KOMODIFIKACIJA TER KOMERCIJALIZACIJA ULIČNIH KREATIVNOSTI**

*Grafiti niso najnižja oblika umetnosti. Čeprav se je treba vso noč plaziti naokrog in lagati mami, je dejansko ta umetniška oblika najbolj iskrena izmed vseh. Tu ni nobenega elitizma ali vrveža, razstavlja se na nakaterih najboljših stenah, ki jih mesto lahko ponudi, in nikogar ne odvrne višina vstopnine.*

*(Banksy 2005, 9)*

Da bi lahko pojasnili, kako lahko institucionalizacija privede do nekakšne implozije vednosti, kot je to denimo počela pri diskurzu »četrte veje oblasti«, je potrebno stopiti korak nazaj. Preliminarna zasnova prevzemanja grafitov in street arta v različne kontekste, se namreč nahaja v sami subkulturi – točneje v specifičnem naboru konstitutivnih elementov, ki ne vodijo le v paradoksne ter ambivalentne situacije, ampak lahko rezultirajo tudi v kreiranju turbulentnega ozračja znotraj same subkulture. Ti pogoji na naslednji stopnji legitimirajo galerijsko ustvarjanje, slednje pa ravno na točki institucionalizacije ulične kreativnosti bodisi subkulturnih grafitov bodisi street arta, generira recipročnost med estetsko in blagovno inkorporacijo. Poglejmo si korak za korakom kako.

### 3. 1 Zametki institucionalnih značilnosti

*Mnogo ih dođe, bude i na kraju ode  
Samo prave ekipe u igri ostanu i do kraja vode  
Crewovi se lome i boje kad drotovi gone  
Ovo je za prave, one koji ovo u duši vole!*

*(Frenkie ft. Edo Maajka – Overdose)*

Določene specifičnosti, ki jih zaznamo pri postavljanju grafitarske subkulture v legalni kontekst, imajo tovrstne nastavke že v sami subkulturi. Macdonaldova (2001) nam ponuja osnovo za vzporedno primerjavo med institucionalnimi prostori in pozicijami, ki jih ponujajo legalne površine, še posebej pa Hall of Fame (HOF), saj pravi: »[HOF] so 'legalna' področja risanja, največkrat košarkarska igrišča ali igrišča, kjer lahko uveljavljeni grafitarji rišejo, ne da bi jih pri tem ovirala policija oziroma drugi ilegalni dejavniki. Kakor umetnostne galerije te kraje frekventno obiskujejo drugi grafitarji, pri čemer le-ti prihajajo od daleč po svetu ter fotografirajo razstavljene *piece* za prikaz in medsebojno izmenjavo« (Macdonald 2001, 90).

Nekatere legalne lokacije v Ljubljani<sup>59</sup> kažejo na prej omenjene tipičnosti, saj so, kot pravi Zrinski, tam »začeli nastajati 'drugačni' grafiti« (Zrinski 2004, 53), pri čemer nam ta drugačnost ni pojasnjena.

Relevantno se je zatorej omejiti na specifičnost ustvarjanja na Metelkovi, saj se na taistem kraju kaže posebnost prej omenjenega *Hall of Fame*. Zaradi omejenosti prostora in same predispozicije legalnega ustvarjanja writerji niso izpostavljeni razmeram ulice – dejstvo pa je, da ravno te narekujejo, katero od »podzvrsti« grafitov bo določeni avtor izbral, ne da bi ga pri tem zasačili. Povedano drugače, grafitar se lahko skladno z adaptacijo k naravi in morfologiji ulice odloči za »specializacijo« v prakticanje izključno, časovno gledano, hitrejših tehnik sprejanja, kot je na primer izvedba *bomberjev* oziroma *throw-upov*,<sup>60</sup> konec koncev morebiti tudi *antistila*.

---

<sup>59</sup> Zrinski specificira tri, in sicer: območje nekdanje vojašnice na Metelkovi, opuščeno tovarniško območje blizu BTC in ob južni ljubljanski obvoznici (Zrinski 2004, 53). Po »zaskvotanju« zapuščene tovarne Rog pa se je tudi tam povečala pogostost ustvarjanja grafitov.

<sup>60</sup> Pri tem je treba omeniti, da bo tovrsten grafitar najbrž izvzet iz institucionalnih prostorov, saj ne bo zadoščal merilom, ki jih je zadal Zrinski (kot kustos prve umetnostne razstave grafitov v Sloveniji), saj je

Vzpostavljeno nevtralizirano ozračje (v primerjavi s »pastmi« ulice) na legalnih lokacijah potemtakem zahteva in sooblikuje nujo ter posledično večinski konsenz znotraj subkulture po ustvarjanju najzahtevnejše oblike grafitiranja. Zatorej se tudi na tovrstni – prostorsko okrnjeni – lokaciji insistira pri predpostavljenem vrstnem redu *crossanja*,<sup>61</sup> vsakršno neupoštevanje teh nenapisanih konvencij pa se dojema za eksces oziroma kot aktivacija konflikta, pri čemer ta največkrat preseže meje legalnih zidov.

Reprezentaciji »notranjega boja« v grafitarski subkulturi, smo bili priča prek klinopisa EGOTRIP na eni izmed treh sten ljubljanskega Hall of fame pozicioniranega na Metelkovi. S tem dejanjem so bile prekoračene meje tolerance določenega števila grafitarjev (ki naj bi se v osnovi držali prej omenjenih uzanc na tem področju), saj je bila na ta način stena devastirana in potemtakem neuporabna do nadaljnje renovacije. Na prvi pogled je dejanje nerazumno, saj so grafitarji kot izvajalci tovrstnega dejanja s tem sebi delali škodo, vendar je treba upoštevati igro moči med crewji, ki v končni fazi pomeni prevlado in »lastninjenje« določene lokacije in mesta. Ta igra se skoncentrirano manifestira prav na omejenih enotah ustvarjanja, še posebej, če so ta prizorišča odraz dogajanja v subkulturi in ne nazadnje izpostavljena očem javnosti in segmentu (tujih) grafitarjev.

Pri konkretni situaciji gre za konflikt med predstavniki ZEK crewja ter EGOTRIPOM, ki ga reprezentirata med drugim tudi grafitarja Ash in Joke42. To trditev na enem izmed forumov skozi svoja stališča do posega na steni nazorno izrazi Artnak (ZEK crew):

Sedaj pa kar se tiče Egotrip pristopa. Osebnost me ne moti, dokler se spoštuje dela ostalih. Kreativnost nima meja, kot tudi ne destruktivnost. In za Asha si upam trditi, da je genij. Njegove ideje so vrhunske, kot tudi likovna izraznost. Joke42 pa je žal samo produkt

---

po njegovem mnenju razstava opravičljiva v umetnostnem polju, če s tem grafitarji »pokažejo res tisto, kar zmorejo narediti s tem sprejem« (Zrinski v Bulc 2005, 177), kar pa pomeni, da prevladuje estetsko vrednotenje, ki pa je drugačno od kriterijev z ulice (Bulc 2005, 177). *Bomber* ali *throw-up* v galeriji ne bo cenjen, kvečjemu bo lahko prikazan kot eden izmed »podžanrov« grafitiranja. Homogenizirano in kvazi soglasno vrednotenje na dobro in slabo na podlagi estetike smo seveda opazili tudi v prejšnjem poglavju. Za razlago o specifičnih tehnikah grafitiranja glej »Slovar izrazov« v *Časopis za kritiko znanosti* (231–232): 20–24.

<sup>61</sup> Castleman (1995, 43–46) razlaga *crossanje* kot umetnostno kritiko drugih grafitarjev (ta se nanaša na presojo o doslednem in nedoslednem delovanju grafitarja), saj se riše čez avtorjev obstoječi grafit, lahko se ga tudi samo prekrije s throw-upom oziroma z obrisom napisa ali pa se ga v najslabšem primeru samo počeka s parolo. Variacija takega normiranja se vrši tudi na zidovih Metelkove, saj naj bi se s *crossanjem* sprijaznil vsak, ki na tem mestu ustvarja; vendar pa zopet veljajo specifična »pravila igre«, in sicer naj bi se prikrivali najprej starejši grafiti, tisti, ki še niso »na nivoju«, počekani grafiti, itd.

neznanja, destruktivizma in ene velike želje, da riše. [...] Vendar se je odlično zavaroval; ime »egotrip« jim [crewju EGOTRIP] ne brani nikakršne žalitve in intervencije tudi na spomenik. »Joke« ime pove, da se raje nasmej, saj je vse ena velika šala. In Antistil kot opravičilo za vsakršno potezo, ki nima likovne vrednosti. Torej povzetek iz tega lahko sledi, da lahko naredi katerokoli stvar in funkcionira, pa naj se trudi ali ne trudi, odgovor je v samem posegu. Super. Vendar potemtakem se ne sodi niti t.i. Stilu. In ne, Joke ni nikoli znal stila, kot sam govori v intervjujih, in da ga je nadgradil.

O samem delu na Metelkovi – klinopis. Kot ze nič kolikokrat povedano, a nikoli še zapisano; stvar ima pridih svežine, a samo v ideji. Na področju estetike in tipografije ni dovršena. Stvar se lahko vzame v zakup, ker je noviteta. In – kot nas nekateri poimenujete – užaljeni grafitarji, naj še navedem razlog. Stvar bi bila odlična, če bi bila na zunanji strani Metelkove, kjer se HOF ne obnavlja. Lahko tudi kje drugje, kjer bi imelo isti vpliv. A ker so šli čez naše grafite (in grafite prijateljev iz tujine) s tako stvarjo: če bomo kdaj želeli nadaljevati, jo bomo morali renovirati, zato se mi zdi to žalitev in podjebavanje [...] (Artnak 2006a).

Bolj subtilni termini so uporabljeni v reviji Klik (2006b, 30), kjer lahko z vpogledom v kontekst dogajanja zaznamo svarilo *writerjem*:

Mej ni! So pa pravila. Mislim, da se mnogi tega ne zavedajo. In ne samo naročniki. Tudi nekateri umetniki. Iščejo neke revolucionarne ideje in naredijo vse, samo da ne bi bilo konvencionalno, kar v osnovni ideji sploh ni slabo, pravzaprav je zelo zaželeno, a velikokrat nastane popolnoma zbanalizirana stvar, celo trivialna. Vsak nov pogled in revolucija prinašajo svoja pravila. Prekoračene so bile meje, dobili smo nov pogled na stvar. »Domišljija je pomembnejša kot znanje,« je rekel Albert Einstein. Vendar stvar ne sme ostati samo pri tem. Z novim pogledom si ustvaril nova pravila. Teh ne smeš kršiti, ker potem pa res »*anything goes*« (Artnak 2006b, 30).

Prej napadeno »svojsko« delovanje, imenovano *antistil*, Joke v odgovoru na vprašanje o originalnosti ter izvoru pristopa pojasni z naslednjimi besedami:

Eno so uveljavljeni stili, kot so 3-Deji, wild stajli, cartoon characters, [ti] so zgodovina grafitov. To so stili z določenimi pravili ... Antistil – sem začel (in še par frendov) imenovati tiste stvari, ki so bile kontra klasičnim stilom. Tako da smo zavestno risali kot otroci wack [slabe] stile, čeprav smo znali narisati wild stajl, ki bo seko [bi bil kakovosten].

Delali smo več na vsebini. Antistil je čist naše poimovanje in je že postal stil, tako da je treba ufurat [uveljevati] neki novi antistil (Joke v Uno 2006).

Domneve o subkulturnih antagonizmih nam čedalje bolj krepí tudi izmuzljiv odgovor grafitarja na nadaljnje vprašanje glede odnosov s konkurenčno grafitarsko skupino, ki se glasi:

- Če lahko rečem, da je TMS crew [katerega član je bil tudi Joke42] najmočnejši v Mariboru ... v Ljubljani dominira Zek crew – kako gledaš nanje? So originalni?
- Ne bi o tem (Joke v Uno 2006).

Ponovno je zaznati hierarhiziranje znotraj subkulture, skozi katero se kaže, kot meni Stewartova, privilegiranje specifične oblike individualizacije, osebnega stila in avtorstva (Bulc 2005, 168). To lahko povleče za seboj potencialno pristranskost<sup>62</sup> kulturnega posrednika, ko vrednoti writerje. Očitno se je to pri ljubljanski razstavi Grafitarji tudi zgodilo, saj se je tedanji kustos razstave Zrinski zaradi prvotnega nedostopa do subkulture poslužil metode kontaktiranja tistih pripadnikov subkulture,<sup>63</sup> ki jih je spoznal (po internetu),<sup>64</sup> ti pa so razširili novice v svoje socialno omrežje in kustosu pošiljali povratne informacije o stanju »na sceni«. Potemtakem lahko postavimo vprašanje nepristranskosti dotičnega načina selekcioniranja grafitarjev na omenjeno razstavo, saj je, kot smo videli, ozračje v subkulturi vse prej kot prijateljsko.

---

<sup>62</sup> Na ustvarjanje v Mednarodni grafični-likovni center (MGLC) tako med drugimi ni bil vabljen tudi ljubljanski grafitar Makine (1107 crew), čeprav naj bi se Zrinski z njim prvotno dogovarjal za sodelovanje, a končnega vabila k doprisedku med »99 odstotkov res najboljših [...] v Sloveniji« (Zrinski v Bulc 2005, 177) ni dobil. Vabila zaradi specifičnih okoliščin denimo ni dobila tudi grafitarka Dee282, četudi je bila njena želja drugačna.

<sup>63</sup> Kot parafrizira Bulc (2005, 175–6) intervju z Zrinskim, je bil izbor primernih ustvarjalcev iz slovenske grafitarske subkulture narejen na podlagi nasvetov *strokovnjakov* iz interneta ter samih grafitarjev, ki so bojda konsenzualno določili kompetentne zastopnike v umetnostnem polju. Na tem mestu se Bulc moti, saj ne predvidi nasprotovanj med posamičnimi *writerji* in *crewji*.

<sup>64</sup> Praksa kontaktiranja grafitarjev/street artistov po internetu je že ustaljena oblika komunikacije in selekcioniranja tovrstnih udeležencev. Ta večinoma temelji na selekciji prezentacij (in posledično kontaktov) writerjev po raznih portalih na internetu, četudi so ti nekakšni *gatekeepersi*, saj sami odločijo, katere fotografije so *primerne* za objavo, ali kot zapiše upravljavec portala Ekosystem: »Če mi bodo [fotografije uličnih akcij] všeč ali jih bom ocenil za interesantne, se bodo lahko uvrstile v arhiv« (Eko 2007). Kontaminiranju umetniškega sistema v kibernetski prostor, bo posvečeno zadnje poglavje diplomskega dela.

Še enkrat lahko zatorej opozorimo na nedoslednost izvajanja generalizacije grafitarske subkulture,<sup>65</sup> saj, kot vidimo, nastajajo različne deviacije konsenza o sprejemljivem, katerega inherentni element je t. i. »ulični kodeks grafitiranja«. Že večkrat so ulični kreativci v Sloveniji poudarili to (psevdo)norma. Primer je denimo artikulacija mariborskega grafitarja z vzdevkom Ratt one, ki pravi, da »[o]bstaja nenapisano pravilo, da grafitarji drug drugemu ne preslikavamo umetnin«,<sup>66</sup> a vseeno se ob dovoljšnji iritaciji ulične konvencije ne razumejo več kot le dano samoumevno dejstvo splošno nevtralne narave, temveč seznam »pravil« začnejo dojemati iz perspektive antagonizmov v subkulturi. Prelevi se v udejstvovanje po pretežno lastnih kriterijih (oziroma kriterijih, za katere *crew* meni, da so za konkretno/-e situacijo/-e primerni), s smotrom zoperstavljanja oponentu in prevlade v nastalem uličnem »bojišču«.

### 3. 2 Inkorporacija grafitov v polje visoke umetnosti

*Young kids making cops run like mental patients  
Don't they know that graffiti can't be stopped  
Writers unlike rappers can't go pop  
So they stay underground till the day graff is legalized  
Civil eyes look upon us as evil guys*

*(Looptroop – Ambush In The Night)*

Že pri erupciji percepiranja grafitov v 70. letih s strani širših množic v rodnem mestu grafitov so se ti prebili v umetnostno polje, in sicer s prihodom v galerije ter z objavo člankov v časopisih<sup>67</sup> (Hrestak 2004, 16; Stepančič 2004, 12–16). Inkorporacija slovenske scene pa se je dogodila relativno pred kratkim, saj zametki slikovnega grafitiranja na Slovenskem segajo v devetdeseta leta – se pravi z večjo razliko v primerjavi z ameriško sceno.

---

<sup>65</sup> Že Macdonaldova (2001, 55–56) v svojem raziskovalnem delu izpostavlja dilemo raznovrstnosti subkulture in zajetja vseh pogledov.

<sup>66</sup> Večer, 8. decembra 2005. Dodatnen primer je tudi intervju s Sigmundom (v City Magazinu), kjer pravi, da »obstajajo neki kodeksi lepega uličnega obnašanja, katerih se držimo«.

<sup>67</sup> Glej tudi raziskavo, ki jo je opravila Gadsby (1995) in govori o načinih, kako so bili grafiti do leta 1995 obravnavani v različnih prispevkih, kjer tudi statistično prikaže, koliko je posameznih obravnav v določenem obdobju.

Tako je bilo v grafitih skupine R Irwin S konec osemdesetih oziroma v začetku devedesetih zaslediti vpliv ameriške grafitarske umetnosti – taiste, ki jo je prevzel galerijski sistem in trg.<sup>68</sup> Med prve razstave grafitov na območju Slovenije uvrščamo izdelke ljubljanske skupine Strip Core, ki je razstavljala v KUD France Prešeren ter na Kersnikovi 4 v Ljubljani (Zrinski 2004, 46–48).

Vendar je v teh entitetah duh ustvarjanja slabel, nadomeščati pa ga je začela nova generacija, ki je bila bliže konceptu grafitarske subkulture. Začne se intenzivneje kazati specifičnost kulture druženja, ustvarjanja in izražanja, sprva ujeto v kontekst naraščujoče hiphop scene in skejtanja (Zrinski 2004, 52), nato se začne teh stigem osvobajati oziroma, kot trdi Bulc (2005, 166), »povezava med hip hop subkulturo in grafitarsko subkulturo ni [več] nujno očitna in empirično dokazljiva«.

Prvo širše srečanje grafitarjev na Slovenskem je potekalo leta 2000 pod naslovom *Suburban cakes festival*, v objemu legaliziranih sten na Metelkovi<sup>69</sup> (Zrinski 2004, 59), vendar lahko kot ključno ločnico smatramo razstavo v Mednarodnem grafičnem likovnem centru (MGLC) leta 2004, poimenovano kar Grafitarji. V MGLC se prvič pojavi institucionalizacija zajetnega deleža grafitarske garniture, s katero se specifičnost ustvarjanja, pristnost in avtonomna kreativnost v izražanju prikaže v sferi visoke kulture (Bulc 2005, 165; Stepančič 2004, 10). Tako se je sprožila legitimizacija ustvarjanja grafitov v institucijah visoke kulture v Sloveniji. Vendar to prakso del intervjuvanih grafitarjev v analizi Macdonaldove (2001, 174) zavrača, saj s tem ideja o samozadostnosti subkulture izpari. Nadzor nad pomeni grafitiranja začne zunanji svet počasi jemati v svoje roke in s standardiziranimi inkorporativnimi prijemi subkulturo predstavlja kot »cool« oziroma »popularno«. Ta transformacija priča o začetku osnovanja grafitarske subkulture na področje popularne kulture, saj legitimizacija subkulturnih grafitov v sferi visoke kulture daje koncepcijo za tisto, čemur Hebdige (1979, 94–95) pravi blagovna oblika, pri čemer to razlaga kot pretvorbo subkulturnih artefaktov, prej vpetih v subkulturne skupnosti v blago, namenjeno za prodajo širši javnosti.

Z institucionalizacijo se namreč reducira (slikovni) grafit, prej vpet v subkulturni kontekst, na objekt s statusom tržnega blaga, postavljenega v kapitalističen proces menjave, kjer se ovrednoti, ponudi trgu in prodaja. Inkorporira ga taisti sistem sodobne potrošniške kulture z mehanizmi, ki specifično subkulturno produkcijo ne samo

<sup>68</sup> Za razlago o inkorporaciji grafitov v ZDA glej Lachmann (1988, 242–248).

<sup>69</sup> Pozneje se te stene začnejo dojemati kot ljubljanski, če že ne slovenski *Hall of fame*, kar smo že prej nakazali.

modificira, ampak tudi zavrže. Dodano vrednost produktu dajejo še (na)vezave na »uporniško« gibanje, ki zavestno krši zakone, hkrati s tem pa problematizira dominantne ideje o samoumevnosti sistema lastnine in nadzora nad javnimi površinami in s tem (ne)posredno kritizira legalizacijo in legitimacijo javnega oglaševanja (Bulc 2005, 164).

Pa vendar, kot pravi Macdonaldova (2001, 170), je ta romantizacija grafitarske subkulture kot splošno subverzivne dominantni kulturi<sup>70</sup> zgrešena, saj s sledenjem uveljavljenim subkulturnim pravilom (tj. z vzpostavljanjem rigidne etike obnašanja in sistema »sankcioniranja«), spodkopava lasten obstoj z vzpostavitvijo enakih konformistično-konservativnih elementov, kot so prisotni v visoki kulturi, kjer je odmik od utečenih oblik in pravil največkrat sprejet z neodobravanjem.

Poleg tega se (kvazi)uporniške predstave zrušijo z ustvarjanjem v komercialno naravnem toku. Primer je »apolitičnost« ZEK crewja, katero izpostavljata Fajt in Velikonja (2006, 26), saj član te skupine pravi, da »premalo [ve] o nekaterih stvareh, da bi si upal kar tako obsojati« (Sigmund v Šuljić 2005). Čeprav se na drugi strani dogaja ravno to: na uradni strani taistega crewja<sup>71</sup> je vidna antipropagandna nalepka za McDonald's z napisom »Don't meat«, obenem pa, skoraj ironično, drug član ZEK zatrjuje, da je zanj »večja življenjska dilema, ali bi delal reklamno kampanjo za McDonald's, če bi naključno dobil naročilo« (Artnak v Šuljić 2005), a nadaljuje, da »[m]ogoče bi [sprejel ponudbo], najverjetneje pa bi del tega denarja porabil za angažiran ulični aktivizem« (Artnak v Šuljić 2005).

Ambivalenca, izhajajoča iz precepa dvoličnosti identitete, gibajoče se med kulturnim in ekonomskim kapitalom, je mnogokrat prepletajoča se in izzove kontradiktornost v izjavah (in dejanjih) grafitarjev. Ravno tako kot novi srednji razred se ti znajdejo v ambivalentnem položaju, ki ga »preveva individualistična etika [...] izgovarjanja na osebne aspiracije po kvalitetnem življenju« (Bulc 2004, 113).<sup>72</sup> Eksplicitno formulacijo dileme in spornosti danega položaja ponudi ravno Artnak: »Osebnost imam razdvojeno

---

<sup>70</sup> Subverzivno prezentacijo je mogoče zaslediti marsikje; primera sta Lampičeva intepretacija Ježeve (2005) fotodokumentacije o grafutih Ljubljane, ki je naslovljena z »Dokumenti o urbani likovni gverili in več kot to« (Jež 2005), kot tudi mnenje grafitarja Engelsa v Mladini o ljubljanski razstavi: »Ta dogodek se mi zdi nekoliko smešen, ker je prišla gverila v institucijo« (Engels v Bulc 2005, 189).

<sup>71</sup> Glej ZEK (2009).

<sup>72</sup> Povedano z besedami Face 78 so grafiti vplivali na njegovo življenje predvsem tako, da »sem našel način, kako zaslužiti dobre denarje, z zadevami, ki sem se jih učil med 15-letnim grafitiranjem! Obenem je pomembno tudi vedeti, da ti ni bilo nič prineseno na krožniku, ampak vseeno lahko dandanes z grafitiranjem nahraniš lastno družino« (Face 78 v One 2006, 63).

na ambicioznega oblikovalca in ravnodušnega umetnika. Ponekod se nasprotji tepeta, a vendar mislim, da imam razčiščene pojme. Različne situacije in projekti vplivajo na to, kdo izmed naju se bo prebudil« (Artnak 2006b, 31).

Pogledi grafitarjev izražajo persistentno nekoherenco stališč v odnosu do kapitala in v končni fazi posledične komercializacije. Ni torej vzpostavljene ločnice, vzrok temu pa lahko iščemo v morebitnem karierizmu na umetnostnem polju. Zelo verjetna bodoča karierna naravnost večine ustvarjalcev grafitov k umetnostnem polju<sup>73</sup> (bo) zahteva(la) prehod kreacij z nepremičnih površin na mobilnejše medije, pa naj bodo to platna ali korporacijski produkti (Bulc 2005, 174).

V zgornji okvir se odlično umesti tudi zgodba Sheparda Faireya, saj je slednjo pričel pisati z nenehnim uličnim plasiranjem podobe velikana, poznanega tudi kot »Obey the Giant« oziroma »Andre the Giant«. Kot sam zapiše v manifestu,

lahko kampanjo z nalepko OBEY razlagamo kot fenomenološki eksperiment. [...] Fenomenologija poskuša omogočiti ljudem bolj jasno uzreti nekaj, kar je tik pred njihovimi očmi, vendar vseeno nejasno. [...] Prvi cilj fenomenologije je obujanje čuta za radovednost glede določenega okolja. Nalepka OBEY poizkuša stimulirati radovednost in odpira v ljudeh vprašanje o sami nalepki, kot tudi njenem soodnosu z okoljem. [...] Ker OBEY nima dejansko nikakršnega pomena, so razne gledalčeve reakcije in interpretacije le-tega tiste, ki odsevajo njihovo osebnost in naravo njihovih senzibilnosti (Fairey 1990).

Če je artikuliral takšno pozicijo davnega leta 1990, se je skladno s sinergijo ulične in karijerne poti tok tolmačenja njegovih stvaritev v (kot ga sam imenuje) *okolju* definitivno zasukal. Kajti začel je ustvarjati v galerijah, odprl je svoj dizajnerski studio,<sup>74</sup> oblikovati je začel naslovnice za svetovno znane glasbene skupine<sup>75</sup> in ameriške politike, lansiral lastno kolekcijo oblačil, itd. Dasiravno je res, da ni nikoli opuščal uličnega udejstvovanja.<sup>76</sup> Mirno vest potemtakem ohranja s kompenziranjem: s pomočjo nenehnega pojavljanja na urbanih površinah, saj se bojda zaveda degradacije street arta

---

<sup>73</sup> Kot pravi kustos razstave Grafitarji, so bili predstavljeni ustvarjalci »po večini vsi študentje ali ALU ali oblikovanja ...« (Zrinski v Bulc 2005, 179) ter nadaljuje, da imajo ambicijo po umetniškem uveljavljanju.

<sup>74</sup> Glej Studio Number One (2009).

<sup>75</sup> Glej Wikipedia (2009).

<sup>76</sup> Dodaten elan pri reinterpretaciji in prevrednotenju, ki ni šel v smeri povečevanja simbolnih kapitalov, je bila tudi nedavna polemika v javnosti ob razkritju Faireyvega plagiatorstva. Namreč motivika kopice Faireyevih plakatov je bila izvzeta iz že obstoječih kreacij (za primere glej Vallen 2007).

znotraj *Umetnosti*,<sup>77</sup> četudi vehementno podpira sublimno kanonizacijo specifičnih uličnih ustvarjalcev in njihovih oziroma lastnih kreacij.<sup>78</sup>

Ambivalenca stališč pripelje celo tako daleč, da se najdejo grafitarji, ki po pretehtanju »vseh« obstranskih posledic evolucije grafitarske subkulture v tok visoke kulture govorijo naposled o pozitivnem učinku tovrstnega poteka,<sup>79</sup> saj naj bi bili ti, med drugim, iztočnica in posledično zgled za ambicije (potencialnih) grafitarjev.

Podobne značilnosti ugotavlja Macdonald (2001, 90) za določen segment grafitarjev v New Yorku in Londonu, saj je zanje prehod na legalno, dobičkonosno ustvarjanje logičen korak v karieri. S tovrstnim dejanjem nastane fokusni premik v percepiranju grafitov in širjenje zainteresirane publike. Namreč, ciljno občinstvo ne ostajajo samo grafitarji, marveč tudi »navadni« ljudje, ki začnejo soditi grafito z vidika zreduciranih predstav »pristnih« legitimiranih grafitov kot edinih vrednih umestitve v umetnostno polje.

### 3. 3 Kombinacija štirih sten – začetek konca?

*Celotna umetnost je popolnoma nekoristna.*  
(Oscar Wilde, *Slika Doriana Graya*)

Prvotno grafitarsko delovanje je bilo večinoma tlakovano z svobodnjaškim razumevanjem celotnega procesa ustvarjanja,<sup>80</sup> saj je ta zajemal ignoriranje družbeno sprejetih norm – grafitar je spreje kradel (ang. *rack-up*) in z njimi pisal ne le po zasebni lastnini v lastnem okolišu, temveč tudi po imetju v občinski oziroma državni lasti.

Čeprav so se razmere od takratnih okoliščin odmaknile v precejšnji meri, pa je še vedno prisotno idealiziranje odvrčajoče drže grafitarjev v odnosu do kapitala. Pridobitno grafitiranje, ki pred tem potrebuje – kot smo videli – potrditev prek umetnostnega

---

<sup>77</sup> Kot je povedal v enem izmed intervjujev, je »problem umetnosti ta, da uspešnejši ko postajaš in više ko se povzpenjaš po piramidi, manj ljudem boš dosegljiv« (Fairey v Bunim 2007).

<sup>78</sup> To se kaže ob Fairayajevem zagovarjanju nedotakljivosti uličnih del (v umetnostnem in tudi uličnem svetu) že uveljavljavljenih avtoric in avtorjev (npr. Swoon, WK Interact, Banksy), saj je odgovor na vprašanje o aktivnosti skupine The Splasher, ki čez stvaritve teh ustvarjalcev polije barvo le z namenom iznakaženja le-teh, dokaj ekspliciten: »Če jih ulovim, jih zagotovo prebutam« (glej Del Signore 2007).

<sup>79</sup> To stališče je že v veliki meri izraženo s samim ustvarjanjem v institucionalnih prostorih.

<sup>80</sup> Za primer glej intervju z Leejem v Castleman (1995, 3–17).

sistema, posledično vpelje tveganje segmentirane in okrnjene (izumetničene) prezentacije ustvarjanja.

Segment uličnih ustvarjalcev se vendarle zaveda danega tveganja, ki ga najprej motivirajo galerije, posledično pa tudi kapital kot tak. Redki, a zato toliko bolj prominentni, so tisti, ki poskušajo artikulirati lastno delovanje, najsi bo v galerijskih ali v komercialnih vodah – mednje spada tudi danski streetartist ASH, ki meni, da »grafiti umetniki rabijo denar za potovanje po Evropi in svetu, da lahko rišejo piece [...]. Razlog, da lahko potujem po svetu, [...] je, da delam [tudi] komercialne stvari« (ASH v Kjær Themsen 2005). Dejstvo je, da se vabljen (ne nazadnje pa tudi sponzorirana) ustvarjanja v tujini ne omejujejo le na samo galerijo, ampak narava grafitov oziroma street arta opravičuje in »veleva« tudi ulične posege. Če si na tem mestu priključimo v spomin razstavo ravno tako v MGLC, poimenovano »Street art: Stensili, posterji in stikerji / Low-Tech re-akcija!«, smo temu pojavu bili priča tudi na domačih tleh. Tuji ustvarjalci se niso izključno izolirali le na delovanje v MGLC, ampak so svoj pečat pustili tudi zunaj sten galerije – Ljubljano so »okrasili« gostujoči Space Invaderji, London Police ter Filja in Kenova.

Danega oportunističnega momenta, da bi širšemu občinstvu prikazali t. i. *novo urbano umetnost*, se enostransko ne poslužuje le umetnostno polje in/ali kapitalistični sistem, temveč si ga lahko premeteno sebi v prid obrne tudi kreativec. V roke mu je položena možnost, da gre onkraj samozadostnosti ustvarjanja v izoliranem legalnem kokonu in tako ponujene priložnosti (iz naslova komercialnega ustvarjanja) transformira v subverziven ulični angažma.

Eklatanten dokaz za to, da se je s principom street arta kljub vsemu mogoče poigravati z dominantnimi umetnostnimi/galerijskimi uzancami, je angleški street artist in šabloner Banksy, ki je ravno selekcijski in izolacijski moment »bele kocke« utiliziral tako, da je na lastno pest izobešal v galerije sabotirane slike s perečo tematiko.<sup>81</sup> Takšno »prisvajanje« galerijskega prostora mu je v kombinaciji z uličnimi akcijami, obsegajočimi razne akutne motivike, prineslo razpoznavnost najprej v sami subkulturi, nato pa tudi med širšo publiko, kar je vodilo v naraščajoče povpraševanje po njegovih

---

<sup>81</sup> O t. i. *vandaliziranih oljnih slikah* je povedal naslednje: »Če hočeš kot grafitar preživeti prehod v zaprte [galerijske] prostore [indoors], je tvoja edina možnost, da nadaljuješ z risanjem na stvari, ki ti tam ravno tako ne pripadajo« (Banksy 2005, 127).

kreacijah in se končalo z licitacijo del anonimnega Banksyja, ki so dosegala vrednosti vse tja do 102.000 britanskih funtov.<sup>82</sup>

Vzporedno s tem se (je) na britanskih ulicah dogaja(l) drug proces, ki je (bil) vezan na zgornje spoznanje o »pomembnosti« *umetnine* šele po denarni evalvaciji le-te.<sup>83</sup> Ena izmed implikacij dražbe je bilo povečanje zanimanja za nepremičnine, kjer so bili plasirani zaznamki šablon izpod rok Banksyja. Da bi se izognili apriorni (in temeljni) ideji o »dotakljivosti« uličnih stvaritev, so se nekateri lastniki teh stavb odločili za zaščito *umetnin* s pleksi steklom. Da je bil proces še bolj absurden, nam dokazujejo ukrepi občine v londonskem okrožju Islington, ki je renovirala Banksyjeve stenske poslikave. Kakopak so bili odgovorni prisiljeni takšno odločitev utemeljiti: »[P]rebivalci so nam [odgovornim] govorili, da je Banksy razred zase, saj se njegove umetnine prodajajo za tisoče [funtov], ter izrazili željo, naj njegovih stvaritev ne odstanimo. Zaradi kakovosti in slovesa Banksyjevih stvaritev si veliko ljudi želi videti le-te ohranjene« (Watt v Lefley 2007).

Ulični koncept street arta se je v tem primeru skozi sistem denarne evalvacije znotraj ustaljenih (umetniških) praks kljub vsemu ironično sprevrgel v redukcijo, ki ji je poskušal ubežati – subverzivno je dobilo formo dobičkonosnega.

Potemtakem smo vnovič priča eni izmed posledic poblagovnjena in denarnega ovrednotenja ne samo stvaritev, ki so imele ekskluzivno dobičkonosno intenco, marveč tudi kreacij, ki so bile podvržene atmosferi ulice, ki vnaprej determinira (med drugim) tudi minljivost zidnih intervencij. Če zgornjo idejo radikaliziramo in jo apliciramo še na subkulturo grafitov, za katero je javni prostor inherentni element, lahko hipotetično predvidimo obstoj morebitnega »tveganja« tudi za barvne zaznamke izpod rok grafitarjev. Povedano drugače, dopuščamo možnost, da proces inkorporacije in s tem *verodostojne* afirmacije v polje Umetnosti za specifičnega grafitarja prav tako rezultira najprej v dražbah grafita kot artikla,<sup>84</sup> nato pa se v kombinaciji s sistemom zvezdnštva doseže transformacija vrednostnih sfer, po katerih javnost dojema grafite taistega ustvarjalca. Kot smo videli že na primeru Banksyja, se iz perspektive (dobičkonosne)

---

<sup>82</sup> Glej Pryor (2007) in BBC News (2009).

<sup>83</sup> Po omenjeni dražbi se je na Banksyjevi uradni strani pojavila ilustracija, ki prikazuje dražbarja in zainteresirano publiko za platno, na katerem piše le »Ne morem verjeti, da vi moroni dejansko kupujete ta drek« (glej Teodorczuk 2007).

<sup>84</sup> Dejstvo je, da so tudi v New Yorku začeli prirejati dražbe grafitov že na samem začetku rojevanja subkulture (glej Castleman 1995 119–126; Lachmann 1988, 245–248). Da to ni samo zgolj teoretiziranje, dokazuje denimo tudi televizijska dražba na enem izmed italijanskih TV programov (glej YouTube 2009a in YouTube 2009b).

*Umetnosti* začnejo tolmačiti ne le galerijske stvaritve (oziroma drugi mobilnejši mediji v obliki npr. platen), temveč tudi ulične kreacije, katerim se poskuša odvzeti prvina minljivosti.<sup>85</sup>

### **3. 4 Inkorporacija v kulturno industrijo: primarna in sekundarna faza komercializacije**

*Street art je seveda povsem gnan s strani umetnostne industrije, zlasti trendovskih galerij in vzpenjajočih se trgov kot so to v New Yorku, Los Angelesu, Tokiu in Londonu, vzdolž z množico marketinških in oglaševalskih korporacij, ki prodajajo trendovsko estetskost svojim kupcem [...].*

*(The Splasher Manifesto 2007, 3–4)*

Deloma »nevtralizirani« grafiti se, kot smo videli v prejšnjih poglavjih, ne nastajajo le na urbanih legaliziranih oziroma legalnih površinah, ampak tudi stenah raznovrstnih korporacij, kjer se izvaja naročeno grafitiranje in ne nazadnje sprejem v samo visoko kulturo. Eden številnih primerov dobičkonosnega ustvarjanja v grafitarski subkulturi je Tats crew oziroma pridobitvena verzija tega, pomenljivo poimenovana TatsCru inc., ki na svoji spletni strani navaja, da

se ukvarja z umetnostjo muralnih grafitov kot komercialno izvedljivo obliko umetnosti in prodaja sprejarsko umetnost po naročilu podjetjem, korporacijam in individualnim kupcem [...]. TATS CREW ponuja oglaševalske in oblikovalske storitve za posle, ki težijo k mlajšim urbanim potrošnikom, ter podjetjem, ki iščejo nove in inventivne promocijske metode za svoje usluge in produkte (TATS CREW INC. 2007).

---

<sup>85</sup> S tem nočemo izkriviti dejstva, da so posledični dobički, torej oblike kapitala, če rečemo z Bourdieujem, prisotni le premočrtno in izključno v ekonomski obliki, temveč imamo v mislih vse oblike kapitala, ki spadajo pod okrilje posameznikovega habitusa. Morda je na tem mestu primerno in potrebno razbliniti dvome o navidezno nastali arbitrarnosti, ki lahko izhaja iz do zdaj napisanega. Nikakor ne zagovarjamo posplošene (hipo)teze, da vsakršna estetska inkorporacija premočrtno vodi do komercializacije in blagovne inkorporacije ali nasprotno. Postavljeno v hipotetični položaj: dizajner, navdahnjen z motiviko grafitov, producira kolekcijo majic skladno z njegovo predstavo o oblikah grafitov, vendarle ga to avtomatično še ne kategorizira kot inkorporiranega v svet *Umetnosti*, temveč ga lahko označimo največ kot blagovno inkorporiranega.

Primer nam jasno kaže finaliziran obrat k čistemu komercialnemu delovanju, saj se je poprej ilegalno delujoč crew modificiral v zvezirano obrtništvo, ki inkorporira »svežino« in »bližino« oglasa v lasten produkt, namenjen specifičnim potrošnikom, ter tako ne ostane imuno do (oglaševalskih) potreb, ki jih narekuje trg.<sup>86</sup>

Prav tako sta konsekvenci prve širše institucionalizacije v Sloveniji posledično bili bodisi prodor in zaznava v širšem javnem diskurzu bodisi rast povpraševanja po grafutih<sup>87</sup> (Bulc 2005, 185), pri čemer se evidentno nakazujejo tudi zametki zgornjega pojava.

Relativno hitro po uvedbi institucionalizacije tako grafitov leta 2004 kot tudi street arta leta 2006 na slovenskem ozemlju je atraktivnost grafitov presegla zgolj zainteresiranost za nosilce te dejavnosti. Val zanimanja se je širil še v druge sfere, saj je bilo po predstavitvi grafitov v MGLC mogoče zaznati intenzivnejšo prisotnost »okrnjenih« ali »pristnih« grafitov v javnosti. Indikatorji tega procesa se denimo niso materializirali samo na razstavah fotografij, ki so potekale v institucijah t. i. visoke umetnosti, kot je Cankarjev dom,<sup>88</sup> temveč tudi v medijih, kar smo lahko eklatantno videli v prejšnjem poglavju.

Govorimo lahko tudi o uvajanju sekundarne faze komercializacije, kjer so grafitarji in streetartisti izvzeti iz (komercialnega) produkcijskega procesa. Substituti, ki slišijo na ime marketinški strateg, oblikovalci in drugi z grafiti inspirirani snovalci, v tem primeru uporabljajo značilne prakse in/ali tehnike grafitov oziroma street arta, da bi dosegli »ulično« kredibilnost komercialnih izdelkov poleg že ustaljenih predstavitev za na to determiniranih površinah.

Tovrstni ideji se izvrstno prilagaja koncept t. i. »gverilskega marketinga«, ki ga je skoval Jay Conrad Levinson. Gre za rabo »nekonvencionalnega marketinga, kjer se z minimalnimi sredstvi želi doseči maksimalen učinek« (Jewler 2005, 268), pa naj bo to strategija malih podjetij ali korporacij. Avtor v eni svojih »how-to« knjig navaja kriterije, ki napeljujejo k izboru lokacije za oglaševanje, med katere sodijo: ustreznost lokacije za ciljni trg, prilagajanje tržni identiteti, privlačnost za pešce in drug promet itd. (Levinson

---

<sup>86</sup> Takšno prilagajanje ciljnim potrošnikom je izvedel tudi McDonald's na lokaciji s pretežno latinsko populacijo, iz katere izhaja veliko piscev grafitov. Povedano z besedami regionalnega marketinškega direktorja, »[so] si želeli nekaj [kar bi reflektiralo] življenjske stile hispanskih potrošnikov« (Ebo v Crouch 2004).

<sup>87</sup> Zrinski kot kustos razstave pravi, da »[grafitarji, ki so ustvarjali v MGLC] dobivajo tudi povabila za risanje, tako privat, pa za keš, pa za razne klube opremljati in te fore, ker so pač trenutno atraktivni« (Zrinski v Bulc 2005, 185).

<sup>88</sup> Mišljena je razstava fotografij Janeza Korošina, ki dokumentira večinoma subkulturne grafite z Metelkove.

1990, 32). V nadaljevanju kljub opozarjanju na (ne)legalnost morebitnih oglaševalskih kampanj konkretizira takšno rabo z vzorom plasiranja znaka na ulični inventar. In ne samo to, saj nadaljuje, da »so potencialne lokacije za znake omejene le z lastno domišljijo« (Levinson 1990, 180).

V tem kontekstu se je za realizacijo tržne promocije v (regulirani) urbani džungli v tujini specializiralo že nemalo entitet, ki pridoma uporabljajo modificirane zasnove street arta,<sup>89</sup> šabloniranja<sup>90</sup> in grafitiranja.

Seveda se uporaba tega načina oglaševanja ne ustavi le pri uveljavljajočih se podjetjih, temveč tovrstne marketinške kampanje izvajajo svetove korporacije, ki največkrat izkoristijo prav diskurze in reprezentacije z uporniško noto. Vprašanje je, ali si kredibilnost kampanje želijo povečevati z namernim kršenjem zakona, dejstvo pa je, da počnejo ravno to. Microsoft je v skladu s tem newyorške vhode v podzemno polepil z logotipom metuljčka programa MSN (Jewler 2005, 268), medtem ko je japonska korporacija Sony ob izidu druge izdaje Playstationa z logotipom in s podobo (rabe) le-tega pografitirala in polepila Los Angeles, New York, San Francisco, Chicago in druga mesta (glej jwilliams 2005).

Predhodno prizadevanje za pozornost in prevlado, začeto pri uličnih ustvarjalcih, tako dobi še enega konkurenta, ki drugače kot ponavadi tokrat deluje v ilegalnem ozračju; taisti največkrat izhaja natanko iz vrst, pri katerih se večinoma problematizira javna raba vizualnosti, saj je korporacijsko reguliranje zunanje podobe javnih prostorov legitimno, v kolikor korporacije oglašujejo na zakupljenih površinah (Best 2003, 828; MacPhee v Bulc 2005, 164). Ob bok vsem grafitarskim in street artističnim kreacijam se nenadoma postavijo podjetja, ki zaradi interesa ohranjanja zastavljene oglaševalske kampanje začnejo delovati z enakimi ilegalnimi načeli in sredstvi kot ulični subkulturi grafitarjev in streetartistov.

Medtem ko je pri še tako skomercializirani produkciji od časa do časa mogoče zavohati hlape sprejev, uzreti izumetničen falsifikat sprejanja ali street arta, je subjekt oropan te izkušnje ob trčenju v finalizirano obliko blagovnega fetišizma, ki meji že na perverzno soočenje z grafiti in street artom. Kar ostane od njiju, je čista simulacija, forma

---

<sup>89</sup> Podjetje Simbolix (2009) s pomočjo raztopin plasira naročene (največkrat korporacijske) podobe na ulice.

<sup>90</sup> Blackbooks Stencils (2009) dela šablone po merilu.

brez vsebine, kalup, ki je samemu sebi namen. Promocija odtujene dihotomije nakup-potrošnja se ne nazadnje materializira v simulakrih: v računalniških igrah, ki naj bi poosebljale grafitiranje. Najbolj v nebo vpijoč je primer video igre »Getting Up: Contents Under Pressure«, zasnovana s strani Marca Ecka, človeka, ki ni samo dejaven v grafitarski subkulturi, ampak lastno znanje o slednji modificirano prodaja na trgu. Omenjena video igra domala inkorporira celotno logiko delovanja subkulture. Zgodba se dogaja v fiktivnem orwellskem mestu, kjer se glavna figura (najbrž ni naključno, da je grafitar Trane temnopolt) poda na ulico podjarmiti celotno grafitarsko sceno, s tem da riše grafite, lepi nalepke, plasira posterje, obenem pa se bori se z roko pravice kot tudi s konkurenco – crewji in ostalimi writerji. Cilj glavnega karakterja je z »graffiti in street artom« protestirati proti skorumpirani mestni oblasti – denimo v promocijski špici igre zasledimo sporočilo »every revolution starts with a message«.

Kaj nam navrže ta barvit opis igrovja z sprejarskim »odpadnikom« na čelu? Ironično ne spoznamo le dokončno hiperkomodifikacijo, ampak se kot komplement temu priključi še virtualna (hiper)estetizacija že obstoječega realnega. Tokrat se vizualna dodelanost grafitarske subkulture atmosfere, žarči skozi video igro, kar pa nas napelje zopet na drugi konec zanke, saj bi se igra zlahka umestila med razstavo v MGLC *Razočarala me je Lara Croft: Slike iz iger*. Ta sicer ponesrečen (a vseeno simptomatičen) prevod besede »screenshot« v »slike« razstavlja ravno to: bolj ali manj estetske momente v bolj ali manj legendarnih »špilih«. <sup>91</sup> Če povzamemo z besedilom iz spremnega kataloga:

Pričujočo razstavo slik iz računalniških iger zaznamuje fragment. Predstavlja izbor skozi perspektivo številnih, pomnoženih vhodov: izbor iger, izbor slik iz iger, splet igralskih naključij in odločitev. Vzpostavlja okvir kot razliko od členjenega prostora igre. Razstavi daje fragmentarnost tudi odmaknjenost od razvojne tehnološke platforme, ki bi omogočala muzejsko poučen pregled. Zajeta slika za steklom monitorja je natisnjena in izpostavljena kot podoba (Pivec in Novakonič 2009, 11).

---

<sup>91</sup> Če citiramo kritiko dolgoletnega igračarskega kritika revije Jocker, z nadimkon LordFebo (2009): »V šestih sobah Mednarodnega grafičnega likovnega centra pa je sto in več prilično neizrazitih, nepovezanih in neslikovitih [screen]shotov iz polpreteklih iger tipa Painkiller, Syberia 1, Bioshock, Half-Life 2 ... (Zakaj ni slik iz starejših iger, ki jih je Milan [Kleč] igral, mi ni jasno.) Zvečine gre za tretje- in prvoosebne akcijade [akcijske igre], dočim dirkačin [dirkaških iger] ni sploh, od športnih [iger] sta dve podobi iz Sensible Soccerja, strategij [strateških iger] tudi nisem opazil, frpjka [Fantasy role-playing, vrsta iger] je ena sama ... Veliko [screen]shotov je neavtorskih, tisti, ki so, so pa res slabi v vseh pogledih«.

Morda bi bilo prikladnejše, če bi zadnjo besedo nadomestili z »umetnina«, a kaj ko nam tak status že latentno prejudicira kontekst. Vnovič lahko predočimo ugotovljeno: črna luknja umetnosti vase posrka še tako samobiten estetski moment, ki ga dodatno motivira na eni strani blagovna, na drugi pa estetska inkorporacija.

Gržiničeva (po Krokerju in Cooku 1996, 146) lucidno in aktualizirano strne doslej zapisano, ko pravi: »Umetnost, razumljena [...] kot najbolj konstitutivna za delovanje poznega kapitalizma, na način estetizacije ekcesa, je najbolj razvita blagovna oblika. Zato je institucija umetnosti ideološki sokrivec nenehne kapitalistične reprodukcije blagovne oblike in tudi celotnega procesa oblikovanja estetizirane rekomodifikacije«. V nadaljevanju bomo videli, da se lahko omenjeni inkorporaciji, razraščata tudi v virtualno priklopljeno v svetovni splet, dočim bomo v kontekstu doslej obravnavanega, samoeksistenčnost kreativnosti in dogajanju v zvezi s slednjo iskali med spletno umetnostjo.

## 4 OMNIPREZENTNOSTI UMETNIŠKEGA: VIRTUALNI »GRAFITI« IN »STREET ART« KOT UMETNIŠKO DELO?

*Excuse me, is this a work of art?*<sup>92</sup>

Rekontekstualizacije grafitov in street arta iz prvotnih habitusov, zaključujemo v okolju, ki naj bi reflektiralo domala sila podobne značilnosti, kot jih drugače najdemo na ulici. Romantizaciji virtualnega okolja smo tako lahko priča, tudi ob inkorporiranju uličnih in drugih kreativnosti. Z zadnjimi, se pravi »drugimi«, imamo v mislih predvsem one, ki so ravno tako pronicale v kibernetski prostor pod etiketo »spletna umetnost«, četudi se niso izvile iz sistema drugega označevalca, in sicer »umetnosti«.

Da bi prešli do umeščanja grafitov in street arta na splet, ubiramo nekoliko širši ovinek ravno potom spletne umetnosti, saj le-ta indikativno in ponovno nakazuje na temelje inkorporacij s pripadajočimi sistemi osmišljanj. Čeravno iščemo vzporednice med sfero spletne umetnosti ter »grafitov« in/ali »street arta« na spletu, se ne bomo spotikali med teoretske abstrakcije (ne)komplementarnosti obeh, ampak ju jemljemo kot izhodišče za stopanje po bolj produktivnem polju: kaj se izgubi ob tem binarnem »prevodu«, predvsem pa, kaj se ohrani iz umetnostnega polja?

### 4.1 Spletna umetnost kot novomedijska umetnost

*Nove tehnologije služijo kot nekakšen vrhunski, privilegirani, simptomatični indeks zeitgeista.*

*(Marina Gržinić 1996, 67)*

Če so ključno mesto umetnosti v 19. ter 20. stoletju zasedali tradicionalni označevalci kot so muzej, galerija in sorodni prostori »bele kocke«, je ob prehodu iz 20. v 21. stoletje prišlo do levitve v umetnosti. Trend, ki je v umetnostnem svetu v obliki neoavangard

---

<sup>92</sup> Ekipa Tiny Arow je dotično vprašanje hudomušno zastavljala naključnim obiskovalcem in obiskovalkam MoMA v New Yorku po intervenciji na lastno pest, in sicer potlej, ko je standardni muzejski »inventar« (npr. drsna vrata, gasilno omarico, zofo, ipd.) oplemenitila z identično napisno ploščico kot se uporablja pri ostalih umetninah, nahajajočih v taistem muzeju. Glej Youtube (2009c).

gnezdil že v 60. in 70. let, je eruptiral pred novim tisočletjem kot preskok k dematerializiranemu, deverzificiranemu umetniškemu delu v povsem benjaminovskem smislu (prim. Strehovec 1998, 117) in zaslišal na ime novomedijska umetnost. Medijske umetnosti v tradicionalnem smislu, kot so radio, tv, analogni video, video instalacije, fotografija in film, so se sčasoma transformirale v nove okvire. Temelje zanje so mestoma predstavljali holografija, računalniška glasba, grafika oziroma animacija, interaktivne elektronske instalacije, interaktivni kino ter virtualna resničnost inherentna primes umetnosti. (Strehovec 1994, 29; Greene 2004, 19–30). Ključno vlogo je imel računalnik, ki se je iz »agregatnega stanja« računalnika-stroja rekontekstualiziral – dobil je drugačno esenco. Iz arhetipa podobe aparata za zgolj manipuliranje podatkov, je prešel v katalizatorja sintetiziranja števil v oblike (prim. Strehovec 1994, 168; Gržinić 1996, 34). Za postestetsko umetnost, ki je v novi atmosferi lahko odslej gradila po spremenjenih principih, lahko kot ključne točke nadaljnega konstituiranja v tem duhu, prištevamo popularizacijo in širšo dostopnost interneta<sup>93</sup> v kombinaciji s strojno ter programsko opremo zapakirano v vse bolj ličnih ohišjih.<sup>94</sup>

Ker prvotna domena tega dela ni razpravljati o fenomenologiji, historizaciji ali »tekmovanju« okrog terminoloških spotikanj v zvezi z kibernetičnimi umetnostmi, smenjenja, da je zgornje niansiranje približne slike o dogajanju na tem področju mestoma upravičeno in zatorej tudi dovoljšnje.<sup>95</sup> V poizkusu vsaj delnega izkristaliziranja bitke nad pomeni, pa naj si pred nadaljevanjem vendarle pobližje ogledamo dva ključna koncepta za naš prispevek: *kibernetično* v kombinaciji z *umetnostjo*.

---

<sup>93</sup> Zavestno se izogibamo uporabi glagola »iznajti« internet. Nedavno so nas v medijih preplavile novice o dvajsetletnici »iznajdbe« interneta znotraj Cerna, s strani Tima Berners-Leeja in Roberta Cailliauja, kar se odmika od bolj kompleksne resničnosti.

<sup>94</sup> Skušamo opozoriti, da je termin računalnik ali natančneje ustvarjanje internetske kulture in/ali umetnosti potom slednjega, postal(o) neustrezen(o). Možnost kreiranja spletnih vsebin je namreč položena v roke vse bolj tehnično dovršenih naprav (ang. gadgets) kot so recimo mobilni telefoni in dlančniki. Pojem *računalniki* in izpeljanke zato uporabljamo v najširšem pomenu besede.

<sup>95</sup> Za obsežnejše podvige glej Davila (2001); Greene (2004, 31–53); Murn (2005, 40).

## 4. 2 Kibernetična umetnost: od *fikcije* k *realnosti*

*Tko da namest, da je umetnost resnično dobra, je resničnost resnično umetna. Prevečkrat so jo skušal definirat s strani nečesa drugega od umetnosti same, največkrat je tko, da umetnost dá, industrija vzame.*

*(Samo Boris – Umetnost 2)*

Kot že zgoraj nakazano se v literaturi na nov tip umetnosti, poraja pisana paleta pojmovanja. Označevalci anglosaksonskega tipa segajo od uporabe *www art*, *internet art*, vse tja do *web art*, *net art*,<sup>96</sup> medtem ko se na domačih tleh uporablja *spletna*, *mrežna*, *medmrežna*, *medomrežna*, *internetska*, *internetna* oziroma *spletna umetnost*, *kot-da-umetnost* in nenazadnje prevzeta *net art* ali *net.art*. Ob tej konfuznosti je bistveno ločevanje med umetnostjo, ki nastopa *na* internetu (»art on net«) ter spletno umetnostjo (tista s piko ali pa brez, tj. »net.art«). Pri prvi gre kvečjemu za transformacijo tradicionalnih umetniških form po merilu binarnega zapisa (denimo fotografije na predstavitvenih portalih), medtem ko so poglavitne značilnosti drugega bolj variabilne, četudi je meja med obema dimenzijama fluidna in tanka. Večina avtorjev kot teoretikov tega področja (prim. Strehovec 1994, 25; 2003, 27–28; Murn, 2005; Čosič v Murn 2005, 31) navajajo, da se pod etiketo spletne umetnosti skriva vsaj dobršen delež nadaljnjih pogojev, in sicer dostopnost gradiv, intertekstualnost, interaktivnost, multimedijiskost, manko središč reprodukcije in reprezentacije, relativiziranje avtorja in/ali izvirnika, hiperlinki, neprodajnost, pa tudi *networking* oziroma sodelovanje.

Na tej točki se že kažejo obrisi problematičnega opevanja spletne umetnosti kot vsesplošne oblike izražanja, ki je odrešena svojih zaprek, konstant, omejitev in podobnega v Realnem. Da bi se deloma distancirali od tovrstnega početja in obšli zapadanje v nereflektirano pisanje, bomo (neo)romantično interpretiranje spletne umetnosti kot instance, ki bi tvorila opozicijo umetniškemu svetu in preprekam slednjega, še eksplicitneje nakazali. Kritiko naslavljamo na tri momente v umetniškem svetu razgaljanja (spletne) umetnosti, ki jih dojemamo kot inkorporativne instance ne le spletne umetnosti, temveč tudi kot simpatično tendenco usmerjeno na vsa kreativna področja – v našem primeru (subkulturnih) grafitov in/ali *street arta*.

---

<sup>96</sup> Glej tudi Brøgger (2001).

#### **4. 3 Sistemi umetniškega osmišljanja na primeru spletne umetnosti: diskurzi, trošenje in kapitali**

*Muzej je stroj, ki proizvaja umetnost iz neumetnosti. Zunaj muzeja sploh ni umetnosti.*  
(Boris Groys 2002, 101)

Umetniški sistem kot vsak drugi ni neka lebdeča danost, temveč konstruirana entiteta stoječa na svojevrstnih temeljih. Obstoj opravičujejo tudi sistemi družbenega, kjer diskurzi, kapitali in trošenje niso nobena izjema. Profani subjekti/objekti so potemtakem prisiljeni v sprehod skozi umetniški sistem in njegove apologete, ki predstavljajo nujo za identifikacijo umetnine ali dovoljšnjo kompetentnost za pridobitev etikete »umetniško«. Pri spletni umetnosti (in kot bomo v nadaljevanju videli tudi pri grafitih in street artu) lahko zatorej zasledimo bolj ali manj zgornji interpelaciji ali opisu ustrezne simptome.

Naj se najprej pomudimo ob diskurzih, v maniri kot jih razume Foucault, saj osmišljajo izsek pogače novodobne umetnosti. Dobršen del za afirmacijo spletne umetnosti v sistem umetniškega, lahko pripišemo ravno diskurzom, ki se pletejo okrog dotične izrazne oblike. Poreklo, ki tkuje valorizajoči dejavnik za pravilno predalčkanje pod oznako »umetnost«, lahko uzremo med nekaterimi teoretiki in teoretičarkami, koder je intenca tekstov izpod njihovih peres, nemalokrat reducirana ravno na povzdigovanje spletne umetnosti kot kompetentne, vredne ali na skrajnem koncu sila nujne umestitve v polje umetniškega, četudi je lastna eksistenca na medmrežju samozadostna in delo kot tako samonanašajoče. Priznati je namreč treba, da bi dobršen del spletne umetnosti, doživljali enako bodisi pred domačim zaslonom bodisi umeščeno v umetniški okvir galerij in muzejev.

Obramba tega stališča je toliko bolj potencirana, saj naj bi šlo za pristno, novo, kreativno ustvarjanje v mediju, ki se je izvil potom tradicionalnih medijskih umetnosti in vsega teoretskega aparata v zakulisju.<sup>97</sup> Eksplicitno romantizacijo nam poda umetnostna zgodovinarica in kuratorka Dunja Kukovec (v Murn 2005, 49), kajti pravi »[d]anašnji internet ne pozna hierarhije, statusnih in označevalskih razlik in ekstremnih pozicij moči – je romantična elektronska pokrajina, čista, lepa in zanimiva.«

---

<sup>97</sup> V tem kontekstu je prikladno razmišljanje Groysa (2002, 58), saj pravi, da umetnost ne kanonizira nizkih ali profanih stvari/zvrsti samih na sebi, marveč kontekstualno: valorizira in kanonizira le umetnine, ki slednje povežejo s tradicijo.

Med teoretiki in teoretičarkami pa pogosteje prednjači dvorezna drža, kam naj (bi) se spletna umetnost sploh uvršča(la). Tovrstno argumentacijo zasledimo pri Rachel Greene, teoretičarki in že dobro desetletje urednici enega bolj izpostavljenih portalov Rhizome.org,<sup>98</sup> ki se ukvarja z novomedijsko umetnostjo. V zborniku *Internet art* kar na začetku zastavi trditev »umetnost interneta ni direkten kompliment 'dotcom' eri kapitalizma, ampak nekakšna protiutež prekomernosti in krivic slednjega« (Greene 2004, 11) ali kot se glasi formulacija temu podobno drže »[spletna umetnost] je na splošno bolj marginalna in opozicijska forma [...], [ki] aktivno zahteva nazaj javni prostor ter obhaja meje, katere so v galerijskem in muzejskem svetu poudarjene« (Greene 2004, 11–12). Nadaljevanje sledi temu miselnemu toku, saj pravi »[...] strategije [spletnih umetnikov in umetnic] namigujejo na to, da komercialne mahinacije modulirajo umetnost [...]« (Greene 2004, 11). In še več, kajti »potrebno je raziskati konflikte, ki preprečujejo enostavno vključitev [sic!] med tradicionalne zgodovinske umetniške kanone, trge in dialoge. Omejiti področje na dominantno umetnost bi zamrznilo njeno najbolj vitalno anarhično [sic!] tendenco [...]. Povrh tega ne moremo prekrivati sumničave vzajemnosti med internetnimi umetniki in uradnih umetniških institucij [...]« (Greene 2004, 12). Četudi Greenejeva nakazuje na nekatere kritične ozire pri spletni umetnosti, ne moremo mimo tega, da v oči bodejo predvsem izpostavljene prepreke, ki preprečujejo spletni umetnosti dokončen blagoslov med posvečene umetniške stene. Nepresenetljivo se zategadelj Greenejeva odloči zakoličiti poglavje s tem, da se ti porajajoči problemi vendarle ne smejo zasenčiti, kaj šele demantirati »dobrobitnega« dejstva, da je spletna umetnost pritegnila pozornost oziroma podporo z različnih vplivnih enitet – kuratorjev in institucij (glej Greene 2004, 11–14),<sup>99</sup> ki konsekventno trasirajo inkorporacije. Tak primer estetsko-blagovne inkorporacije se je zgodil denimo že leta 1999, ko je Teo Spiller *spletno umetnino* Megatronix, prodal za dobrih 500 dolarjev ljubljanski Mestni galeriji (Mirapaul 1999).

<sup>98</sup> Rhizome, rizomatski oziroma rizom ironično izhaja iz Deleuzejeve in Guattarijeve knjige *Kapitalizem in shizofrenija* (1972) in označuje anti-hierarhično in decentralizirano mrežo. Z besedami avtorjev: »Nasproti centriranim sistemom (ali celo policentriranim), s hierarhično komunikacijo in vnaprej določenimi vezmi, je rizom acentrirani sistem, nehierarhični in nepomenski, brez Generala, brez organizacijskega spomina ali centralnega avtomata, definiran samo z cirkulacijo stanj« (Deleuze in Guattari 2000, 46). *Medmrežje* kot sopomenka spletu je zato v dotičnem kontekstu karseda cinična.

<sup>99</sup> Resda ne moremo mimo dejstva, da v določenih ozirih lahko strinjamo z vlogo spletne umetnosti, katera je preizprašala sodobne umetniške tradicije, a kar je bolj problematično, je prednjačenje zagovarjanja inkorporacije med umetnostne prostore s temu inherentnimi problemi; npr. nekatere spletne umetnine delujejo le še na starejših različicah brskalnikov oziroma na sedaj že predpotopnih računalnikih.

A vrnilo se k ambivalentnemu dojetju spletne umetnosti, po dikciji Greenejeve in ga skušamo konkretizirati, s tem da se lahko poslužimo letošnjega festivala intermedijske umetnosti *Speculum Artium 09: integrirana umetnost mešane realnosti*. Organizacijski četvorček (Akademija za likovno umetnost in oblikovanje UL, Fakulteta za računalništvo in informatiko UL, Delavski dom Trbovlje in ArtNetLab Društvo za povezovanje umetnosti in znanosti) nam je med drugim postregel s sekcijo »Razpiranje prostora«, to je umetniško programiranih spletnih projektov (kiber)feministične umetnosti, pod *izborom* in *kuratorstvom* Evelin Stermitz. Dotični spletni projekti so bili na razstavi dosegljivi tako iz domačega naslonjača, kot tudi preko na splet prižičenih računalnikov v Delavskem domu, vendar pa vseeno pri nekaterih opazimo, da so bili fizično *razstavljeni* v galerijah že prej. Stermitzova (2009) razstavo navkljub vsemu pospremi z besedami: »aktivistična kiberfeministična spletna umetnost prekinja z tradicionalnimi koncepti umetnosti in umetnostno zgodovino [sic!], s tem da raziskuje nove oblike kreiranja umetnosti v digitalnih modulih kot živo in nestatično percepcijo umetnosti« (ibid.). Zgornji konceptualni antagonizmi in trenja, se še očitnejše nakazujejo v spremnem tekstu celotnega festivala izpod peresa profesorja na ALUO Sreča Dragana (2009):

Izbrana študentska dela so kontekstualna, interaktivna, konceptualna in performativna. Predstavljajo subverzivni vmesnik med umetnostjo, tehnologijo in družbo. Razstavljeni so, ne samo zato, da omogočijo kritično refleksijo, ampak tudi zato, da obiskovalce učijo skozi nove postopke – tehnične izkušnje. Poudarek letošnjega festivala je na prepoznavanju specifičnih izobraževalnih modulov, ki jih razvija vsaka od predstavljenih akademij ter na odkrivanju novih produkcijskih strategij, osnovanih na povezovalnih različnostih. [...] V tem trikotniku različnosti naše izkušnje povezovanja oddelka za Video in nove medije na ALUO s Fakulteto za računalništvo in informatiko skozi projektno sodelovanje predstavljajo način povezovanja umetniškega koncepta in znanstvene misli. Gre za unikaten in uspešen način prepletanja sociologije in znanstvenih sfer, ob katerem pa je pomembno tudi nenehno iskanje primernih prostorov za predstavitev teh poskusnih postavitev. Predstavitve niso izpeljane le na festivalih, ampak tudi v raziskovalnih laboratorijih, vee-jay klubih, univerzitetnih predavalnicah, na spletu ter tudi s pomočjo mobilne komunikacije javnih operaterjev. V nenehnem iskanju primernih krajev predstavitev in najprimernejših partnerjev za pomoč pri dosegu zastavljenih ciljev smo za letošnjo izvedbo festivala izbrali Delavski dom Trbovlje ter Mestno galerijo Ljubljana.

Skratka, kot je razvidno spletna umetnost obvisi največkrat na tialu, naj to zadeva načine in prostore predstavitve ali samega dojemanja vloge le-te v umetnostnem svetu. Četudi z zadržki se advokatom spletne umetnosti, vedno prikrade novorek o izpodkopavanju ustaljenih družbenih krožnic.

Drug aparat umetniškega osmišljanja h kateremu obračamo fokus, je trošenje umetnosti, v našem primeru spletne umetnosti. Že na prvi pogled vidimo, da je ta komponenta neločljivo povezana z zgoraj omenjenim procesom. Če se na eni strani zastavlja teza, da se spletna umetnost pridoma umika kanonizaciji, institucionalizaciji in podobnim determinacijam, se po drugi plati dogaja ravno nasprotno (prim. Andrejevic 2004, 130). Kako si je drugače mogoče interpretirati vse nekritične teoretske razprave o virtualnih galerijah<sup>100</sup> in implementacijah le-teh ali nenehnemu izpostavljanju venomer enakega nabora spletnih umetnin oziroma avtorjev/ic? Prve se denimo razraščajo že v sintezo avditivnega, vizualnega ter taktilnega potom navideznega sveta v vlogi Second Lifa,<sup>101</sup> druge se eklatantno kažejo v literaturi – dodobra smo seznanjeni z Jodi in snovalci temu podobnih kreacij. To nas mimogrede privede do še ene »prizemljitve« spletna umetnosti, in sicer ali polje arbitrarno pogojuje subjektov habitus? Odgovor je v našem primeru negativen. Že pri teoretikih tega področja je možno segmentirano razgaliti tovrstno tolmačenje, četudi se ne vpeljuje Bourdieueve koncepte. Naj se vnovič opremo na Greenejevo (2004, 13), saj ena izmed kritik izhajajoča iz umetniške srenje izpostavlja, da si spletni umetniki ne prislužijo naziva »Umetniki«, kajti smatrajo se za *programerje*. Pomeni, da spletni umetnik ne more biti vsakdo, marveč kdor ima za umetnostno sfero normativen kapital<sup>102</sup> – v tem primeru kulturni, socialni, ipd. Tudi Medjugorac (v Murn 2005, 31) »odkriva veliko število avtorjev [sic!] s tehnološko ali matematično izobrazbo, ki so s svojim znanjem programiranja ali izdelovanja tehnologij postali nepogrešljiv element v procesu nastajanja umetniškega dela ali pa celo sami postali *umetniki* [poudaril S.A.]«. Enačba je torej vzpostavljena: kdor ima tehnološko in/ali umetniško izobrazbo,

---

<sup>100</sup> Naštejmo le nekaj raziskave tega žanra: Mueller in Neuhold (ND) ter Hrk (2001) raziskujejo konkreten primer apliciranja 3D virtualne internetne galerij s tehnokratskega vidika. Takšno umestitev za slovensko umetnost ponudita Peer in Solina (1999). Hendricks, Malan in Tanguampien (2001) izvršijo primerjalno študijo med 2D & 3D galerijami; Clarke III in Flaherty (2001) pišeta o problemih in potencialu prodajanja umetnin prek internetu; itd.

<sup>101</sup> Steinbeckova (2009) je v času pisanja tega diplomskega dela, zbrala na kup kar 464 Second Life »umetnostnih galerij«.

<sup>102</sup> Na tej točki se sicer zavedamo, da je potrebno specifično (tehnično) znanje za kreiranje spletnih umetnin, a skušamo poudarjati kompetentnost(i) za umestitev v polje umetniškega.

je lahko deležen prostora pod soncem tudi v umetnostnem sistemu. S tega zornega kota bi bil denimo zanimiv vpogled v izobraževalni kurikulum najpogosteje izpostavljenih spletnih umetnikov s teritorija Slovenije, a je to izven naše domene. Naj izpostavimo le en primer, kjer že poprej nemalokrat sklicevan ali citiran Janez Strehovec podleže zgornji logiki. Ne samo, da v svoji knjigi *Tehnokultura - kultura tehta*, nameni poseben razdelek spletnemu umetniku, kateri je zaslužen za slikovno opremo njegove monografije, temveč eksplicitno izpostavi sledeče: »Bojan Štokelj ni le novomedijski umetnik, ampak tudi akademski slikar« (1998, 255; prim. Greene 2004, 53–33). Ironija *par excellence*.

#### 4. 4 O klicah (subkulturenega) »grafita« v kibernetnem

*...the street finds its own uses for things.*

*(William Gibson 1986, 186)*

Vprašanje, ki se zastavi že na samem začetku je, kje sploh iskati začetno točko porajanja *grafita* v kibernetnem? Z določenim zadržkom, se iz lingvinističnega zornega kota lahko definira *grafit*, zlasti *politični*, kot skupek znakov, črk. Za naše raziskovanje je sicer relevantno omejiti horizont na subkulturne grafite, četudi mestoma političnih grafitov ne moremo metati v nič. Njihov preboj v sfero kibernetičnega prostora ima svojstveno težo, najbolj v smislu tekstualnih in besedilnih intervencij, kar bi v tem toku najžlahtneje pojasnjeval cyberpunk. S tem sicer zapadamo v tvegano tolmačenje grafita kot vsakršne tekstualno-vizualne intervencije (recimo napisa na straniščnih vratih, klopi, ipd.), saj reduciramo grafit le na akt, ki ne upošteva komercialno ter ideološko nekonformnost, estetsko formo, ilegalnost in kontekst nastanka (glej Velikonja 2008), a vendar se lahko, pogojno rečeno, vprašamo po konsekvencah *političnih grafitov* v kibernetnem prostoru, se pravi *spletnih, digitaliziranih grafitov* (Mikola 2008, 198). Ali če postavko radikaliziramo v domeno cyberpunka: ali ni napis po vdoru na spletno stran s stani »white hat« hackerjev oziroma hacktivistov, ob precejšnji ignoranci do samega etosa grafita, le nekakšna oblika ultimativnega »grafita«?<sup>103</sup>

Paralele med hacktivizmom in eksplicitnim političnim grafitiranjem se razraščajo onstran zgornjega vprašanja; denimo oboji problematizirajo dominantno idejo

---

<sup>103</sup> Idejo si hvaležno izposojam od udeleženca na eni izmed Čajank za sodobno umetnost.

apriorizmov o (javni) *lastnini* in njeni uporabi, komunikacijski deficit v (demokraci)nem sistemu, kanoniziranje (izključno) estetskega in podobno.

Pustimo ta razmišljanja zaenkrat na stranskem tiru in se raje osredotočimo na transformacijo kreativne oblike izražanja na ulici v virtualno arhitekturo. Topika nas bo usmerjala k osvetljevanju problematičnih konsekvenc tega početja, ki jih hkrati mislimo skozi širši aspekt inkorporacije, le da tokrat v virtualnem kontekstu. Zgodbo začenjamo z oplemenitenjem mehničnega k grafitu, vse do potopitve subkulturnega grafita (kastiranega večine lastnega etosa) v kibernetsko okolje, kar istočasno sledi trendu, ki smo mu bili priča pri spletni umetnosti. Ob pomoči dotičnega miselnega toka, težimo h dokazovanju, da ne glede na kibernetsko transformacijo, se konstitutivne značilnosti *realnega* umetniškega sistema zrcalijo v polju virtualnega. Kibernetske inačice umetnosti niso laissez-faire *per se* kar se večkrat naivno pojmuje, temveč podaljšek umetniškega mastodonta v realnem. Groys (2002) slednje dokazuje za »belo kocko«, pokažimo še za tisto realnost konstituirano iz ničel in enic.

#### **4. 5 Od teorije k praksi: grafiti kot simptomatičen primerek**

*Kot že vsi vemo je najboljša stvar pri internetu ta, da ga nobena medijska hiša ali mestna oblast ne nadzoruje. Vsakdo izmed nas, vključno z dvema osebam, kateri slučajno bivata na ulici Wooster, lahko postane medijska entiteta. Potrebno je imeti le zorni kot.*

*(Sara in Marc Schiller, urednika WoosterCollective.com)*

Zgoraj izbrani podnaslov bomo argumentirali v sosledju treh faz, pri čemer bodo le-te, kot rečeno, delno skladne z vpeljevanjem novih tehnologij v (novodobno) umetnost, le za razliko, da bomo tokrat prej zapisano teorijo žarčili skozi prizmo subkulturnih grafitov. Ponovimo ugotovljeno: že novodobne umetnosti so sprva pridoma kombinirale tehnološko in računalniško in ta princip nadaljevale v popolno fuzijo s kibernetskim, kar nam simptomatično dokazujejo (subkulturni) grafiti.

#### 4. 5. 1 Tehnoroka kot alternativa organskemu

Vkomponiranje tehnoloških inovacij in harmonijo teh v zvezi z izvajanjem grafitiranja dokazujejo mnogoteri primeri, ki so bolj kot ne stremeli k perfekcionizmu izvedbe in na stranski tir dajali lastne posledice. V nemar na tem mestu sicer zapuščamo družbeno-politične vzroke ter konsekvence,<sup>104</sup> a vendar se le temporalno ustavljamo v tem polju sprememb. Naštejmo le nekaj najznačilnejših primerov.

Recipročnost med robotiko ter grafiti, so pri Inštitutu za praktično avtonomijo (glej Institute for Applied Autonomy 2009) eksperimentirali že od leta 1998, ko so sčasoma javnosti predstavili njihova najodmevnejša projekta: GraffitiWriter in StreetWriter. Idejna zasnova prvega je sila preprosta: daljinsko voden avtomobilček oplemenitijo s petimi spreji in računalniškim vezjem, ki mu omogoča izpisovanje poljubnega besedila po prepeljani površini. Enak koncept, le nekajkrat dimenzionalno potenciran, pa predstavlja StreetWriter, kajti v tem primeru kombi (oziroma v drugi izvedbi je bila to prikolica) ravno tako priredijo, da lahko le-ta, ob pomoči računalnika in večjih količin barve, (iz)riše po peljani podlagi bodisi preprostejše oblike bodisi črke velikosti dobrega metra. Na bolj ali manj podobne koncepte se veže, v letu 2002 lansirana, naprava poimenovana Hektor (glej Lehni in Franke 2009). Ta je sad kolaboracije med dvema inženirjema in je bila izdelana kot diplomsko delo. Kako torej deluje Hektor? Prenosna naprava pod predpisanimi programskimi ukazi, izrisuje računalniško podobo na steno na način, da z vrvmi koordinira pozicijo spreja in obenem iz pločevinke enakomerno razprši barvo. Človeški dejavnik je pri obeh konceptih reduciran na minimum – izbiro podobe in klik na ukazni gumb.

Nekoliko večjo udeleženoost človeškega faktorja, zahtevajo kreacije izvirajoče izpod rok Graffiti Research Laba (2009), koder prek pestre palete inovacij, skušajo združiti odprtokodno programsko opremo, kritično noto, ulične kreativce/ke ter urbano komunikacijo. Na inovativen način so križali elektroniko, robotiko in grafičarsko ideologijo: *LED Throwies*, *High Writer*, *Electro-graf* in drugi so eksemplarni primerki tega, paradnega konja pa predstavljajo »laserski grafiti« oziroma »tagi« (t. i. *L.A.S.E.R. Tag*), saj slednji ob pomoči projektorja usmerjenega na tarče, na primer stolpnico, lahko z

---

<sup>104</sup> Četudi niso niti približno zanemarljive, kar smo lahko videli že v prejšnjih poglavjih. Na ta način nam primeri kvečjemu ponovno dokazujejo problematične vidike blagovne in estetske inkorporacije, ki gredo s finančnimi kapitali z roko v roki. V tem oziru se vnovič ne bomo zaustavljali pri že izpostavljenem, a vseeno se nadajamo, da bo bralka in bralec nadaljnji tekst prebiral(a) tudi skozi ta kalejdoskop.

laserjem (i-legalno?) izrisujejo želeno obliko/sporočilo. Potegnimo zopet vzporednico s Slovenijo. Znotraj letošnjega *Festivala pomladi* so v Jakopičevi galeriji pod mentorstvom Luke Freliha, izdelovali prav to orodje. Kar je pri tem zanimivo, je dejstvo, da se Frelih(a) opredeli za »umetnik[a], ki deluje na področjih računalniškega mreženja, programiranja, odprte kode in spletnega oblikovanja« (ibid.) skratka, nima direktne povezave z grafitarstvom. Metode in poslanstvo grafitiranja prevzame druga sfera s stično točko, nahajajočo se izključno v poseganju po privatni lastnini. Opis delavnice denimo se glasi: »Laser tag je svetlobna naprava za taganje, ki ponuja alternativo klasičnemu taganju s spreji ali flomastri. Naučili se bomo narediti lasten laser [...] [s katerim] krasimo teže dostopne in dragocene fasade. [...] Po delavnici se bomo podali na ploščad SEM [Slovenskega etnografskega muzeja], kjer bomo nova grafiti orodja preizkusili [...]« (Festival pomladi 2009).

Ako so dozdejšnji primeri bili strogo zapisani vpeljevanju mehničnega in/ali informatičnega v grafitarski prostor, vendarle ne smemo zanemariti benjaminovskega pojmovanja, ki v toku tega procesa vidi izgubo avratičnosti umetniškega dela. Če nekoliko presedlamo tematiko na drugo plat nam skupnih imenovalcev, nam Walter Benjamin ponudi doumevanje tehnologije kot instance, ki omogoča neomejeno produkcijo. Kod tovrstna logika v kibernetičnem pronica oziroma bolje – se sublimira? Gledano skozi demokratični potencial eseja *Avra umetnine v času tehnične reprodukcije*, se poprej materialni, ekskluzivni zapisi o grafitarskem dogajanju razprostrejo v kibernetično mrežo potom danih kanalov; na primer torrentov,<sup>105</sup> digitalnih televizijskih mrež,<sup>106</sup> webzinov, P2P omrežij, ipd. A vendar opevan zasuk prinaša tudi drugačno resnico. Infrastruktura digitalne ere daje nastavek za neskončno reproduciranje fotografiranih streetartističnih ter grafitarskih del v obliki takoimenovanih *printov* (tj. natisov; večinoma posterjev). Idealiziran ustroj digitalizacije pa določeni avtorji namensko izpodkopavajo, saj izpuhtela avratičnost vodi k devalvaciji originalov. Grafitar Above (2009) je tu še posebej ambivalenten, kajti o svojih izvirnikih na domačem portalu pravi »vse ima svojo ceno, vendar ne more si jih vsakdo privoščiti. Bolj sem zavzet za ljudi, ki imajo osebnost, strahove, humor, krivdo in optimizem in cenijo originalne umetnine, kot pa za nekatere, ki imajo denar, nimajo pa hrbtenice, karakterja in avtentičnega zanimanja« (ibid.). Viteškost pa na drugi strani demantira že s tem, ko

---

<sup>105</sup> Glej denimo Grafftorrents (2009).

<sup>106</sup> Glej Graffitiv (2009).

*printe* na svojem lastnem portalu (dražbi?) prodaja v omejenih količinah po par sto zelencev. Kako zagotoviti *avtentičnost*? Vsaka kopija je s strani grafitarja podpisana in oštevilčena – primerjalne iztočnice z grafičnimi tehnikami *a la* jedkanica, sitotisk, linorez in odtisi slednjih, se ponujajo kar same na sebi.

Če se logike reproduciranja v obliki *printov* po eni strani poslužujejo avtorji/ce, na drugi storijo enako umetnostne institucije, kajti zadosti zgovorno se originalna dela na dražbah prodajajo v šestmestnih cifrah – v mislih imamo seveda primer grafitarja Banksyja. Kontekstualiziramo njegovo izkušnjo z devalviranjem Umetnin potom tehnološke reprodukcije. Na Banksyjevi spletni strani (Banksy 2009) je v razdelku FAQ zastavljeno sledeče vprašanje: »Kaj je z vsemi [tvojimi] galerijskimi razstavami?«, ponujen odgovor pa se glasi: »Nobena od razstav *printov* [...] v umetnostnih galerijah nima ničesar opraviti z menoj, [kajti] to so zadeve, ki so jih oni [umetnostne galerije] kupili že poprej« (ibid.). Čez določen čas, pa se je na istem spletnem naslovu pojavila opazka, češ »v decembru potekata dve Banksyjevi razstavi. Razstava *printov* v Newyorški galeriji, katera je popolnoma neavtorizirana in malo verjetno vredna ogleda [...]« (ibid.).

Torej že res, da digitalizirana umetniška dela na spletu v svoji srčiki po eni strani sledijo teorijam o dematerializaciji umetniškega, a kaj, ko se po drugi plati konstantno sprožajo tradicionalni mehanizmi umetniškega, podpihovani iz najrazličnejših vetrov.

#### 4. 5. 2 Ulične kreativnosti na internetu

Četudi so prejšnji primeri še vedno iskali določeno oporo na materialen artefakt umeščen v kibernetski prostor in izpostavljali iztočnice za razmišljanje o paralelah, ki se sučejo okrog mehanizmov umetniškega sistema (seveda tudi tistih ponotranjenih pri posameznikih/cah), lahko v naslednjem koraku enake značilnosti uvidimo ob uličnih kreativnosti, ki nas nagovarjajo *na* spletu – potemtakem preskočimo na naslednji nivo in oklestimo še nekoliko več *materialnih* determinant umetniškega dela. Zategadelj obračamo fokus na tri ključne grafitarske in streetartistične portale, kajti slednje lahko pogojno primerjamo z umetniškimi institucijami – to so Ekosystem,<sup>107</sup> Wooster

---

<sup>107</sup> <http://www.ekosystem.org/>

Collective<sup>108</sup> ter Stickeraward.<sup>109</sup> Izbor je zavesten in eksplicitno subjektiven, a načeloma relevanten, saj se v njih zlija ne samo ves fotografski material, ki je ujel ulične kreacije, temveč se v mreže pri prvih dveh ujame še plejada novic, reportaž, blogov, hiperlinkov, ki se tičejo uličarjev.<sup>110</sup> Hkrati naj argument in selekcijo obtežimo s podatkom, da je nemalo oči uprtih na te *www* naslove: Woostercollective denimo požanje več kot 14.000 unikatnih IP naslovov, kar pomeni (načeloma) enakovredno število zainteresiranega občinstva, medtem ko je bilo do februarja 2008, na Ekosystemu objavljenih okrog 1300 novic, prištevši 4500 uporabniških komentarjev, na Stickeraward pa je bilo v štirih letih (obdobje odkar poteka *tekmovanje*) poslanih dobrih 2500 fotografij uličnih kreacij oziroma grafik.

Pojdimo po vrsti in zapišimo najprej kaj bomo iskali pri omenjenih spletnih straneh. Analizo reduciramo ne samo na elemente nahajajoče v dozdajšnjem, se pravi *realnem* umetniškem aparatu osmišljanja, ki smo jim bili priča pri spletni umetnosti (se pravi diskurzom, trošenju in kapitalom) temveč se fokusiramo elemente (estetske) inkorporacije: kanonizacijo, interpretacijo, kulturne posrednike in podobno. Raje kot iskati izolirane značilnosti posamične komponente, bodo slednje razumljene v smislu prepletenosti, nadgrajevanja in recipročnosti, rezultirane v tvorbi nove ali kibernetske »bele kocke«. Konkretizirajmo.

Namigovanje na sojenje o *digitalnih* kulturnih posrednikih, smo delno podali že v zgornjem številčnem očrtu, a poizkusimo domnevo še radikalizirati. Že od leta 1999 delujoč Ekosystem, je izrecno subjektivno zasnovan, kajti ena sama oseba selekcioniira bodisi material na spletni strani bodisi fotografije, ki mu prispejo na e-mail. Naj vnovič izpostavimo pozicijo upravljalca s psevdonimom Eko (2009a), ki o filtrirani prezentaciji *primernih* fotografij za objavo eksplicitno zapiše: »Če mi bodo [fotografije uličnih akcij] vseč ali jih bom smatral za interesantne, se bodo lahko uvrstile v arhiv« ali kot na drugem mestu pravi »ni[ma] nikakršnih strogih pravil. Če so mi [fotografije] vseč, objavim, če je zanimivo ali pa originalno ter mi ni pretirano vseč, tudi obstaja možnost, da objavim. Če je od nekoga, ki ga dobro poznam in zadeva ni tako dobra, je še vedno možno, da bo šlo skozi. Odvisno je tudi od moje volje, števila dobljene elektronske pošte in časa, ki ga imam na razpolago« (Eko 2009b). Po drugi strani so na Wooster Collective pred časom

---

<sup>108</sup> <http://www.woostercollective.com/>

<sup>109</sup> <http://www.stickeraward.info/>

<sup>110</sup> V tej mariri so portali bolj simptomatičen primer za naše raziskovanje, kar pomeni, da bi izbor drugih portalov lahko zrcalil podobne, če že ne enake značilnosti.

dejali, da »jih žene samo ena motivacija za urejanje te strani. To je deliti z vami zadeve, ki *nas* [poudaril S.A.] navdihujejo« (Schiller in Schiller 2007). V tem kontekstu je nezanemarljiva informacija, da sta osebi stoječi za upravljanje strani – Marc in Sara Schiller – poklicno marketinška stratega; prvi je zaposlen pri marketingu digitalnega (ang. digital marketing), partnerka pa v marketingu nepremičnin. O pridobljeni relevantnosti kot posrednika med street art oziroma grafitarsko sceno in zunanjim svetom, priča ne le gostovano predavanje v Tate Modern, marveč tudi nedavno povabilo na posvet v Belo Hišo glede vloge umetnosti. Odzvala sta se češ »graffiti niso nikoli bili priznani s strani mainstream družbe kot 'pomembno' umetniško gibanje. Četudi je prisotno v vsakem mestu širom sveta. Hočeva, da se ta [percepcija] spremeni« (Schiller in Schiller 2009a). Na taisti strani, ki jo upravljata smo mimogrede lahko zasledili tudi objavo o formiranju t. i. »kreativne baze podatkov Wooster Collective«. <sup>111</sup> Gre za idejo o zbiranju informacij v bazo podatkov Wooster Collectiva o grafitarjih in streetartistih oziroma njihovih sposobnosti, saj kot pravijo »nas skoraj tedensko kontaktirajo firme in podjetja širom sveta, ki iščejo [...] priporočila za umetnike in dizajnerje [...] tako komercialne kot nekomercialne. [...] Z bazo podatkov bomo lahko bolj učinkovito priporočali umetnike, ki so zainteresirani za biti upoštevani v komercialnih projektih« (ibid.). Veliko o latentnih subjektivnih merilih para Schiller, tako glede rizomatičnosti uličnih kreacij v avtentičnem habitatu ali »plasiranja« slednjih v kibernetičen življenjski prostor, pove splet dogodkov o novici dotikajoči se akcij Pixadoresov. <sup>112</sup> Septembra 2008 taista skupina spiše manifest, kjer navajajo, da se borijo »proti trženju, institucionalizaciji in domestifikaciji street arta s strani galerij in medijev«. Pamflet realizirajo še praktično: vdrejo v eno izmed lokalnih galerij, ki je tačas gostila obsežnejšo razstavo poblagovljenega street arta oziroma grafitov ter stene (vštevši z *umetninami*) popišejo s političnimi graffiti ali kot jih sami imenujejo pixação. Kakopak na Wooster Collective objavijo novico, <sup>113</sup> podkrepljeno izključno s fotografijami o dogajanju ter krajšim izsekom manifesta Pixadoresov. Manko osebne pozicije, ali bolje kar obsodbe, zapolnijo že naslednji dan v novici, naslovljeni »Žalost v zvezi s Sao Paulom«. <sup>114</sup> Med vehementno

---

<sup>111</sup> Glej Schiller in Schiller (2009b).

<sup>112</sup> Pixadores so iz favel izhajajoča skupina grafitarjev v São Paulo, večinoma depriveligirana mladina *nižjega* razreda. Pri pisanju, se poslužujejo specifične *besedilne* grafitarske tipografije, ki je mnogokrat eksplicitno politično obarvana. Pomembnost napisov se hierarhizirano razvršča, in sicer premosorazmerno s pretečimi nevarnostmi ob grafitiranju. Za podrobnejšo razlago glej YouTube (2009d).

<sup>113</sup> Glej Schiller in Schiller (2008c).

<sup>114</sup> Glej Schiller in Schiller (2008d).

argumentacijo o brezpogojni nedotakljivosti posvečenih umetniških artefaktov izpod rok etabliranih Umetnikov in svetoskrunskem dejanju Pixadoresov, zasledimo precej zgovoren sestavek:

Kot mnogo drugih umetnikov širom sveta, tudi mi ljubimo brazilsko street art sceno. Obožujemo tamkajšnje street artiste in obožujemo ekipo, ki vodi [napadeno] galerijo Choque. Štejemo jih za del naše družine. Ko smo prvič zagledali fotografije iz galerije Choque, smo bili šokirani in neverjetno razžalosteni. Naša srca so se zlomila. In vemo za druge – naše prijatelje – da bi bili ravno tako razžalosteni in šokirani. Fotografije smo objavili na spletni strani samo iz enega razloga – deliti novico o tem kaj se je zgodilo v Sao Paulu z našimi prijatelji, ki morda ne vedo, da se je ta neverjetno nasilen dogodek zgodil. Vemo, da bi bili tudi oni šokirani in razžalosteni. Vemo, da bi izkazali podporo galeriji in umetnikom. [...] Ostali smo brez besed in vemo da bi bilo tako tudi pri njih. Šele sedaj se zavedamo da s tem ko nismo včeraj spregovorili, smo morda pustili napačen vtis do tistih, ki nas ne poznajo (ibid.).

Blamaža je dolga še vsaj enkrat toliko in se zaključi z apelom na ponotranjenje *umetniškega*, saj objavo zakoličijo takole: »Podpiramo galerijo Choque in umetnike, ki so razstavljali svoja dela in obenem upamo, da boste vi storili enako«. Absurd je še večji, saj se na prvotni lokaciji o tej novici, s komentarjem oglasi upravljavec Ekosistema: »Pixadores so očitno izbrali napačno tarčo; *tagati* [pisati] čez oglasne panoje 123 Klana/Nike/Adidasa bi razumel. Ampak pisati čez umetnine drugih umetnikov v majhni galeriji, je zame preprosto plehko in bedasto« (Eko 2008).

Polisemično branje je bilo potemtakem mogoče vsega skupaj 24 ur. Vidimo, da se zgodba piše nekako takole: pravo pozicijo, prave umetnine, pravilno konzumiranje (visoke) umetnosti na svoja pleča darežljivo prevzemajo zakamuflirani kulturni posredniki (tako osebe kot posledično spletne strani) delujoči v medmrežju z lastnimi ponotranjenimi, za zahodno umetnost tipičnimi, režimi vrednotenja. Občinstvo se potemtakem v okviru tega razumevanja, naj ne drzne zoperstavljeni ideji o Umetnosti in interpretaciji o še zadnjih drobcih nekolonizirane, subverzivne kreativnosti, ampak naj se raje disciplinira, regulira percepcijo z vsemi konsekvencami ter posrka normiranje po dikciji, ki je bojda sila hvalevredna že znotraj obstoječega umetniškega sistema, sistema delujočega v *realnem, oprijemljivem* svetu. Kontemplacijo je bolje pasivizirati, občinstvo naj se uglaši na apatičnost, kajti *prave* pomene in spoznanja o dogajanju, bodo kreirali

drugi, pa četudi brska po mnogokrat oklicanem alternativnem, »drugem« ali kibernetičnem svetu, po populistični varianti boja odrešenem preprek, ki jih s seboj prinaša gravitacija.

Četudi ima vsak monitor opcijo barvne kalibracije, na spletu vendarle ne vidimo vse tako svetlo kot se na prvi pogled (za)zdi. Za moment obrnimo binokel diametralno nasprotno zgoraj analiziranemu – ne na tisto kar je gledano, ampak na kogar gleda – gledalka in gledalec. Občinstvo, ta termin, s katerim ogradimo kohezivno gručo kulturno zainteresiranih subjektov, nam predstavlja še eno iztočnico za potrjevanje spletne romantizacije, zakaj v strahu pred tavanjem po medmrežju se ob naslednji instanci tudi (pasivno) občinstvo poslužuje bližnjic.

Rečeno s Strehovcem (v Baudrillard 1999, 376) »[...] je internet s svojim globalnim spletom informacij, ki neizmerno rastejo v realnem času in katerih količina daleč presega kakršnokoli realno potrebo po njih in tudi posameznikovo potrebo za njihovo recepcijo«. Ni treba biti *street* ekspert, kajti vsa kaotična akumulacija fotografij in informacij pričujočih o uličnem dogajanju, bo pokroviteljsko redukcionalirana. Kako? To se nakazuje ne le pri spektakularnem strmenju k lovoriki za najboljšo nalepko (rečeno v žargonu t.i. *sticker*, ki je del streetartističnega oplemenitenja ulic) v posamičnem letu, temveč znotraj koncepcije samega tekmovanja. Govora je o (do sedaj na stranskem tiru puščenem) portalu pomenljivo poimenovanem Stickeraward.<sup>115</sup> Namreč ta goji idejo o (kvazi)egalitarnosti pri dostopu do samoprezentacije, saj ima baje vsakdo<sup>116</sup> priliko nalaganja na dotično spletno stran fotografijo s svojo, na ulico plasirano, kreacijo. Če naj bi se Stickeraward izmikal subjektivnim zaprekam, ki jih je moč zaznati ob prejšnjih primerih, je resnica bolj grenkobna. Ko do določene časovne točke prispejo vse kreacije, se 6-članska *komisija* (!) odloči izbrati tri najboljše izdelke, ki niso le nagrajeni, temveč so avtomatično zreli za razstavo v sestavi *najboljših* doprispelih nalepk. Da bi bila ironija potencirana in vzporednice z galerijskim sistemom še očitnejše, se v letu 2007 na zmagovalne stopničke prebije tudi nalepka (oziroma natančneje fotografija slednje) »PLEASE, DON'T TAKE ME INTO A GALLERY« (ibid.). Vse prej kot arbitraren izbor in večinsko konzumiranje selekcije, ki je sila sorodno raznim bienalom, je zopet, če se

---

<sup>115</sup> Glej Stickeraward (2009).

<sup>116</sup> Ta subjekt se kvečjemu umešča v kapitalistični in informatizirani Zahod, ali neokolonialno rečeno »prvi Svet«, ne pa tudi »tretji Svet«. Skratka, rečeno politično korektno in skupaj z Wallersteinom, se bo ta »vsakdo« prej nahajal v centru oziroma polperiferiji, kot pa v svetovni periferiji. Za boljšo predstavbo: po izsledkih raziskave Internet World Stats (2009), so afriški uporabniki in uporabnice interneta predstavljali borih 3,4% vseh svetovnih uporabnikov in uporabnic (ibid.). Glej tudi Finlay (2008).

vrnemo na Ekosystem, denimo počela povezava na forumu naslovljena »top 35 of 2007«, kjer je v pičih treh dneh povezavo preklikalo več kot 100.000 obiskovalcev.<sup>117</sup>

#### 4. 6 Stari umetnik(i), nov(a) tehnolog(ija): v kibernetičnem prostoru z digitalnim sprejem v roki

*Kar počne cela družba, ki sicer še naprej producira in preveč producira, je, da ponovno obuja realno, ki ji uhaja. Zato je ta »materialna« produkcija danes sama hiperrealna.*

*(Jean Baudrillard 1999,34)*

Na prvi pogled se zazdi, da imata prezentirani zgodbi – tako tista o spletni umetnosti, kot o grafitarskem na spletu – bore malo skupnega. Sicer najmanjši skupni imenovalec ene in druge sliši na ime *splet*, a se le poredkoma posega onkraj posplošenega tolmačenja obeh fenomenov. Ker težimo h dokazovanju nasprotnega, naj se poslužimo primerka, ki pogojno združuje obe sferi in nas napelje do umeščanja *grafitarskega* med spletno umetnost. Zanesenjaki nad grafitarstvom in »tehnološko revolucijo« so se poigrali s potencialom Nintendove konzole Wii, kajti rodil se je (no, seveda ob sponzorstvu enega osrednjih proizvajalcev sprejev) WiiSpray.<sup>118</sup> Tokrat že druga generacija programa omogoča uporabniku/ci niansiranje fiktivnih barv iz wii-spreja na fiktivno platno. *Grafitarju* se pred očmi projicira kot-da-grafit, s svojim dejanjem ne posega v prostor, ga ne *uničuje*, lokaliteta je zatorej že anahronična, unikatnost zanemarljiva – kreacijo shrani in poseg se nadaljuje drugič.<sup>119</sup> Akt grafitiranja se *simulira*, znak in realno drsita vedno bolj vstran. Referent se odmika prvotnemu gnezdenju v realnem, Baudrillard (1999, 10) bi v tem primeru rekel »[g]re za substitucijo realnega z znaki realnega, torej za operacijo odvrčanja vsakega realnega procesa z delovnim dvojnikom«. Skratka, popolna potopitev v kibernetično in proces dematerializirane (avto)poetike kreacije.

---

<sup>117</sup> Nepričakovan naval je bil obenem vzrok za presedlanje na novega ponudnika internetnih storitev oziroma konkretno na zmoglivejši server. V času pisanja besedila se je število obiskovalcev preseglo cifro 300.000 (glej beck 2007 in beck 2008).

<sup>118</sup> Glej WiiSpray.

<sup>119</sup> Razmišljanje je le parafraziranje enega od avtorjev WiiSpraya. Rečeno z njegovimi besedami: »WiiSpray je boljše uzreti kot vmesnik, ki daje grafitom novo virtualno stopnjo izven [sic!] obstoječega realnega sveta. Je simbioza digitalnega in analognega, kot tudi socialnega mreženja (ang. social networking) in preseganja daljav. Vsakdo ga lako uporabi, ničesar ni nasprejano, ničesar se ne uniči. Samo ti se odločiš kaj shraniti, saj je vse virtualno, [...]«, itd. Glej Lihs (2009).

Stična točka spletne umetnosti in geneze grafitarskega, se nahaja ravno tu – pri odklonu od realnega označevalca. Dotična simulacija je predfaza, ko »podoba nima [več] nobene zveze s katerokoli realnostjo: je svoj lastni čisti simurakel« (Baudrillard 1999, 15). Ne verjamete? Eklatanten dokaz je v celoti virtualizirano *grafitiranje* in sliši na ime Bomb the World.<sup>120</sup> Portal z dozda več kot 9-milijonskim obiskom, predstavlja le najbolj dodelano virtualno apropiacijo grafitarskih elementov, ker obstoja še precej podobnih konceptov na spletu,<sup>121</sup> enega lahko zasledimo celo na spletni predstavitvi londonskega muzeja Tate, in sicer v zavrhu namenjenim otrokom.<sup>122</sup> Ne samo Bomb the World, ampak tudi ostale igre nepresenetljivo koherentno inkorporirajo paletu ključnih elementov znotraj subkulture. Bomb the World je denimo začinjena s temu primernim žargonom, saj za projektom stoji med subkulturno srenjo priznani grafitar Klark Kent. Rezultat samooklicane *igre*, bolje bi bilo celo reči vmesnika, je ekspozicioniran »kibernetski grafit«. Zakaj vmesnik? Potom širšega ovinka smo se zopet vrnili na začetno točko, koder smo ob pomoči teoretsko-umetniškega establišmenta spoznali kaj se smatra za spletno umetnost. Če prečesamo portal Bomb the World, vidimo da lahko obkljukamo malodane vse postavke spletne umetnosti:

- relativiziranje avtorja; uresničuje se potom anonimnosti: »grafitar« si izbere nadimek (pripet mu je še statusna oznaka, ki ustreza hierarhičnemu žargonu v subkulturi, tj. »toy«, »rookie«, »king«) ali deluje pod imenom crewja.

- intertekstualnost, interaktivnost in networking; prirejajo se tekmovanja na virtualnih lokacijah (v virtualnem »yardu« ali na »steni«), katerih izdelke se ocenjuje in izbere zmagovalca. Na voljo nam je še »Hall of fame«, ki omogoča ogled najboljših izdelkov drugih »grafitarjev«. Slednji imajo na voljo tudi prostor za krajšo prezentacijo sebe. Portal se hkrati povezuje na uradni blog, vštevši z opcijo komentiranja slednjega.

- hiperlinke; v portfolio posamičnega avtorja se lahko vpiše poljuben spletni ter e-mail naslov.

- nenazadnje pa se »narisano« ne prodaja in dostopno je vsakomur, ki ima priključek na splet.

---

<sup>120</sup> Glej Bomb The World (2009). Komplementaren primer k temu je »virtualno grafitiranje« ZEVS-a, saj je slednji sprva izvedel kar nekaj zidnih intervencij, pri čemer je izrisoval korporativne logotipe, s tem da se je iz le-teh podedila barva. Spletno variacijo je izvedel z logotipom (in celotno postavitvijo spletne strani) Google; glej ZEVS (2009).

<sup>121</sup> Glej denimo LRPD Vandalsquad (2009).

<sup>122</sup> Glej TATE KIDS (2009). Del pozdravnega sporočila igre se glasi »umetniki, ki delujejo na ulici, prav tako delajo v ateljeih in prirejajo razstave. Enostavno uživajo javno svobodo izražanja in v novih publikah« (ibid.).

Poizkusimo še kontekstualizirati oba fenomena, s tem da prikličemo ponovno v spomin Second Life, saj tu nastopa zopet presek obojega – grafitarskega in spletno umetniškega.<sup>123</sup> V »drugem življenju« se ne le srečujemo z digitalizirano kopijo umetniškega oziroma kreativnega, za kar so recimo navdušenci nad Banksyjem poskrbeli tako, da so bodisi zidove v Second Lifu oplemenitili z njegovimi šablonami bodisi v taistem digitalnem svetu sprogramirali galerijo s kreacijami Banksyja. Dogaja se še še perverznejša različica: referenčna točka v galerijskem navdihuje reinterpretacijo v virtualno galerijskem, ki se zopet vrne na začetno mesto – v galerijsko. O tem se lahko nedavno tega prepričali v Galeriji Škuc, ki je med drugim gostovala spletna umetnika Evo in Franca Mattes, bolje poznana pod psevdonimom 0100101110101101.ORG. Par s projektom Synthetic Performances, prek spletnega Drugega (tj. avatarjev) v Second Lifu, ponovno uprizarja zgodovinske performanse, kjer se ti vračajo kamor so jih prvotno že umestili – v umetniško.<sup>124</sup> Konkretnije lahko v ljubljanski galeriji vidimo projekcijo reuprizoritve performansa prvotno izvedenega v *Galleria d'Arte Civica di Bologna* leta 1977 s strani Marine Abramović in Ulaya, ki se tokrat dogodi v Second Lifu.<sup>125</sup> Skratka, začetek konca ali nekakšna izprijena apropiacija krogotoka kulture: krog se prične in konča v umetniškem, četudi bi bil kot-tak, na spletu samozadosten in (avto)poetičen. Kaj nam pri celotni sliki še uide? Nič kaj začuda lahko posamičen avatar v Second Lifu opasamo s funkcijo *grafitiranja*<sup>126</sup> in se podamo *plasirati* »tage«, »bomberje« ali »piece« po tem virtualnem svetu. Potrebujemo le plačljivo aplikacijo<sup>127</sup> v protivrednosti okrog 300 Linden dolarjev, kar nanese nekaj čez en ameriški dolar, in tako avatarju omogočimo radoživo rokovanje s spreji ali funkcijami z enakim izkupičkom: »grafitirati« virtualno.

Za zakrpanje luknje na način, ki sta ga ubrala dvojica Eva in Franco Mattes, umanjka le še finalna faza: prezentacija (ali naj raje zapišemo razstavljanje,

<sup>123</sup> Četudi nam bi na tem mestu nekateri oporekali, saj Second Life, zaradi lastništva v korporativnih rokah in s tem omejevanja javne sfere (in splet kot antipod temu trendu), določeni avtorji/ce ne smatrajo za spletno umetnost. Glej denimo pozicijo Tea Spillerja (2008).

<sup>124</sup> Na njuni domači spletni strani seznam zaobjema šestih tovrstnih performansov (glej Mattes in Mattes 2009).

<sup>125</sup> Osrednje besedilo letaka razstave, ki je pod okriljem vzela umetniški par, se bere skorajda obcesno: »[razstava] se sooča z aktualnimi ideološkimi in intelektualnimi kanoni, oblastnimi strukturami, politikami in distribucijskimi kanali prek ponovnega uprizarjanja izbranih in kulturno pomembnih dogodkov« (Quaranta 2009).

<sup>126</sup> Second Life pod določenimi pogoji omogoča dodajanje poljubnih struktur in aplikacij avatarju, ki so sprogramirane s strani uporabnikov ali uporabnic. Za primere »grafitiranja« glej YouTube (2009e; 2009f; 2009g).

<sup>127</sup> Aplikacija imenovana »Graffiti Marker« je le ena izmed teh. Glej Xstreet SL (2009).

performiranje?) virtualiziranega grafitiranja med štirimi umetnostnimi stenami. *Lieto fine*, ni kaj.

#### 4. 7 Svet je eden, svetova nista dva

*Izvedimo prelom, začrtajmo linijo bega, a vedno tvegamo, da bomo našli na njej organizacije, ki restratificirajo celoto, formacije, ki nekemu označevalcu vrnejo oblast, kompetence, ki rekonstruirajo subjekt – vse, kar hočemo, od ponovno ojdipovskih izviranj do fašističnih strditev.*

*(Gilles Deleuze in Felix Guattari 2000, 20)*

Rečeno v žargonu neke druge stroke, evangelij etablirane Umetnosti v kibernetnem prostoru in drugje, modificirano pri življenju ohranjanja izginjajočo ulično dokumentacijo, a vendar s sebi še vedno globoko zakoreninjenimi dogmami. Četudi se v določeni meri povečuje preseganje preprek in konstant kreativnosti porajajočih v kibernetnem, smo skušali dokazati obratno. Tako za spletno umetnost kot za grafitarsko v kibernetnem, nas potemtakem ta proces bolj spominja na umetno ohranjanje pri življenju privezano na večnivojske aparate osmišljanj, v globoki anesteziji in tik pred evtanazijo. Hipokratovo zaprisego so tako ali tako izrekli diplomirani doktorji etablirani umetnosti ali stažisti le-te, ki diagnoze o novih kreativnih epidemijah, katere se bojda nevarno ekspanzirajo že s tem, da prevprašujejo ustaljene struje »bele kocke«, zdravijo s temu primernimi recepti, naj si bo to v okviru medijev, (umetnostnih) institucij ali virtualnega prostora.

## 5 ZAKLUČEK: ART(É)FACT?

Alfo in omego umetnosti, faličnega označevalca umetnosti, aksiom umetnosti ali kakorkoli že hočemo imenovati to vznesenost umetnosti (in podaljške le-te), skozi proces inkorporiranja v najširšem pomenu besede, skriva(jo) v ozadju hipokrizijo odkritosrčnega jemanja pod svoje okrilje, ko profano oziroma v našem primeru »kreativno«, povzdigne(jo) na podij etablirane umetnosti. Inkorporativna matrica na vseh družbenih nivojih podpihuje umetniški sistem, institucijo umetnosti, ali če hočete ideološki aparat umetnosti z njej inherentnim vzvodi. Trend subvertiranja zadnjih otočkov kreativnosti, ki izhajajo iz produktivnih križišč (bolj ali manj) estetske ustvarjalnosti, subpolitik, subkultur ali drugih marginalnih skupin, se je v našem preučevanem primeru grobo kazal pri treh elementih: medijih, umetnostnih institucijah in spletu. Če sta prvi dve entiteti sifizovsko ujeti v idejnosti družbenih establišmentov in temu porajajočih kontroverzij, je po tretji opciji na dosegu tipkanja in klikanja, večinoma ponujena (načelna) egalitarnost pri dostopu do (subverzivne) kreativnosti. Kljub temu (spletni) kreativni apeli naletijo na gluha ušesa subjektov, a zato nič manj dobro ne odmevajo med štirimi umetnostnimi stenami, katerih konstantna imanenca je iskanje »novih kreativnih formacij«. Ako medijski diskurz (večinoma) le slepo sledi že konstruiranim pomenom ali pa upovedovanje vzročno rotira v relaciji do drugih entitet in inkorporacij, lahko za kibernetško umetnost kratkomalo potegnemo sila podobne zaključke. Vampirizem umetnosti je potemtakem še kako priročna metafora, s katero lahko mislimo sodobno umetnost: čeravno so dotlej bile žrtve še tako nedolžne (bodisi v smislu naivnosti bodisi v smislu »nekoloniziranosti«), to nikakor ni moč več trditi, ko podležejo avtoritarnemu izsesanju lastne bitnosti v toku ekspanzije črne luknje umetnosti.

Kot kaže tretje poti ni vredno iskati med še tako oklicano *alternativo* v umetnostnem, temveč na mestu, kjer ta sama nastaja. Občudovanje (uličnih) kreativnosti *in vivo* kot antipod *in vitro*, resda ne prinaša odprtja s pogostitvijo, urnika, vodenih ogledov, letakov z interpretacijo, katalogov, medijskih najav ter ostale navlake, a zato in ravno zato od vsakega zahteva refleksiven in kritičen um pri soočenju z najrazličnejšimi ustvarjalnostmi v vsakomur lastnemu *modus vivendi*.

Druga enačica, te giddensko (pahorjapijevsko?) zveneče »tretje poti« je simbolno, s tem pa tudi fizično, dekonstruiranje umetnosti kot opija za ljudstvo, če si dovolimo nekoliko prilagojeno parafraziranje Marxa. Za zglede spet ni treba seči tako daleč – nenazadnje sta svojčas v Sloveniji prebivala Alexander Brener in Barbara Schurz, ki sta s svojimi intervencijami in performansi še kako zarezovala v debelo kožo umetnosti. Če hočemo navezati takšno dojemanje v limitah street arta in grafitov, se lahko sklicujemo na doslej morda krivično zapostavljeno početje ekipe The Splasher. Ta ni le na ulicah New Yorka v času med letoma 2006 in 2007 z barvo polivala (in s tem »uničila«) dela komercialnih street artistov, ampak je dotično prakso skušala prenesti še na odprte razstave – konkretno je bil prvi spodleteli poizkus na otvoritvi Sheparda Faireya, ki smo ga že omenjali. Lapsus je nato rezultiral v objavi in distribuciji od rok do rok 16-stranskega manifesta, s sila podobnemu pristopu kot situacionisti, ki je že s prvo stranjo provokativen: na njej se nahaja z barvo polit ulični poster Sheparda in napis »if we did it, this is how it would've happened«. Med plejado argumentacije poprejšnjih praks, lahko zasledimo še zapis: »Umetnost je spletkar naših čutov: ustvari akterje in občinstvo, agente in množico. Prava kreativnost je radostna destrukcija te hierarhije; je neposredovana aktualizacija naših želja. Hrepenenje po destrukciji je kreativno hrepenenje. Vsi smo sposobni direktno manifestirati naše želje, osvobodjene reprezentacije in komodifikacije« (The Splasher Manifesto, 7).

Kar na tem mestu nakazujemo, je pomik k točki anarhističnega doumevanja *umetnosti*, kajti na ta način »ta ni delo, pač pa dejanje, če pa že je delo, pa ni namenjeno muzeju in galeriji, instituciji torej, pač pa ulici in 'življenju' v nasprotju do akademskega in kulturnega establišmenta«, kot je to fino zastavil Erjavec (2004, 57). Pa še to ni eksaktna definicija, saj z oznako »umetnost« zopet zapadamo v problematične vode, ki reafirmirajo tovrstno etiketiranje.

Skratka, v primeru, da jemljemo v zakup vse dosedaj zapisano, je tako mentalna kot dejanska dekonstrukcija simbolnega v umetniškem le neizbežen in ireverzibilen proces. Hkrati je tudi predpogoj k dekonstruiranju ne le sistema simbolne (iz)menjave v umetniškem, temveč avtoritarnega »plavajočega označevalca«, ki parazitira v tem horizontu. V ozračju, kjer se umetnost napaja iz sistemskosti in je tako razumljena skozi *camero obscuro* nacionalne države (s pripadajočimi institucijami, razpisi, nagradami, članstvi, itd.), korporativizma (vštevši finančna pokroviteljstva, subvencije, itd.) ali nenazadnje v kombinaciji akumulirani in rezultirani v neoliberalni doktrini kapitalizma,

iščemo natanko tisto kreativnost, ki ni že a priori obsojena na oropanje lastnega bistva ali pa ignorirana prav zaradi slednjega. Fiksacija v danem obstoječem in ohranitev statusa quo, v tem primeru bore malo prispeva k izpuhtevanju ontologije umetniškega. Kvečjemu bi se bilo treba povprašati, kako lahko navidez še tako »skrajne« kreativne prakse in intervencije pripomorejo k izstopu iz kontinuiranega vrtenja v začaranem krogu.

## 6 LITERATURA

Above. 2009. *Brez naslova*. Dostopno prek: [http://goabove.com/main/?page\\_id=43](http://goabove.com/main/?page_id=43) (1. maj 2009).

Althusser, Louis. 2000. *Izbrani spisi*. Ljubljana: Založba/ \*cf.

Andrejevic, Mark. 2004. Art in cybers: The Digital Aesthetics. V *Web.Studies*, ur. David Grauntlett in Ross Horsley, 127–136. New York: Oxford University Press Inc.

Artnak, Artur. 2006a. *Brez naslova*. Dostopno prek: [http://www.monkibo.com/forum/forum\\_posts.asp?TID=1241&PN=1&get=last#42670](http://www.monkibo.com/forum/forum_posts.asp?TID=1241&PN=1&get=last#42670) (3. november 2008).

--- 2006b. *Brez naslova*. *Klik* (2). Dostopno prek: [http://www.artnak.net/datoteke/30\\_31\\_ana\\_digi\\_miha%20antrak.pdf](http://www.artnak.net/datoteke/30_31_ana_digi_miha%20antrak.pdf) (3. november 2008).

Banksy. 2005. *Wall and piece*. Wemding: Appl Druck.

--- 2009. *FAQ*. Dostopno prek: <http://www.banksy.co.uk/> (1. maj 2009).

Bašić-Hrvatin, Sandra, Lenart J. Kučič in Brankica Petković. 2004. *Medijsko lastništvo: Vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

BBC News. 2009. Entertainment. Dostopno prek: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6340109.stm> (1. maj 2009).

beck. 2007. *#My street-art 2007 TOP 35*. Dostopno prek: <http://www.ekosystem.org/forum/viewtopic.php?t=4689> (1. maj 2009).

--- 2008. *My TOP 30 - 2008*. Dostopno prek: <http://www.ekosystem.org/forum/>

viewtopic.php?t=5657 (1. maj 2009).

*Blackbooks Stencils*. Dostopno prek: <http://www.blackbookstencils.com/> (1. maj 2009).

Bobnič, Robert in Sandi Abram. 2008. Barbarsko koloniziranje in civilizirano dekoriranje urbane krajine: medijska reprezentacija grafitiranja in street arta. *Časopis za kritiko znanosti* (231–232): 212–240.

*Bomb The World*. Dostopno prek: [http://www.bombtheworld.net/index\\_sf.php](http://www.bombtheworld.net/index_sf.php) (1. maj 2009).

Brøgger, Andreas. 2001. *Net art, web art, online art, net.art?* Dostopno prek: <http://www.afsnitp.dk/onoff/Texts/broggernetart,we.html> (1. maj 2009).

Bulc, Gregor. 2004. *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.

--- 2005. *Umetnost, množični mediji in kulturni posredniki*. Doktorska disertacija. Ljubljana: FDV.

Bunim, Juliana. 2007. Good Shepard. *The Brooklyn Paper*, 23. junij. Dostopno prek: [http://www.brooklynpaper.com/stories/30/25/30\\_25shepardfairey.html](http://www.brooklynpaper.com/stories/30/25/30_25shepardfairey.html) (3. november 2008).

Castleman, Craig. 1995. *Getting up: Subway graffiti in New York*. London: MIT.

Clarke III, Irvine in Theresa B. Flaherty. 2006. Marketing fine art on the Internet: Issues and ideas. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 7 (2): 146–160.

Crouch, Adam. 2004. *McDonald's uses graffiti to woo the US Latino market*. Dostopno prek: <http://the-raw-prawn.blogspot.com/2004/09/mcdonalds-uses-graffiti-to-woo-us.html> (3. november 2008).

Davila, Amy. 2001. Cultural Logic in Cyberspace: Web Art & Postmodernism. *Kunsttexte.de, Sektion KunstMedien* (1): 1–6.

Deleuze, Gilles in Felix Guattari. 2000. *Micelij: esej*. Koper: Hyperion.

Del Signore, John. 2007. *Shepard Fairey, Street Artist*. Dostopno prek: [http://gothamist.com/2007/06/21/interview\\_shepa.php](http://gothamist.com/2007/06/21/interview_shepa.php) (3. november 2008).

Dragan, Srečo. 2009. *Brez naslova*. Dostopno prek: [http://black.fri.uni-lj.si/2009/index.php?option=com\\_artnetlab&EventID=32](http://black.fri.uni-lj.si/2009/index.php?option=com_artnetlab&EventID=32) (12. maj 2009).

Eko. 2008. *Brez naslova*. Dostopno prek: <http://vitostreet.ekosystem.org/2008/09/30-pixadores-envahi-la-galerie-choque-cultural/#comment-281> (1. maj 2009).

--- 2009a. *Brez naslova*. Dostopno prek: <http://www.ekosystem.org/index.php?rqpage=Contact> (1. maj 2009).

--- 2009b. *Conversation avec EKO*. Dostopno prek: <http://junknews.ekosystem.org/2009/04/> (1. maj 2009).

Erjavec, Aleš. 2004. *Ljubezen na zadnji pogled. Avantgarda, estetika in konec umetnosti*. Ljubljana: Filozofski inštitut ZRC SAZU.

*European Year of Creativity and Innovation*. Dostopno prek: <http://create2009.europa.eu/> (1. maj 2009).

Fairey, Shepard. 1990. *Manifesto*. Dostopno prek: [http://www.obeygiant.com/main\\_new.php?page=articles](http://www.obeygiant.com/main_new.php?page=articles) (3. november 2008).

Fajt, Mateja in Mitja Velikonja. 2006. Ulice govorijo / Streets are Saying Things. *Časopis za kritiko znanosti* (223): 22–29.

*Festival pomladi*. Dostopno prek: <http://www.festivalpomladi.com/SpremljevalniProgram.html> (8. maj 2009).

Finlay, Alan, ur. 2008. *Global Information Society Watch 2008*. Dostopno prek: <http://www.giswatch.org/gisw2008/GISW2008.html> (1. maj 2009).

Gadsby, J. M. 1995. *Looking at the Writing on the Wall: A Critical Review and Taxonomy of Graffiti Texts*. Dostopno prek: <http://www.graffiti.org/faq/critical.review.html> (3. november 2008).

Gibson, William. 1986. *Burning Chrome*. New York: Ace Books.

*Graffiti Research Lab*. Dostopno prek: <http://graffitiresearchlab.com/> (1. maj 2009).

*GraffitiTV*. Dostopno prek: <http://www.graffititv.net/> (1. maj 2009).

*GraffitiTorrents*. Dostopno prek: <http://www.graffititorrents.com/> (1. maj 2009).

Greene, Rachel. 2004. *Internet art*. London: Thames & Hudson Ltd.

Groys, Boris. 2002. *Teorija sodobne umetnosti (izbrani eseji)*. Ljubljana: Študentska založba.

Gržinić, Marina. 1996. *V vrsti za virtualni kruh: čas, prostor, subjekt in novi mediji v letu 2000*. Ljubljana: Sophia.

Hebdige, Dick. 2002. *Subculture: the meaning of style*. London, New York: Routledge.

Hendricks, Zayd, Katherine Malan in Jakkaphan Tangkuampien. 2001. *Virtual Galleries: Is 3D better?* South Africa: University of Cape Town.

Hrestak, Anita. 2004. *Hip hop kultura in socialni rituali*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.

Hrk, Stanislav. 2001. *Virtual Art Gallery*. Bratislava: Faculty of Electrical Engineering and Information Technology.

Hitij, Maja. 2006. Estetski komaj vsaki deseti grafit. *Delo*, (18. avgust).

*Institute for Applied Autonomy*. Dostopno prek: <http://www.appliedautonomy.com/index.html> (1. maj 2009).

*Internet World Stats*. Dostopno prek: <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm> (1. maj 2009).

Jež, Dušan. 2005. *Grafiti Ljubljane*. Ljubljana: Noviforum.

Jewler, A. Jerome in Bonnie L. Drewniany. 2005. *Creative Strategy in Advertising*. Belmont: Thomson/Wadsworth.

jwilliams. 2005. Sony Uses Public Art to Piss Off Lincoln Heights. *Curbed LA*, 2. december. Dostopno prek: [http://la.curbed.com/archives/2005/12/sony\\_uses\\_public.php](http://la.curbed.com/archives/2005/12/sony_uses_public.php) (1. maj 2009).

Kjær Thomsen, M. 2005. *ASH interview: Backjumps - the live issue#2*. Dostopno prek: [http://www.kopenhagen.dk/interviews/interviews/ash\\_interview\\_backjumps\\_the\\_live\\_issue2/](http://www.kopenhagen.dk/interviews/interviews/ash_interview_backjumps_the_live_issue2/) (3. november 2008).

Kuhar, Roman. 2006. Manjšine v medijih – statistična in diskurzivna analiza. V *Mediji za državljane*, ur. Brankica Petković, Roman Kuhar, Sandra Bašić-Hrvatin, Lenart J. Kučič, Iztok Jurančič in Marko Prpič, 117–167. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Lachmann, Richard. 1988. Graffiti as Career and Ideology. *The American Journal of Sociology* 94 (2): 229–250.

Lefley, Jack. 2007. Council adds its own touch to a Banksy. *Evening Standard*, (7. november). Dostopno prek: <http://www.thisislondon.co.uk/standard/article-23419866-details/Council+adds+its+own+touch+to+a+Banksy/article.do> (3. november 2008).

Lehni, Jürg in Uli Franke. 2009. *Hektor*. Dostopno prek: <http://www.hektor.ch/> (1. maj 2009).

Levinson, Jay Conrad. 1990. *Guerilla marketing: 100 affordable marketing methods for maximizing profits from your small business*. New York: Penguin Books.

*LRPD Vandalsquad*. Dostopno prek: <http://www.vandalsquad.com/> (1. maj 2009).

Lihs, Martin. 2009. *Brez naslova*. Dostopno prek: <http://www.wiispray.com/about/> (1. maj 2009).

LordFebo. 2009. *Razočarala me je 'Razočarala me je Lara Croft'*. Dostopno prek: <http://www.joker.si/mn3njalnik/javka/lordfebo/index.php?showentry=358> (1. maj 2009).

Macdonald, Nancy. 2001. *The graffiti subculture: youth, masculinity, and identity in London and New York*. New York: Palgrave Macmillan.

Mattes, Eva in Franco Mattes. 2009. *Synthetic Performances*. Dostopno prek: <http://www.0100101110101101.org/home/performances/index.html> (1. maj 2009).

Medjugorac, Goran. 2002. *Umetnost na internetu*. Diplomsko delo. Ljubljana: ALU.

Mikola, Maša. 2008. Mesto pretrganih podob: prostorskost, lokaliteta in poetika urbanih intervencij. *Časopis za kritiko znanosti* (231–232): 194–205.

Mirapaul, Matthew. 1999. There May Be Money in Internet Art After All. *New York Times*, (13. maj). Dostopno prek: <http://partners.nytimes.com/library/tech/99/05/cyber/artsatlarge/13artsatlarge.html?scp=2&sq=mirapaul%20matthew%20there%20may%20be%20money%20internet%20art%20after%20all&st=cse> (1. maj 2009).

Mueller, Andreas in Erich Neuhold. 1998. The Virtual Internet Gallery (TVIG): 3D visualization of a queryable artdatabase on the Internet. *CSI Technical Report tr-98-039*. Dostopno prek: <http://http.icsi.berkeley.edu/ftp/global/pub/techreports/1998/tr-98-039.pdf> (1. maj 2009).

Murn, Tine. 2005. *Net.art - interaktivna umetnost?* Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.

Neznani in neznana. 2008. Slovar izrazov. *Časopis za kritiko znanosti* (231–232): 20–24.

One, Shucks. 2006. Rockaholiks. *Graphotism* (44): 49–67.

Peer, Peter in Franc Solina. 1999. *Slovenian Virtual Gallery on the Internet*. Ljubljana: FRI. Dostopno prek: <http://eprints.fri.uni-lj.si/25/1/svg.pdf> (1. maj 2009).

Pivec, Helena in Barbara Novakonič. 2009. Uvod. V *Razočarala me je Lara Croft: slike iz iger*, ur. Novakovič Kolenc, Barbara, Helena Pivec in Breda Škrjanec, 11–14. Ljubljana: Mednarodni grafični likovni center.

Pryor, Fiona. 2007. On the trail of artist Banksy. *BBC News*, 8. februar. Dostopno prek: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6343197.stm> (3. november 2008).

Quaranta, Domenica. 2009. *RE:akt! Reconstruction, Re.enactment, Re-reporting* (letak razstave). Ljubljana: Galerija Škuc.

Schiller, Marc in Sara Schiller. 2007. *A Quick Note From The Wooster Collective*. Dostopno prek: [http://www.woostercollective.com/2007/10/a\\_quick\\_note\\_from\\_the\\_wooster\\_collective.html](http://www.woostercollective.com/2007/10/a_quick_note_from_the_wooster_collective.html) (1. maj 2009).

--- 2009a. *Wooster In The White House - An Explanation*. Dostopno prek: [http://www.woostercollective.com/2009/05/wooster\\_in\\_the\\_white\\_house\\_an\\_explanatio.html](http://www.woostercollective.com/2009/05/wooster_in_the_white_house_an_explanatio.html) (1. maj 2009).

--- 2009b. *Annoucement: Submit Your Portfolio To The Wooster Collective Creative Database*. Dostopno prek: [http://www.woostercollective.com/2009/03/annoucement\\_submit\\_your\\_info\\_to\\_the\\_woos.html](http://www.woostercollective.com/2009/03/annoucement_submit_your_info_to_the_woos.html) (1. maj 2009).

--- 2008c. *Looks like things are heating up in Sao Paulo...* . Dostopno prek: [http://www.woostercollective.com/2008/09/looks\\_like\\_things\\_are\\_heating\\_up\\_in\\_san.html](http://www.woostercollective.com/2008/09/looks_like_things_are_heating_up_in_san.html) (1. maj 2009).

--- 2008d. *Sadness about Sao Paulo*. Dostopno prek: [http://www.woostercollective.com/2008/09/sadness\\_about\\_sao\\_paulo.html](http://www.woostercollective.com/2008/09/sadness_about_sao_paulo.html) (1. maj 2009).

*Simbolix*. Dostopno prek: <http://symbollix.com/> (1. maj 2009).

Spiller, Teo. 2008. *My opinion about Second life*. Dostopno prek: <http://www.s-p-i-l-l-e-r.com/3D/besedila/sucks.html> (1. maj 2009).

Steinbeck, Sasun. 2009. *Art Galleries of Second Life*. Dostopno prek: <http://sl-artgalleries.blogspot.com/> (1. maj 2009).

Stepančič, Lilijana. 2004. Grafiti kot sodobni spomeniki. V *Grafitarji = Graffitists*, ur. Lilijana Stepančič in Božidar Zrinski, 9–36. Ljubljana: Mednarodni grafični likovni center.

Stermitz, Evelin. 2009. *BREAKING THE SPACE. Cyberfeminist Activist Net Art*. Dostopno prek: [http://black.fri.uni-lj.si/BREAKING\\_THE\\_SPACE/default.htm](http://black.fri.uni-lj.si/BREAKING_THE_SPACE/default.htm) (12. maj 2009).

*Stickeraward*. Dostopno prek: <http://www.stickeraward.info/> (1. maj 2009).

Strehovec, Janez. 1994. *Virtualni svetovi: K estetiki kibernetične umetnosti*. Ljubljana: Sophia.

--- 1998. *Tehnokultura – Kultura tehma*. Ljubljana: Študentska založba.

--- 2003. *Umetnost interneta: umetniško besedilo in besedilo v času medmrežja*. Ljubljana: Študentska založba.

*Studio Number One*. Dostopno prek: <http://www.studionumber-one.com/main/employees/> (1. maj 2009).

Šuljić, Tomica. 2005. Zajček uličar. *Mladina*, (19. september).

*TATS CREW INC*. 2007. Dostopno prek: <http://www.tatscru.com/tats.html> (3. november 2008).

Teodorczuk, Tom. 2007. Banksy pokes fun at record art prices. *London Evening Standard*, 13. februar 2007. Dostopno prek: <http://www.thisislondon.co.uk/arts/article-23385376-details/Banksy%20pokes%20fun%20at%20record%20art%20prices/article.do> (3. november 2008).

Uno. 2006. *Joke 42 - 42 vprašanj, 42 odgovorov!* Dostopno prek: <http://www.baza.ws/index.php?tekst=recenzija&novice=275> (3. november 2008).

Vallen, Mark. 2007. *Obey Plagiarist Shepard Fairey - A critique by artist Mark Vallen*. Dostopno prek: <http://www.art-for-a-change.com/Obey/index.htm> (3. november 2008).

Velikonja, Mitja. 2008. Politika z zidov: Zagate z ideologijo v grafutih in street artu. *Časopis za kritiko znanosti* (231–232): 25–32

*Wikipedia*. Dostopno prek: [http://en.wikipedia.org/wiki/Shepard\\_Fairey](http://en.wikipedia.org/wiki/Shepard_Fairey) (1. maj 2009).

Williams, Raymond. 1997. *Navadna kultura. Izbrani spisi*. Ljubljana: Fakulteta za podiplomski humanistični študij: Studia humanitatis.

*Xstreet SL*. Dostopno prek: <https://www.xstreetsl.com/modules.php?name=Marketplace&file=item&ItemID=1136639> (1. maj 2009).

*YouTube*. 2009a. Dostopno prek: <http://youtube.com/watch?v=E-J6gTJGTw4> (1. maj 2009).

--- 2009b. Dostopno prek: <http://youtube.com/watch?v=y21ESrUFldQ> (1. maj 2009).

--- 2009c. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=V3Nha7gHGqQ> (1. maj 2009).

--- 2009d. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=8-lDyq6pw0E> (1. maj 2009).

--- 2009e. Dostopno prek: [http://www.youtube.com/watch?v=1eXzpkY\\_7-4](http://www.youtube.com/watch?v=1eXzpkY_7-4) (1. maj 2009).

--- 2009f. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=uS16BHro0Bk&> (1. maj 2009).

--- 2009g. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=IysoPgdiWLC&f> (1. maj 2009).

*ZEK*. Dostopno prek: <http://zek.si> (1. maj 2009).

*ZEVS*. Dostopno prek: <http://www.gzzglz.com> (1. maj 2009).

Zrinski, Božidar. 2004. Mojstrovine. V *Grafitarji = Graffitiists*, ur. Lilijana Stepančič in Božidar Zrinski, 43–72. Ljubljana: Mednarodni grafični likovni center.

Zuodar, Leon. 2004. *Beseda v umetnosti in propagandi*. Diplomsko delo. Ljubljana: ALU.

*TATE KIDS*. Dostopno prek: <http://kids.tate.org.uk/games/street-art/> (1. maj 2009).

The Splasher. 2007. *if we did it, this is how it would've happened*. Dostopno prek:  
[http://www.nytimes.com/2007/06/27/arts/design/28splasher.sidebar.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2007/06/27/arts/design/28splasher.sidebar.html?_r=1) (3.  
november 2008).

## 7 PRILOGI

### Priloga A (analizirani teksti – tisk)

Adamič Šuštej, Jelka. 2005. Največji zidni časopis v drobni knjižici. *Delo*, (29. december).

AFP. 2002. Iz getov na modne steze. *Delo*, (30. oktober).

Agencije, ds. 2007. Delavci umetniški grafiti zamenjali za »kraco«. *Dnevnik*, (20. april).

Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/novice/kultura/241469/> (1. maj 2009)

Ambrožič ml., Borut. 2007. Grafiti. *Večer*, (17. marec).

Bačko, Marjan. 2004. Šala 42. *Večer*, (02. september).

Bl. M. 2005. Popisani Tolmin. *Delo*, (11. marec).

B. R. 2002. Z grafiti okrašen podvoz v Litiji. *Delo*, (23. maj).

Brulc, Matjaž. 2006. Janez Koroščin. *Delo*, (24. maj).

Debenak, Špela in Jure Strojan. 2000. Prazen zid bo vedno izziv. *Večer*, (29. avgust).

Delić, Anuška. 2007. Grafiti: Ilegalna umetnost. *Delo*, (20. januarja).

du. 2007. Kjer osel leži, tam dlako pusti. *Hopla*, (13. april).

E. P. 2007. Simpl iz grafitarske skupine ZEK. *Žurnal*, (05. april).

Foldvari, David. 2005. Mariborski grafiti so skrb zbujajoče podobni mojemu delu. *Večer*, (09. april).

Gačič, Siniša. 2003. Anarhiji naproti. *Mladina*, (22. september).

Gorupič, Boris. 2004. Grafiti – tokrat v galeriji. *Večer*, (14. april).

Istenič, Radko. 2004. Grafiti na Tromostovju. *Delo*, (29. junij).

Jaklič, Tanja. 2005. Na svoj sedež nisem prilepljen, vztrajal bom, dokler bom lahko kaj dosegel. *Delo*, (10. oktober).

Jevnikar, Marko. 2005. Grafiti v mestu. *Večer*, (23. december).

J. P. 2006. Neznanci popisali stavbo občine Mengeš. *Delo*, (16. februar).

--- 2006a. Z grafiti nad grafite. *Delo*, (04. junij).

J. Š. A. 2004. Grafiti v galeriji. *Delo*, (23. marec).

Knez, Primož. 2006. Rupar do konca v Janševem objemu. *Dnevnik*, (20. oktober).

Kocjan, Urša. 2004. Nasprejano. *Polet*, (25. marec).

Kramberger, Nina. 2000. Grafit razburil mimoidoče. *Večer*, (26. september).

Kramer, Franc. 2001. Na novo popisano Celje buri duhove meščanov. *Večer*, (14. marec).

Kunec, Ožbej. 2005. Ulično izobraževanje. *Mladina*, (24. december).

K.Ž. 2004. Polepšani ljubljanski podhodi. *Delo*, (29. junij).

Markelj, Jernej. 2006. Splet kot ulica. *Delo*, (22. maj).

mf. 2007. Navijači našli krivca. *Direkt*, (16. marec).

M.Ha. 2006. Lokalne volitve. *Delo*, (20. oktober).

M.Hi. 2006. Odstranjene grafite sproti zamenjujejo novi. *Delo*, (09. junij).

Miko, Klavdija. 2005. Prsti me že pošteno srbijo. *Ona*, (03. maj).

NEZNANI. 2005. Boleč spomin na zidu. *Dobro jutro*, (24. marec).

NEZNANI. 2006. Grafitar po naročilu. *City Magazin*, (05. maj).

NEZNANI. 2004. Grafitarski umetnik Logan Hicks – Workhorse na festivalu Magdalena. *Dnevnik*, (07. maj). Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/novice/kultura/82198/> (1. maj 2009)

NEZNANI. 2002. Kralji spreja. *Delo*, (11. maj).

NEZNANI. 2005. Zeleno-črni pisec. *Slovenske novice*, (19. januar).

P. B. 2006. Mestne zidove krasijo grafitarji. *Delo*, (11. oktober).

Petrovčič, Peter. 2004. Cigani raus. *Mladina*, (13. september).

Plasonik, Metoda. 2000. Grafitarji na delu: umetnost ali huliganstvo. *Večer*, (08. julij).

P. M. 2002. Z grafiti bodo popestrili počitnice. *Delo*, (29. oktober).

Possnig, Gordana. 2003. Mednarodna izmenjava v MC Celje. *Večer*, (05. julij).

Primožič, Sonja. 2003. Grdo čečkanje ali umetnina. *Dnevnik*, (06. september).

Rasberger, Edo. 2004. Grafiti. *Delo*, (16. april).

Rashid, Zlatka. 2000. Če bi prej vprašali ... *Večer*, (24. avgust).

Rižnar, Nataša. 2005. Ko »oblast« odloči ali si stena zasluži grafit. *Večer*, (08. december).

Smasek, Uroš. 2000. Uvod s sprayem in dvignjenim sredincem. *Večer*, (24. junij).

Strojan, Jure. 2005. Enako cool kot design ali fotografija. *Večer*, (5. april).

Suhadolc, Janez. 2006. Tiranija grafitov. *Delo*, (24. junij).

--- 2007. Odprto pismo mestnim avtoritetam. *Delo*, (13. april).

Širca, Sergeja. 2006. Župan grafitarjem prazne zidove. *Dnevnik*, (12. december).

Šori, Iztok. 2005. Kako grafitarje potegniti iz globoke ilegale. *Večer*, (06. december).

--- 2006. Popotovanje po mejah umetnosti, igre in političnega aktivizma. *Večer*, (18. marec).

Šoštarich, Miha. 2006. Policisti »kultivirali« park v Murski Soboti. *Večer*, (7. junij).

Šparavec, Simon. 2000. Grafiti so in niso problem. *Večer*, (12. avgust).

Štefanec, Vladimir P. 2004. Grafiti zunaj konteksta. *Delo*, (11. maj).

Štrajher, Mojca. 2004. To, da nikogar ne sprašuješ, kaj smeš početi, ima pač svojo ceno. *Dnevnik*, (22. marec).

--- 2006. Galerija, prostor sporoščenosti. *Dnevnik*, (16. marec).

Šubic, Tina. 2003. S sprejem in hitrimi nogami. *Delo*, (19. julij).

Šuljić, Tomica. 2004. Pritisk dela ljudi kreativne. *Mladina*, (17. maj).

--- 2005. Zajček uličar. *Mladina*, (19. september).

--- 2005. Ukrajinke nezaželene v Ljubljani. *Mladina*, (21. marec).

Tanackovič, Tatjana. 2005. Tartinijev trg bodo nadzorovale kamere. *Dnevnik*, (27. januar).

Turk, Ana. 2004. Nasmej se, nekdo te ima rad!. *Ona*, (03. avgust).

T. Z. 2006. Razstava Purgaja. *Dobro Jutro*, (03. november).

Umjenovič, Sladžan. 2002. Tržič: »Kup« si izobrazbo, občina časti«. *Večer*, (08. november).

Urbančič, Vojko. 2006. Udomačena urbana gverila. *Delo*, (15. marec).

V. A. 2005. Smučem raste cena. *Slovenske novice*, (30. november).

Verdnik, Lidija. 2002. Zadetek v črno pred Črno. *Večer*, (21. avgust).

Voštinič, Tamara. 2006. »Tukaj je strah«. *Mladina*, (13. marec).

Vrdelja, Mitja. 2006. Vandali oskrunili cerkev v Preski. *Direkt*, (10. junij).

vu. 2004. Umetnost iz ilegale. *Nedelo*, (04. april).

Zemljič, Petra. 2002. Lepe, pametne in zapeljive. *Večer*, (09. november).

Zgonik, Tina. 2007. Ustvarjalci smo kot narkomani: tistih, ki niso na drogi, nočemo zraven. *Nedelo*, (18. februar).

Žabkar, Špela. 2004. Dober grafit zahteva adrenalin. *Delo*, (13. maj).

Žunec, Branko. 2003. Protinatovski (in »protibuševski«) grafit(i) v Murski Soboti. *Večer*, (22. januar).

## **Priloga B (analizirani teksti – televizija)**

RTV Slovenija, 1. program. 2007. *Grafit kriminal, dokumentarni feljton*. Ljubljana, 13. junij.

RTV Slovenija, 1. program. 2007. *Tednik*. 22. marec.

Ambrožič, Matjaž. 2006. *Grafiti na temo Picassa*. Ljubljana: RTV Slovenija, 13. junij.

Kožar, Špela. 2006. *Grafiti v galeriji*. Ljubljana: RTV Slovenija, 13. julij.

Počkaj, Petra. 2006a. *Garažni grafiti v Granadi*. Ljubljana: RTV Slovenija, 28. avgust.

Počkaj, Petra. 2006b. *V New Yorku rušijo grafite*. Ljubljana: RTV Slovenija, 26. december.