

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Leja Lederer

Status umetnika na ulici in v galeriji

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Leja Lederer

Mentor: doc. dr. Ilija Tomanić Trivundža

Status umetnika na ulici in v galeriji

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

Status umetnika na ulici in v galeriji

Diplomska naloga prepleta različne teoretske modernistične poglede na umetnost in z različnimi režimi vrednotenja ter politikami umetnostnega sveta, išče prave umetnike grafitov. Levi modernisti so mnenja bi umetnost grafitov morala ostati tam, kamor spada, na ulico, medtem, ko so akterji institucij umetnosti, pa tudi nekateri grafitarji sami, prepričani, da je pojavljanje grafitov v galerijskem prostoru povsem legitimno in zgolj logični korak v prihodnjem razvoju umetnikove karijerne poti. Razlikovanje med uličnim umetnikom in umetnikom v institucijah umetnosti, se skozi potek naloge opira na ločevanje samih prostorov umetnosti, najsi bo to na ulici ali v umetniški galeriji, kjer upošteva zakonitosti ene in druge. V središču obravnave se tako znajdejo različni umetniki grafitov, ki ulično udejstvovanje bolj ali manj uspešno izkoristijo za preskok v ustvarjanje znotraj štirih sten umetniških institucij (Zek Crew, Banksy in Vixen) in hkrati svoja umetniška dela podvržejo kapitalističnim in ekonomskim silam trga umetnosti. S pomočjo analize tekstov določimo stopnje poblagovljenja grafitov, s katerimi dobimo uvid, na kakšen način se posamezni umetnik razvija in gradi ter dokončno pridobi status umetnika.

Ključne besede: status umetnika, prostori umetnosti, grafiti, trg umetnosti.

Status of an artist in the street and gallery

A dissertation is interweaving the different theoretical modernistic approaches on art with different regimes of evaluation and policies of art world, to define true graffiti artists. Left modernists are of opinion that art of graffiti should stay where it belongs, on a street, meanwhile, when institution of art and also some graffiti artists are certain, that occurrence of graffiti in galleries is completely legitimately and only logical step within future development of artist`s career. Distinguishing between a street artist and the artist in institutions of art is being based in separating of alone places of art via course of task, although be this on the street or in the artistic galleries. In the spotlight of this thesis, we take a look on different artists, that utilize a street participation for creating a successful leap in creation within four walls of institutions, those to be (Zek Crew, Banksy and Vixen) and at the same time their works of art being a subject to capitalistic and economic forces of art. With different rates of graffiti comodification and text analyzing, we could determine in what ways individual graffiti artist is developing, building up their carrer and ultimately gains status of an artist.

Key words: status of an artist, places of art, graffiti, market of art.

KAZALO

1 UVOD	6
1.1 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN METODOLOŠKI PRISTOP	7
2 VREDNOTENJE UMETNIKA IN UMETNIŠKEGA DELA	8
2.1 LEVOMODERNISTIČNA TEORIJA UMETNOSTI	9
2.2 UMETNOSTNI REŽIM VREDNOTENJA	11
2.3 DESNOMODERNISTIČNI POGLED UMETNOSTI	12
3 NEINSTITUCIONALNI PROSTOR UMETNOSTI	14
3.1 ULIČNI PROSTOR »Siva pot, vodi me«	15
3.2 ULIČNI UMETNIK	15
3.3 AKADEMSKA IZOBRAZBA UMETNIKA	18
4 GALERISTI IN RAZSTAVLJANJE V INSTITUCIJI	19
4.1 ZASNOVA WHITE CUBE (BELA KOCKA GALERIJSKEGA PROSTORA).....	19
4.2 GRAFITARJI V MGLC	20
4.3 GALERIJSKI PROSTOR IN AKTERJI	22
5 UMETNIK NA TRGU	23
5.1 ESTETSKO-BLAGOVNI OBJEKT	23
5.2 RAZSTAVE SO DOBIČKONOSEN POSEL	24
5.3 MODERNA GALERIJA IN MUZEJ SODOBNE UMETNOSTI.....	24
6 ANALIZA STOPNJE KOMODIFIKACIJE (POBLAGOVLJENJE GRAFITA)	26
6.1 OD GRAFITA DO KARIERE	26
6.2 BANKSY JE POP! KOMERCIALIZACIJA GRAFITA	27
6.3 MI SMO ALTER, GRAFITI ZUNAJ INSTITUCIJE.....	28
7 SKLEP	29

8 LITERATURA	32
---------------------------	-----------

1 UVOD

Ulično umetnost (grafiti in street art) v njenih začetkih v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja izvorno uvrščamo tja, kjer je nastala – na ulico, v javni prostor –, in jo tam tudi predstavimo, ko upoštevamo najpomembnejše zakonitosti uličnega ustvarjanja, prek katerih želijo različne subkulturne skupine izraziti svoj glas in pokazati, da obstajajo. Je ustvarjanje na ulici zadosten pogoj za pridobitev statusa umetnika? Grafiti vse bolj postajajo zanimivi tudi za *svet umetnosti* (visoko kulturo), ki jih podvrže svojim vrednostnim sistemom umetnosti, transformira in priznava ter prikazuje kot *novo umetnost*. Z razstavljanjem grafitov v galerijah in muzejih artistu sicer priznava status umetnika, vendar ga s svojimi lastnimi omejitvami in zakonitostmi na različne načine predrugači, kar bom prikazala na slovenskem primeru razstave *Grafitarji*, kamor je bila povabljen tudi artistska skupina ZEK CREW.

Danes je umetnik ta, ki delo proda. Grafit na ulici nima osnove tržnega produkta, ki bi ga lahko prodali, zato mora biti nujno postavljen v institucijo umetnosti, kjer se umetnik s svojim umetniškimi deli predstavi in ga prodaja na trgu. Največje svetovne razstave so vse bolj podobne velikim spektaklom, ki stremijo k čim večjim zaslužkom, zato se umetnika in njegovo delo vse bolj obravnava kot tržni subjekt, produkt, ki se mora prodati. Tega vkomponiranja se poslužuje tudi najznamenitejši angleški ulični umetnik Banksy, ki s svojim unikatnim delovanjem svoja dela prodaja po astronomskih cenah na različnih dražbah in drugim željnim kupcem. Hkrati javno opozarja na težave taiste politike umetnostnega sistema, ko z inteligentno provokacijo objavi sliko dražitelja na dražbi, ki je za 102.000 funtov prodal njegovo stvaritev *Boombing middle England* in zraven pripíše, »ne morem verjeti, da res kupujete to sranje« (Jaklič 2014).

Kakor koli, večina grafitarjev naj bi že v osnovi želela postati del visoke kulture, ob tem pa jim je risanje grafitov zgolj vmesna postaja na poti k statusu umetnika. Tudi Macdonald misli podobno, ko pravi, da je prehod na legalno, dobičkonosno ustvarjanje logičen korak v karieri grafitarjev (Bulc 2008). Za njih je značilna dvojnost v smislu njihovega resničnega življenja in življenja skozi izmišljene osebe. Ko se ta dva sveta začneta prikrivati, se je grafitar prisiljen odzvati in se opredeliti do svojega početja. Veliko jih je v takšni situaciji prenehalo grafitirati, še več je tistih, ki so pridobljene izkušnje, znanje in ugled izkoristili ter zdaj svoje delo nadaljujejo kot likovni umetniki, oblikovalci, dizajnerji in poslovneži (Zrinski 2004). Ta dvojnost naj bi izvirala iz precepa dvoličnosti identitete, ki se giblje med kulturnim in ekonomskim kapitalom in hkrati mnogokrat izzove kontradiktornost v izjavah grafitarjev, kjer izstopa individualistična etika izgovarjanja na osebne aspiracije po kakovostnem življenju, tj.

odnos do kapitala in posledične komercializacije. »Osebnost imam razdvojeno na ambicioznega oblikovalca in ravnodušnega umetnika. Različne situacije in projekti vplivajo na to, kdo izmed naju se bo prebudil« (Artnak v Abram 2008a, 40). S komercialnim delom naj bi grafitarji s prisluznim denarjem lahko potovali po svetu in ustvarjali.

Prvo stopnjo komodifikacije (poblagovljenja grafitov) bom povezala s skupino ZEK CREW, ki služi kot dobra odskočna deska v kasnejših umetniških, likovnih in oblikovalskih smereh, kjer se uličnega ustvarjanja poslužuje za odličen uvod in izkušnjo v nadaljnjo umetniško kariero. Ustvarjanja se lotevajo na oba načina, tj. legalno in ilegalno.

Treba je povedati, da je posploševanje, da si vsi želijo udeležbo v galerijah, skorajda nemogoče; galerija težko zaobjame vse ustvarjalce, ker tudi ne sledijo vsi ideologiji potrditve v instituciji – ulica jim je samozadostna (Abram 2008b). Stopnja komodifikacije v tem primeru prikazuje ulično ustvarjanje popolnoma neodvisno od institutivnih in komercialnih zakonov, obstaja »zunaj« institucije, kjer so njeni akterji zagovorniki grafitiranja na prostem, so alter (grafitarka Vixen).

Tretjo stopnjo poblagovljenja pa navezujem na Banksyja, čigar ulično in galerijsko udejstvovanje se močno približa komercializaciji umetnosti (polna komodifikacija). Razpršen po družbenem prostoru se uveljavlja kot zvezdniški subjekt, ki je nasproten od značilnega modernističnega modela umetniškega genija, prevzame identiteto urbanega kozmopolita. Dejavno se vključuje v sisteme popularne masovne medijske kulture. Gradi se kot zvezda, svoje življenje in umetnost spreminja v nenehni spektakel, da bi vzpostavil kritično distanco do aktualnih dogajanj v svetu in umetnosti. Nadene si podobo velikega umetnika, genija, šamana, s katero dekonstruira svoj statusni mit in deluje v umetniških institucijah (Kastelic 2010).

1.1 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN METODOLOŠKI PRISTOP

Glavno vprašanje, ki si ga skozi nalogo zastavljam, je, kako prek različnih vrednostnih režimov (ne)umetnostnega sveta prepoznamo »pravega« umetnika in njegovo umetniško delo. Upoštevajoč umetnostne kritike in politike institucij, kamor štejemo tudi galeriste in razstavljanje umetniškega dela na trgu, nadalje pridobljeno (akademsko) izobrazbo posameznika, ki je po mnenju Zrinskega nujen pogoj za »dober« grafit, ter njegovo udejstvovanje v instituciji in izven nje, tj. v galeriji oziroma na ulici. Z opredelitvijo urbanega avtentičnega prostora grafitov in z danimi značilnostmi, ki morajo biti na ulici izpolnjene, grafitarju lahko pripišemo status uličnega umetnika. Ker mu s tem legitimni status umetnika

prek umetnostnega polja še ni podan, se mora njegovo udejstvovanje iz ulice premakniti v umetnostne institucije, kjer bo tudi njegovo umetniško delo vrednoteno kot »prava« umetnost. Zanimalo me bo, kaj za posameznika pomeni pojavljanje v umetnostnem svetu in kako kasneje to vpliva na njegovo nadaljnje ustvarjanje in karierni razvoj.

Potek razprave se navezuje na podkrepljen teoretski okvir in analizo literature, ki zajema znanstvene članke, izjave in intervjuje grafitarjev ter knjige. Z glavnimi teoretskimi pogledi na umetnost bom dobila poglobljeni uvid, kako le-ti vrednotijo grafitarsko umetnost. Nekateri zagovorniki umetnostnih kritik jo vidijo kot vandalizem, drugi kot obliko umetnosti, za tretje je ustvarjanje avtentična kreativnost delavskega razreda in družbenih manjšin, četrti pa jo razumejo kot način javnega izražanja, ki ga želijo prakticirati ne glede na to, ali je njihovo delo v družbi priznано kot umetnost ali ne (Bulc in Abram 2008, 16-17). Z analizo besedil in intervjujev bom zbrane podatke uporabila za razumevanje konkretnih grafiti akterjev – skupine Zek Crew, Banksyja in Vixen – in jih umestila v različne stopnje komodifikacije.

2 VREDNOTENJE UMETNIKA IN UMETNIŠKEGA DELA

Prednjačenje likovnega grafitu v preteklosti se v sodobnem času uveljavi kot naslednik jezikovnega, da bi javno posredovali mnenja manjšin in obrobnih družbenih skupin pri izražanju kritične misli. Skozi celotno zgodovino je bil grafit pogosto preganjan, nepriznan in zaprt v prostore subkulture, vse dokler ni razvil svojo elaborirano slikovno različico, kar je spodbudilo, da je znova eksplodiral v javnem prostoru vizualne kulture in bil kasneje sprejet v prostore institucionalne umetnosti. S preskokom v posvečen, sakralni umetniški prostor grafit opravi transfer med dvema različnima kontekstoma prostora in simbola.

Tradicionalna estetika je umetnost definirala s pomočjo specifičnih medijev in disciplin, tj. slikarstvo, kiparstvo, s specifičnimi vrednotami, ki so nastajale, tj. lepo, sublimno, v prejšnjem stoletju pa je umetnost svoje polje razširila daleč čez te meje in radikalno spremenila svoj značaj in definicijo. V dvajsetem stoletju se vedno znova kaže težnja po odpravi avtonomnega statusa umetnosti in po popolnem zlitju umetnosti in življenja. Ker zdaj lahko umetnost zajame vase vsakršen predmet ali pojav, mora vzpostaviti tudi nove kriterije umetniškosti, po katerih lahko presojava, ali nekaj sodi v umetnost ali ne. Polje umetnosti je določeno s svojim institucionalnim okvirom, ki je opredeljen kot svet ali sistem umetnosti, kjer vse, kar vstopi v ta sistem, dobi umetniško relevantno (Zabel 2006, 31).

Bulc (2008, 74) umetnostno polje postavi v tisto mejno območje, kjer poteka preplet med režimom vrednotenja kulturnih posrednikov *visoke kulture* in *popularne kulture*. Kjer je za obe obliki značilna modernistična drža razlikovanja med visoko nasproti nizki/množični/ljudski, med subkulturo/alternativo nasproti *mainstream* kulturi. Kulturni posredniki so vplivni intelektualci, strokovnjaki, ki s specifičnim družbenim položajem in zadostnim kulturnim kapitalom različne kulturne produkcije povezujejo z modernističnimi idejami avtonomnosti, odličnosti in avtentičnosti umetniškega ustvarjanja. Zanima me, kako kulturni posredniki določajo in izberejo, kaj je umetniško delo, in posledično, kdo dobi status umetnika? Po Groysu (2002, 104) si visoka kultura, tj. avtonomna umetniška praksa, želi umetnika, neodvisnega od »zunanjih« dejavnikov, kot so politična moč ali kakršna koli vsebina, ki se nanaša na »zunanjo«, množično dojemljivo realnost. Ideološko gledano le umetnik, osvobojen vsega zunanjega, lahko odkriva notranjo resnico umetnosti in jo ustrezno izrazi, s čimer dosega najvišjo možno čistost umetniškega gestusa. Postopek podeljevanja statusa ni tako skrivnosten, kot se morda zdi. V praksi je podelitev pogostokrat dosežena z razstavo artefakta v kulturni instituciji, tj. galeriji ali muzeju. Oseba oziroma ljudje, ki opravijo podelitev, so člani umetnostnega sveta (Warburton 2003). Če določeni predmeti pristanejo v umetnostnem muzeju, še ne pomeni, da so nekoč opravljali funkcijo umetnosti. Ravno nasprotno, funkcijo umetnosti privzamejo šele in samo takrat, ko so že sprejeti v umetnostni muzej. S sprejetjem, pravi Groys (2002, 115), je prejšnje »predmuzejsko« življenje umetnin izbrisano, saj te pred muzealizacijo sploh niso veljale za umetnost.

2.1 LEVOMODERNISTIČNA TEORIJA UMETNOSTI

Z zavračanjem povezav dominantne, institucionalne visoke kulture s kapitalom in z oblastjo levi modernisti iščejo avtentično, »pravo« kreativnost v posameznih manjšinskih popularnih kulturnih produkcijah (underground, alternativne kulture, tudi v določenih oblikah grafitiranja). Ravno v teh »malih« oblikah se skriva avtentičen izraz kreativnosti ljudstva, zato levi modernisti pogosto opozarjajo, da je režim vrednotenja, značilen za popularno kulturno produkcijo, npr. grafitiranje, popolnoma zadovoljujoč in ne potrebuje umestitve v institucije visoke kulture, saj sama po sebi priča, da sta lahko kreativno ustvarjanje in vrednotenje kulturnih tekstov stvar »vseh« posameznikov, ne le umetnostnega polja (Bulc 2008, 75). Umetnostno polje (v nadaljevanju UP) izjemno hitro absorbira režime vrednotenja, značilne za manjšinske popularne kulturne prakse, in jih hitro poveže z lastnim režimom vrednotenja. Prihaja celo do vsiljevanja in apliciranja lastnih kriterijev visoke kulture in njenih institucij na tekste popularne kulture. To prisvajanje Bulc (2008, 75) povezuje z estetskimi

interpretacijami in teoretskimi okviri levih modernistov, ki si jih kustosi in drugi posredniki znotraj UP »sposojajo«. Konkretno te procese povzemam pri grafitih, ki jih UP prilagodi univerzalistični tradiciji umetnosti, ki pa ne upošteva, da grafiti niso le nekakšni nasledniki jamskih slik in antičnih stenskih poslikav, temveč so zgodovinsko specifična popularno kulturna oblika ustvarjanja z izrazito lokalnimi specifikami in implikacijami, zaradi katerih ne bi smeli vstopati v UP, saj izpolnjujejo ideal zgodovinskih avantgard o uveljavljanju umetniških principov ustvarjanja v vsakdanjem življenju vseh ljudi. Tudi režimi vrednotenja grafitov s strani UP niso zadovoljivi, saj njihovo resnično vrednost lahko oceni le peščica strokovnjakov, ki se na tovrstno ustvarjanje spozna ali se z njim ukvarja.

Teoretičarka Susan Stewart subkulturno grafitiranje priznava kot izrazito specifično obliko individualizacije, osebnega stila in avtorstva. Prav posebnost in unikatnost stila visoko ovrednotita estetsko vrednost grafita, ki pa je vedno določena tudi s specifičnimi okoliščinami, v katerih nastajajo, tj. vremenske razmere, stopnja nevarnosti, pozicija in kakovost. Mednje šteje tudi konkurenčnost med *writerji*, ki deluje po principu obvladovanja teritorija. Širša je mreža grafitov, višji položaj si avtor znotraj hierarhije prisluži. Drznost in prilagajanje terenu, stopnja provokacije in vzbujene pozornosti mimoidočih definirajo dobrega grafitarja. Te okoliščine nastajanja grafita in izpostavljenost grafitarja lahko obstojijo le na terenu (Bulc 2008). Podobno misli tudi Velikonja (2008a, 27), ko pravi, da grafitovstva ne moremo vplesti in razumeti zunaj njegove neinstitucionalne prostorske umestitve na ulico, zid, pločnik, saj je javni prostor soustvaritelj grafitarskih del. Z umeščanjem grafitov v UP se premešča ustvarjanje iz nevarnih pogojev na prostem v regulirana in varna ustvarjanja znotraj zaprtih prostorov kulturne ustanove, in prav tam naj bi se grafitarji prepustili mehanizmom UP, ki grafit modificira v trajno mobilno blago. Tam ga prevzame kot umetniški izdelek, sicer zadrži avtorjev podpis, toda zavrže lastno specifično produkcijo in izvedbo grafitiranja. Če povzamem Bulca (2008, 77), naj bi UP grafite slavilo na podoben način, kot so »primitivno umetnost« slavili nadrealisti; na eni strani grafite razume kot romantično obliko ustvarjanja, povezano z ekscesom čutnosti, naravnosti, kot avtentično kreativno obliko urbanih slojev, po drugi strani pa jo podvrže umetnostnozgodovinskemu diskurzu kronologije estetskih inovacij v umetnosti. Stewartova to razume kot neupravičeno naturalizacijo in primitivizacijo grafitiranja, ki jo primerja z »udomačitvijo divje živali s strani sveta umetnosti«. Neinstitutionalnost in pomembnost javnega prostora z vsemi svojimi specifikami je torej odločilna pri ohranjanju grafitov tam, kjer so nastali in bi morali ostati.

2.2 UMETNOSTNI REŽIM VREDNOTENJA

Umetnostna kritika legitimira predstavitev grafitarske subkulture v kulturni ustanovi, znotraj UP, kar spodbuja tudi Stepančičeva, direktorica Mednarodnega grafičnega likovnega centra (MGLC), saj konkretizira stališče, da je UP na »zahodu« že davno sprejelo grafitarsko ustvarjanje kot umetnost, še več, prepustnost meja med umetnostjo in vizualno kulturo oziroma visoko in nizko kulturo je resnična, obstaja. Prisvajanje subkulturnih grafitov s strani visoke umetnosti je na podlagi sprememb v njenem kontekstu v sedemdesetih letih zato povsem normalno. Poseganje v avtonomno delovanje grafitovstva tako nikakor ni grobo ali vsiljeno, temveč neškodljivo povezovanje popularne in visoke kulture, ki s tem krepi politično angažiranost UP. Pojav grafitov v galerijskem prostoru zato ne bi smel čuditi, ker nič od tega ni več v domeni alternative, ampak množične kulturne ponudbe (Bulc 2008, 85).

Pojavljanje grafitov v galerijskem prostoru se je zgodilo že v sedemdesetih in osemdesetih letih v Združenih državah Amerike, kjer se je mnogo *writerjev*, ki so se raje kot za nezakonito podzemno železnico ali legalne površine grafitarskih galerij, t. i. zidove slavnih (*Walls of fame*), odločili za legalizirano steno. Znašli so se v prestižnih ameriških in evropskih galerijah, njihovi grafiti so se preselili na slikarska platna, cene katerih so dosegale visoke vrednosti. Sprožila se je nekakšna delitev na galerijske in ulične umetnike, ko grafitar s podzemnih železnic koraka navzgor v novi svet in suvereno vstopa v *mainstream* kulturo, nekaj sto metrov oddaljene velike prostore korporativnega biznisa (Bulc 2011). Ta prehajanja med dvema na prvi pogled zelo kontradiktornima oblikama umetnosti, iz enega v drug kulturni kontekst po mnenju Stepančičeve (2004, 66) ilustrirata Jean-Michael Basquiat in Jonathan Borovsky. Prvi, Basquiat, izhaja iz *new wava* in je sprva skupaj z Alanom Diazom podpisoval skrivnostna sporočila in surove risbe na javnih zidovih SOHA, ki jim je vedno dodal znak za avtorske pravice © in stilizirano krono. Kasneje je s pomočjo Keitha Haringa razstavljal po klubih, podpisal pogodbo z ugledno newyorško galeristko Annino Nosei in ji v zameno za materialno nadomestilo dostavljal na platno naslikane slike. To sodelovanje je napovedalo prodor med slavne. Basquiat je v galeriji Mary Boone odprl prvo samostojno razstavo, bil vključen v pregled Muzeja moderne umetnosti v New Yorku in imel predstavitev v Timesu. Vrednosti njegovih platen so kmalu konkurirala umetninam največjih renesančnih mojstrov. Tudi Borovsky je v drugi polovici sedemdesetih let že precej razstavljal v uglednih galerijah po ZDA. Veliko del je neposredno narisal ali naslikal na stene galerije. Zamisel, da bi z razstrelivom naredil luknjo v berlinskem zidu, ki bi bila del razstave, se mu je porodila, ko je bil leta 1982 povabljen na kultno razstavo *Zeitgeist* v Berlin. Ideje zaradi negotovosti

izida eksplozije ni mogel izpeljati, je pa zato na taisti zid naslikal svoj grafit, podobo gromozanskega golega človeka v teku, ki kot luknja v zidu simbolizira beg. Vidimo lahko, da si visoka umetnost prisvaja grafite na različne načine. Z Basquiatovim uspehom so iz vizualne kulture prešli v visoko umetnost, medtem ko je Borovsky stenske slikarije prenesel v kontekst grafitov.

Stepančičeva (2004, 71) meni, da naj bi politična moč grafitov s predstavitvijo v UP prišla še bolj do izraza; grafite na ulici vidi kot javne spomenike, ki razgaljajo kapitalske in politične neenakosti. So v konkretni bitki z okoljem, medtem ko so v galeriji, ki je tudi javni prostor, na varnem. In tam ni nikogar, ki bi jih odstranil, saj so nastali v dogovoru z upravljavci ali lastniki. Galerija kot institucija umetnosti grafite porine v simbolni svet, ki je drugačen od uličnega, političnega, kapitalskega. Predvsem je trajnejši in se bolj temeljito zaje v zavest družbe.

Inkorporacija oziroma prisvajanje grafitov s strani UP se je v slovenski sceni grafitov zgodila veliko kasneje, leta 2004, ko se je v MGLC-ju odvila prva tovrstna razstava, poimenovana *Grafitarji*. Gre za prvo institucionalizacijo grafitarske garniture, ki se s specifičnim ustvarjanjem, pristno in avtonomno kreativnostjo v izražanju prikaže v sferi visoke kulture (Abram 2008a, 39). Omenjeno legitimizacijo grafitov v institucijah visoke kulture v slovenskem prostoru obravnavam v nadaljevanju, kjer predstavim, na kakšen način UP izbira in vrednoti umetnike grafitarje in njihova dela. Najprej naj nekaj besed namenim še zadnjemu teoretskemu okviru desnomodernistične kritike, ki za razliko od prvih dveh grafitov pogosto ne priznava kot legitimne umetniške oblike.

2.3 DESNOMODERNISTIČNI POGLED UMETNOSTI

Režim vrednotenja desnih modernistov se ravna izključno po standardih, izraženih prek eksplicitnih univerzalističnih vrednostnih sodb, kjer je estetski okus povezan z etično presojo, pri čemer se zatekajo k tradicionalni estetiki lepega, standardov klasične in modernistične umetnosti. Vse, kar odstopa od tega, v svoji neestetskosti spodbuja in odseva neetičnost sodobne družbe. Stewartova trdi, da sta slavljenje grafitov kot umetnosti in kritika grafitov kot umazanije komplementarna in med seboj povezana, saj kažeta na nasprotja in dvoumnosti, ki jih proizvaja sistem vrednosti v današnjem kapitalizmu. Ilegalnost in kriminalizacija grafitov sta se z vse večjo razširjenostjo grafitiranja morali dogoditi, toda Bulc (2008) v odnosu družbe in medijev do tega pojava vidi ambivalentnost, saj nekatere razsežnosti subkulture dobro

sprejema, si jih prilagaja in vključuje v svoje lastne strukture (kot umetniška dela), nasprotno pa določene elemente preganja in kaznuje kot vandalizem.

Urbani prostor, v katerem grafiti nastajajo, je ravno zaradi svoje prostorske umeščenosti označen in obsojen kot vandalizem, saj s prisvajanjem terena, ki je zasebna ali državna last, v sebi združuje hkrati elemente destruktivnosti in kreativnosti, »je kreativna destruktivnost, kjer z ustvarjanjem hkrati nekaj uničuješ« (Piece by piece). Postavlja se vprašanje lastnine (javno, zasebno), saj gre pri izpisovanju grafitov po zidovih za poseg v temeljno človekovo pravico nedotakljivosti zasebne lastnine in hkrati kritiko državno-korporacijskega pollaščenja javnih prostorov s strani tistih, ki grafitirajo. Grafiti so (ne)posredna kritika legalizacije in legitimizacije javnega oglaševanja na jumbo plakatih, kritika neonskih napisov na stavbah itd. (Bulc 2008). Grafiti in street art naj bi večinoma zniževali ekonomsko vrednost nepremičnin in prestižnost mestnih predelov, ki so vedno last nekoga drugega, v smislu, da odstranjevanje grafitov in čiščenje stavb staneta posameznike in občinski proračun precej denarja. Poleg tega bi morala pristojna oblast jasno začrtati mejo, do kod in kam lahko sega ta alternativna umetnost in od kod naprej se začne uničevanje javne ali zasebne lastnine ter povzroča škodo oziroma kvari videz naselij in hiš (Rasberger v Bulc 2008, 88). Bulc tukaj vidi izrazit ideološki vpliv, ki ga na javnost vršijo desnomodernistični zagovorniki visoke »nacionalne kulture« in same kulturne ustanove »nacionalnega pomena«.

Znamenite Banksyjeve ulične akcije so v Angliji, daleč od tega, da bi bile v javnosti videne kot vandalizem, vodile v naraščajoče povpraševanje po njegovih kreacijah. Stvar gre še korak dalje, ko se izkaže povečano zanimanje za nepremičnine, kjer so bili plasirani zaznamki njegovih šablon. Nadalje, da bi jih zavarovali, so se nekateri lastniki teh stavb odločili za zaščito umetnin s pleksi steklom. Ukrepi občine enega izmed londonskih okrožij pa so bili usmerjeni k renoviranju Banksyjevih stenskih poslikav z utemeljitvijo, da je umetnik razred zase in si jih veliko ljudi želi ohraniti (Abram 2008a, 43). Kdo bi se torej pritoževal, če bi se Banksyjevo delo pojavilo ravno na njegovem pročelju? Sam dodaja, da ga policija ravno zato ne more obtožiti povzročanja škode, saj njegovi grafiti teoretično povišajo vrednost stavbe. Prihaja do privatizacije zasebnih površin, ki jih nekateri njihovi lastniki želijo prodati in dobro zaslužiti (Joker224 2012).

Po podatkih Mestne občine Ljubljana so leta 2011 s sten nekaterih javnih stavb očistili več tisoč kvadratnih metrov grafitov, kar jih je stalo nekaj več kot štirinajst tisoč evrov, očiščenih površin je bilo leto prej še več, kar je nanesele še dodatnih štiriindvajset tisoč evrov. Glavnina

grafitov, ki krasijo ljubljanske ulice, pa ostaja še danes. Grafiti na javnih mestih so prekršek po *Zakonu o varstvu javnega reda in miru*, ki predvideva globo v višini 208,64 evra. Če so sporočila rasistična, je globa nekoliko višja in znaša 834,58 evra. Vixen pravi, da je imela doslej doma srečo, saj je policija še ni zasačila pri delu. Manj sreče je imela v tujini, v Parizu je zaradi grafitiranja prejela kazen, v Amsterdamu pa jo je čakal sodni proces (Hreščak 2012). Artnak, član Zekov, se je pred leti znašel v podobni situaciji, ko se je lotil poslikave nekega ljubljanskega zidu in se lastniku stene zlagal, da je projekt naročilo ministrstvo za kulturo. Ob prihodu policistov pa je le-tem rekel, da je avtoriteta lastnik stene, on pa le izvajalec. Tako so se tudi policisti podredili »izmišljeni« situaciji (MMC 2013). Na mestni občini so se boja proti grafitom lotili z legalizacijo, določili so trinajst lokacij, kjer je grafitiranje dovoljeno in se tako približali zasnovi legalnih površin ustvarjanja, prepričani, da bo z možnostjo prostega izražanja grafitarjev posegov v javni prostor manj in da se bo dolgoročno zmanjšala toleranca zoper vandalske posege v prostor. Namenske lokacije, kot pravi Zrinski, nikakor ne morejo ustaviti razvoja nelegalnih grafitov. Posebnost grafita je namreč prav ta, da mu ne moremo določiti, kdaj in kje se bo pojavil. Čeprav na mestni občini poudarjajo, da so lokacije izbrali skupaj z grafitarji, Zrinski opozarja, da takšne lokacije nikoli ne morejo biti optimalno izbrane, »vsak grafitar se po mestu giblje na svoj način in vidi svoje točke, kamor bi rad umestil svoje sporočilo, in prav tisto spontano sporočilo potem zaznamuje mesto in urbano okolje« (Zrinski v Hreščak 2012). Z uvedbo legalnih mest se nadaljuje discipliniranje grafitarjev in ohranjanje sterilnega, z grafiti prostega okolja, kar vrši mestna politika, in da prav zares nikoli ne bo mogla ustaviti kreativnosti grafitarjev, saj ti sodijo v urbani fenomen. Prostor zasedejo na nelegalen način, in če bi ga plačali, kot to prakticirajo oglaševalci, ki polnijo javno okolje z oglasi, bi jih verjetno sprejemali drugače (Zrinski v Hreščak 2012).

3 NEINSTITUCIONALNI PROSTORI UMETNOSTI

Svet zunaj umetnosti ponuja specifične danosti in pogoje, ki legitimirajo uličnega umetnika in njegovo delo. Hkrati je edini pravi avtentični prostor razcveta in širitve grafiti kulture v javnem prometu in na drugih javnih mestih. Izpostavim naj, kako ulični umetnik deluje v urbanem prostoru, kaj mu pomeni ter kako ga doživlja sam. Kljub temu da je umetnik na ulici lahko popolnoma svoboden v svojem ustvarjanju, mora vseeno upoštevati osnovne zakonitosti, ki delo na ulici ovrednotijo in priznavajo kot legitimno, akterju pa podelijo status umetnika. Konkretno vpetost umetnika v neinstitucionalni prostor prikažem na primerih Banksyja, skupine Zek Crew in Vixen. Na koncu poglavja pa vse skupaj navežem na njihovo akademsko izobrazbo, kar je ena izmed predispozicij za prosperiranje umetnika v *umetnosti*.

»Raje rišem po stenah, kjer ne smem, čeprav smo tudi na legalne lokacije že šli. Pekli smo čevapčiče in ves dan risali, a ne istih stvari kot sicer,« pravi Vixen. Ravno to, da je prepovedano, daje neki poseben čar grafitiranju. Rada imam izzive in nočne podvige, ki pridejo s tem, to iskanje mest, raziskovanje uličic, različni pogoji v različnih mestih ...« (Hreščak 2012).

3.1 ULIČNI PROSTOR »Siva pot, vodi me«

Artist grafitar na ulici ima željo vtisniti svojo sled v anonimen in nehuman urbani prostor. Danosti urbanega prostora in infrastruktura ulice ponujajo potencial, kamor se lahko spravi katera koli ideja. Je prostor dialogov, reakcij in interpretacij, kjer se usoda grafita z dajanjem na zid šele začne. Napisan na steni postane del mesta, je javen, viden in dostopen vsem. Izpostavljen možnosti, da bo izginil, da ga bo nekdo prekril ali zbrisal, mu kaj dodal, vse to sovpada z minljivostjo grafitov. Ne vemo točno, kaj bo grafitu prinesel jutri, pojutrišnjem, in ravno v tem se skriva pravi čar. Tako kot so hrup, smog in prometni vrvež del urbanega življenja, enako velja za grafite. Vpleteni v mestno dogajanje so zemljevidi, ki pripovedujejo zgodbe. Strehovec (2002, 223) navaja, da se umetnikov izvor posegov v urbano okolje skriva v hotenju, da ohranja vez z resničnostjo, v kateri živi in dobiva navdih. Tu je možno *ustvariti delo za ulico ali na ulici*. Hreščakova (2012) opiše delo Vixen skupaj s še eno grafitarko na ljubljanski železniški postaji: »V mrzli januarski noči, ki mrtvi prste na rokah, onidve pa mirno in natančno rišeta linijo za linijo. Hitro, a ne v naglici. Modra in rdeča počasi prekrivata prvotno rdečo, belo in rumeno barvo vagona, kovinski trup in steklena okna. Počasi se razloči več kot meter in pol visok in vsaj deset metrov dolg napis: Egotrip. Srebrno ozadje ga naredi izstopajočega. Črna obroba mu izriše jasne in čiste obrise. Pri grafitih je vedno obratni vrstni red« (Hreščak 2012).

3.2 ULIČNI UMETNIK

Grafitar na ulici zavzema javni prostor, je zunaj *sveta umetnosti* in še ni *umetnik*, je zgolj družbeni subjekt, ki ima močno potrebo, da se podpiše, napiše, vpiše, komentira in opozori nase ali na kaj drugega. Zrinski (2004, 45) jih naziva z glasniki ulice, ki delajo to, česar večina ne upa. Puščajo sledove in znake, krasijo mesta in opozarjajo nase. Fotograf Valerio Polici v dokumentiranju grafiti ustvarjanja *writerjev* le-te dojema kot mistične idole super junakov z zakritimi obrazi. Kot »VIP, katerih ime in sloves je poznan, ne poznaš pa njihovih obrazov. Ustvari se iluzija, možnost ponovnega kreiranja identitete oziroma alter ega, ki sčasoma postane resnični ego (Crowder 2015). Grafitarjev odnos do mesta in razumevanja urbanega okolja je drugačen od odnosa večine ljudi, za katere je mesto samoumevni

življenjski prostor. Doživlja ga z natančnim pozicioniranjem svojih vizualnih stvaritev pred oči javnosti. Ker je usoda grafita nedoločena, kratkotrajna, želi biti v svoji akciji prepoznaven, učinkovit in predvsem izviren (Zrinski 2004, 47). Grafitarka Vixen se je navdušila nad risanjem potniških vlakov, »všeč mi je stati pred to ogromno železno gmoto ... in všeč mi je dejstvo, da se vlaki premikajo in tako grafit vidi neprimerno več ljudi kot na ulici« (Hreščak 2012).

Okolje grafita s svojo nelegalnostjo ponuja *writerjem* več kot dovolj nevarnosti, da lahko svoje veščine preizkusijo. Sem spada možnost zapora in kazni, srečanja s policijo, tistim, ki ustvarjajo v podzemnih železniških tirih, pa preti nevarnost nasproti vozečih vlakov. Soočen s takšnimi težavami, se *writerjevo* umetniško prizadevanje hitro spremeni v nalogo samoocenjevanja, preizkušnjo, ki naj pokaže, kako daleč je sposoben iti (Macdonald 2008). S svojim predanim delom, podvržen adrenalinu in nepredvidenim situacijam gradi na prepoznavnosti, je drzen in pogumen. Sprejme tveganje, ker ve, da si bo s tem prislužil spoštovanje drugih *writerjev*. To pa je ključnega pomena. Bistvo grafitov je trdo delo, razvijanje lastnega stila in zmožnost izvedbe pod izjemnim pritiskom, »šele takrat si prislužiš nagrado«, pove Prime, »spoštovanje ljudi, ki vejo, kako težko je to, ko vidijo tvoj *piece*, na katerem ti je uspelo obdržati stil v skoraj popolni temi, medtem ko si bingljajal z zarjavele cevi« (Macdonald 2008, 135).

Ker ni vsak artefakt, intervencija ali napis, narejen na ulici, tudi že grafit ali street art, je treba izpostaviti ločnico meril razlikovanja med množično napisanimi napisi in drugimi sporočili in vizualnimi intervencijami na javnem prostoru ter pravimi grafiti, s katerimi hkrati določimo tudi uličnega umetnika. Velikonja (2008a, 26-31) izpostavi temeljne elemente pri obravnavi definicije pravih grafitov: estetska forma, ilegalnost in družbena angažiranost (ne le estetska intervencija, pač pa tudi ključno tekstualno vprašanje s širšo družbeno vlogo). Grafite je treba razumeti kontekstualno glede na konkretne zgodovinske in kulturne okoliščine, v katerih nastajajo, grafit je zanj »jednat, nujno politično nekorekten program in sprej orodje tistih, ki nimajo dostopa do drugih medijev izražanja, ki so v notoričnem komunikacijskem in političnem deficitu na drugi strani dominantnih diskurzov« (Velikonja 2008a, 27). Nekaterim je bistveno to, da narišejo in napišejo čim več, ne glede na estetiko. Tudi preprosti podpisi (*taggi*) štejejo. Samo da se vidi, da je bil grafitar tam in zaznamoval prostor. Vixen zase pravi, da vedno stremi k boljšemu, lepšemu, večjemu, seveda pa je vsak grafit odvisen od situacije. Za grafite, ki jih ustvarja, nima izdelanega nekega koncepta, ti so preprosto zabavni, »včasih si romantično predstavljam, da ima kdo slab dan in zagleda kaj mojega in ga to spravi v dobro

voljo» (Hreščak 2012). Artnak poudarja, da družbena angažiranost ni zajeta zgolj v kritiki politične oblasti, pač pa si prizadeva za strpnost do drugačnosti in okolja. V estetskih grafitih ni veliko sporočilnosti, ker gre za dejstva, kako se posameznik razvija, s kom se družijo, kakšno glasbo posluša, kaj ga zanima, vse to vpliva na njegovo delovanje v grafitarski sferi, kaj njegov grafit sporoča in prikazuje (Potrč 2010). Do sveta Artnak goji prav poseben odnos, saj z vsakim delom želi opozoriti na odgovornost in angažiranost, med drugim izpostavlja malomaren odnos družbe do odpadkov, ravno projekt *Pošast iz plastičnih vrečk* mu je prinesel največjo medijsko prepoznavnost (Klun 2013). Projekt je kot likovnik zastavil tako, da združuje vsebino s formo, hobotnica iz plastičnih vrečk pa je bila leta 2011 povabljen tudi na Evropski zeleni teden, kjer je zastopala projekt *Vrečka na vrečko* pred Evropskim parlamentom. Tudi Banksyjeva ustvarjalnost temelji na močnih duhovitih, satiričnih, ostrih in družbenokritičnih sporočilih in mu je, če povzamem Brassetta (2009), uspel pravi met, kredibilnost *undergrounda* prevesti v masiven popularni apel. Fokus in predmet je iz lokalnega geta vprašanj o legalnosti grafitov in nenehnega vpraševanja privatnega v javnem prestavil širše, v problematiko globalnih razsežnosti. Glavna vodila ustvarjanja so tematike globalne revščine, varnosti v sodobnem svetu, Guantanamo, vojna proti terorju, protesti proti ohranjanju narave itd. Banksyjeva dela sovpadajo tako s kriterijem družbenega aktivizma kot tudi z estetsko formo grafita, poleg tega da je večina njegovih stvaritev nastala ilegalno, tako na ulici kot tudi v galerijah. Tipična dela so kontroverzna, podkrepljena s slogani, ki satirično kritizirajo vojno, sodobni kapitalizem, človeško hinavščino in pohlep. Banksyjeve poslikave ves čas komunicirajo z občinstvom, ga nagovarjajo in spodbujajo k širšemu razumevanju sveta, kjer pogosto izpostavlja glas marginaliziranih skupin, na katere je »svet« pozabil.

»Še na pamet mi ne pride, da bi kdaj prilezel na plano,« vedno znova zatrjuje Banksy. Anonimnost je zanj vitalnega pomena. »Grafiti so prepovedani, on je zares gverila. Z dnem, ko se bo Banksy razkril javnosti, bo konec njegovih grafitov,« pove novinar Guardian Simon Hattenson, eden redkih, ki je z umetnikom opravil intervju (Blatnik in Gortnar 2008).

Izpostavim naj še nehegemonsko naravo grafitov na ulici, kjer se vrednoti drugače, kot grafiti v institucijah obravnava UP. Grafiti namreč niso blago, saj ne morejo biti kupljeni ali prodani, so neodvisni od lastništva, imajo le avtorja in njihova oblika, stilistični cilji ter poseg v tujo lastnino sami onemogočajo poblagovljenje. Podobe na zidu so za avtorja brez predmetne, denarne vrednosti, kar pomeni, da je grafit v nasprotju s tržno ekonomijo in se nanj gleda kot na moteči element.

3.3 AKADEMSKA IZOBRAZBA UMETNIKA

Za umetnostno izobrazbo Zrinski meni, da je eden ključnih pogojev za ustvarjanje dobrih grafitov, kar potrjuje dejstvo, da so bili večinoma vsi grafitarji, ki jih je Zrinski predstavil v MGLC-ju, študenti ali ALU ali oblikovanja, kar pomeni, da jih je že takrat bržkone obravnaval kot bodoče umetnike. Povezava grafitarjev z umetnostnimi akademijami je zato nujna predispozicija za kasnejše prosperiranje umetnika v umetnosti, in ravno zato naj bi grafitarji opustili romantične predstave o uporništvu in o grafutih začeli razmišljati poglobljeno in na ravni umetniških konceptov:

Zdi se mi, da [za razstavo izbrani grafitarji] ohranjajo to romantično pozicijo. Na eni strani: jaz bom umetnik, bom delal slike, se šel resen art. Na drugi strani bom bil pa kao malo underground, grafiti ... Bolj za šalo, za dušo, za joke pa kao grafite. Samo to je še vedno res ta romantična pozicija, vsaj zdi se mi. Ker potem, ko si malo starejši, to delanje grafitov za dušo prehaja že v neko umetniško razmišljanje o grafutih in vedno bolj v neko maštanje in vedno manj gledaš ti grafit res zato, ker bi ti pomenil neki adrenalin, kar ti na začetku definitivno pomeni. Bolj vidiš neke koncepte notri in nekaj iščeš (Zrinski v Bulc 2008, 84).

Član skupine ZEK CREW Miha Artnak pravi, »da je delovanje v tej artistski skupini nanj vplivalo na najboljši možen način in da niti ni prepričan, da bi šel študirat na ALU, če ga grafiti in ves ta svet ne bi tako potegnili vase«. MGLC jih je leta 2004 povabil, da bi se na razstavi predstavili kot kolektiv, pridobili so na prepoznavnosti in začeli prejemati številne ponudbe različnih naročnikov. Iz grafitov so spontano prešli v street art, iz street arta v svet grafike, nekateri na ilustracije, pa tudi v oblikovanje in oglaševanje (Potrč 2010, 69). Tudi slovenska grafitarka Vixen pove, da z risanjem grafitov najlažje lahko pokaže, kaj riše, »ni se mi treba iti igric zvez in poznanstev, intelektualiziranj in vsega ostalega bullshita z galerijami«, predana in resna v tem, kar počne, navsezadnje študira umetnost (Hreščak 2012).

Nekateri grafitarji se prilagodijo sistemu umetnosti. Zlasti pri tistih, ki so šolani v svetu umetnosti in je njihova želja, da postanejo umetniki, je prisotna nekakšna samocenzura. Grafitar ve, kaj od njega pričakuje svet umetnosti, ta išče ulični duh, a takšen, ki se lahko prilagodi galerijskemu prostoru in publiki; išče humor in drznost, a spet ne do takšne mere, da bi prekoračil nenapisana pravila. Ko grafitar, ki je morda študent na ALU, vstopi v prostor, o katerem ga sam svet umetnosti nenehno prepričuje, da ponuja *nekaj več*, se v njem zbudi upanje; želi si, da bi postal del sveta umetnosti in od umetnosti tudi živel. Hitro pa se izkaže,

da je ta posvečeni prostor svobode le navidezen, saj se mora artist, če želi v njem delovati in uspevati, prav tako kakor likovni kritik, galerija ali kateri koli drug akter, nujno prilagoditi pravilom umetnostnega sveta (Krcnc 2008, 356).

Te prehode Velikonja (2008b) razume kot logično zaporedje mladost-ulica, zrela leta-galerija, vstop v umetniški svet, torej v »resen art«. Veliko slovenskih grafitarjev in street artistov je študentov likovnih akademij, kar pa, kot pravi (Ožbolt v Velikonja 2008b, 52), ni tako nenavadno, prej normalno. Da kot študent slikarstva vzameš sprej namesto čopiča ali tiskaš stikerje namesto grafike. Tudi največji klasični moderni umetniki – od Picassa, Duchampa do pop arta Hamiltona in Warholla – so predelovali in vnašali v »pravo« ali »visoko umetnost« banalno, vsakdanje, kolaž, revijalno, časopis, modno, ulično. Ne gre več za delitev na višje ali nižje in ni več hierarhije ali tega zaporedja.

Preskoki iz ulice v galerije tako za umetnika niso nič nenavadnega, nasprotno, večina njih si kariernega razvoja v tej smeri želi. Postati del umetnosti in od umetnosti tudi živeti. Umetnik vstopa v nove prostore, njegovemu delu še nepoznane. Ti so posvečeni in njihova funkcija je jasna, tja naj bi se namreč hodilo »absorbirati« umetnost. Za nadaljevanje je zato smiselno najprej pokazati, kakšni in predvsem kako različni so prostori v instituciji umetnosti od uličnih.

4 GALERISTI IN RAZSTAVLJANJE V INSTITUCIJI

Prostor v instituciji umetnosti je za razliko od uličnega varno zavetje, ločeno od vsega zunanjega, kar bi lahko vplivalo na dožemanje in razumevanje umetniškega dela. Grafit, postavljen v galerijo, umetnostni sistem »ponovno odkrije«, ga sterilizira in prizna oziroma določi kot umetnost. Z aktom predstavljanja in arhiviranja v resnici zbije pravi smisel grafita in žive komunikacije, ki poteka na ulici. Grafite zdaj UP predstavlja na nov način, kar konkretiziram na primeru MGLC-ja, kjer je bil izbor grafitarjev in grafitov zasnovan že vnaprej. Galerija v svoj prostor ne sprejme vsakega grafita, zakonitosti vrednostnih sistemov tu potekajo drugače kot na ulici. Pomembno vlogo v odnosu umetnika in umetnostnega sistema ima kustos, tisti akter, ki s selekcioniranjem določa, katera dela bodo razstavljena in na kakšen način bodo predstavljena.

4.1 ZASNOVA WHITE CUBE (BELA KOCKA GALERIJSKEGA PROSTORA)

»Zakaj galerija ne bi bila ulica, mislim, zakaj ne bi funkcionirala kot ulica?«

»Ker jo imaš odprto osem ur na dan, ob nedeljah in ponedeljkih je zaprta, ob osmih zvečer pa pride čistilka« (Zrinski v Velikonja 2008, 107).

Idejo razstavnega prostora umetnosti je v zadnjih desetletjih bistveno določal koncept t. i. *bele kocke*, ta se je razvil v modernizmu kot idealno okolje za ogledovanje individualnih umetnin, ki so same razumljene kot zaokrožene, samostojne, avtonomne entitete. Bela kocka je nevtralni prostor, čim bolj neodvisen od zunanjih naključij, dnevnih in letnih časov, pa tudi od zgodovinskega, političnega in družbenega konteksta (Zabel 2006, 71). Zunanji svet nima vstopa vanjo, zato so okna navadno zastrta. Stene so pobarvane belo, klinično čista tla, strop pa je vir svetlobe. Prostor je tako nevtralen, da se zdi, kot da ga skoraj ni. Vse, kar bi lahko speljalo pozornost stran od razstavljenih del, je izključeno. Prostor je spremenjen v ločeno, trajno entiteto, v kateri obiskovalci dobijo »čiste oči«, kakor da bi svoje družbene, kulturne, spolne in druge posebnosti pustili pred vrati. Po besedah O`Dohertya (1999) »idealna galerija odvzame umetnini vse, kar speljuje pozornost stran od dejstva, da je umetnost. Delo je izolirano od vsega, kar bi ga odmaknilo od tega, kako ocenjuje sebe.« Sheikha (2009) *white cube* kljub modernemu dizajnu spominja na starodavno grobnico; analogija zakladnice iluminira nastanek in konstrukcijo bele kocke, z namenom, da se umetninam pripiše kvalitete brezčasnja, večnega življenja. Daje pa tudi občutek galerij kot trgovinic, v katerih poteka produkcija presežne vrednosti, ne pa njena uporaba. Vpelje dihotomijo med nečim, kar ostaja zunaj, tj. družbeno in politično, in tistim, kar je notri, vrednost umetnosti.

Ti prostori ustvarjajo množično proizvedena umetniška dela, ki »romantično« krnijo umetnikovo subjektivnost. Z legitimizacijo umetniških del se vzpostavi družbeni odnos pokroviteljstva, kjer pokrovitelj avtorju daje določen material ali zaščitniške dobrine, ki omogočajo izvedbo umetniškega dela in njegovo distribucijo v nepredvidljivem okolju. »Očitna korist za umetnika je zaščita pred cenzuro ali preganjanjem in pokroviteljevo sponzoriranje, v zameno za posvetilo, polno vzvišene hvale« (Debeljak 1999, 92).

4.2 GRAFITARJI V MGLC

Razstava *Grafitarji* v MGLC-ju je dober primer, kako subkulturne grafite UP začne predstavljati na nov način, in sicer tako, da bolj dosledno poudarja ulično kredibilnost in njen moment ter avtentičnost avtorjev in njihovih del. Grafiti na razstavi so bili sicer vzeti iz subkulturnega konteksta, umeščeni v linearni tok zgodovine umetnosti in nasprejani v »popolni varnosti« znotraj galerijskih sten. Izbor grafitarjev in njihov del je potekal pod vodstvom kustosa. Božidar Zrinski je s pomočjo drugih strokovnjakov in nasvetov samih

writerjev subkulture priredil razstavo šestnajstih grafitarjev, ki so predstavljali »99 odstotkov najboljših, ki pač trenutno delajo v Sloveniji«. Kustosov izbor je zajemal le tiste grafitarje, ki »avtentično« subkulturno umetnost najboljše zastopajo v UP in s tem ponotranjil merila, ki v grafitarski subkulturi veljajo za dober grafit. Ni ga zanimal kar vsak grafitar. Seznanil se je z režimom vrednotenja in klasificiranja grafitov, ki veljajo v tej subkulturi. Že od samega začetka v galeriji ni želel predstaviti mobilnih grafitov na platnu ali grafitarskega ustvarjanja tistih slikarjev, ki jih je UP že kanoniziralo. Poudariti je želel neblagovno naravo »pravih« grafitov ter izpostaviti tiste, ki so si na »terenu« – po kriterijih, ki so lastni sami grafitarski subkulturi – prislužili naziv »najboljši« (Bulc 2008, 84). Po eni strani grafitarske subkulture kot take ne želi zapostavljati ali nepriznavati ustreznega načina vrednotenja in ustvarjanja, hkrati pa tolči ob kamen spotike, saj je bila na sami razstavi vzpostavljena regulacija s strani UP, ko med ustvarjalci ni bila dopuščena tekmovalnost; še en pomemben kriterij grafitiranja izven institucije, tukaj izvzet. Poleg tega galeristi v zadnjem času skušajo ujeti avtentični ulični *feeling* in grafitarjem dopuščajo, da pridejo ustvarjat svoje projekte neposredno na stene galerij, kar pomeni, da ohranjajo neko minljivost kreacije – kot na ulici. Po drugi strani pa to pomeni, da kustos dekontekstualizira celoten proces ustvarjanja grafitov, ker ga naredi legalnega. Grafitar je »zavarovan« pred zunanjim, ulico, kjer je nadzorovan, znotraj galerije mu ne preti nobena nevarnost. Drugi vidik tega je, da s tem kustos oziroma umetnostni sistem začne propagirati neko kriminalno dejanje; grafitarju, ki se sicer s tem ukvarja na ulici, dodeli legitimnost s čimer mu podeli status umetnika. Postavljen v galerijo postane del umetnostnega sveta in taisti svet daje legitimnost tistim, ki v zakonih oblasti veljajo za kriminalce (Abram 2008a, 99).

Bulc (2008, 101) o položaju artistov, ki se pojavijo v galeriji, pravi, da je »99 odstotkov artistov, ki se odzovejo vabilu za delo v galerijah, takih, ki se ukvarjajo predvsem z estetskim vidikom grafitiranja, ter da ko se grafit začne navezovati na sporne ideje ali ideologije, v galerijo pač ne bo prišel, razen mogoče v kakšno alternativno«. Svet umetnosti ni pripravljen sprejeti katerega koli grafita, podobno misli (Velikonja v Abram 2008b, 106), »v galerijah pogrešam tudi grde grafite, pa politično nekorektne, ne samo tiste estetsko dovršene ... pa mularijo, ki bi kar nekaj pisala.« Depolitizacija grafitov je bila vidna tudi pri *Grafitarjih*, kjer so bili sprejeti grafiti, ki ustrezajo določenim kriterijem, in ravno ti naj bi bili eksplicitno vzpostavljeni na ravni forme grafita, kar potrjuje dejstvo, da na razstavo niso umestili grafitov z radikalnimi političnimi stališči (Krcnc 2008).

Umetnik, ki se znajde v galeriji, se s svojim delom predstavlja kot raziskovalec družbe, kot kognitivni eksperimentator, njegovo delo pa je vodeno pod vse večjim vplivom s strani umetniške ustanove z namenom, da bi pripadlo »specifični javnosti« (Kunst 2012, 46). Vpet v novi ideološki razstavni prostor deluje pod vplivom drugih akterjev, ki usmerjajo razvoj umetniškega ustvarjanja z vsemi omejitvami in značilnostmi.

4.3 GALERIJSKI PROSTOR IN AKTERJI

Pomemben akter v odnosu artista s svojim delom in institucionalnim delovanjem je kustos, ki del sicer ne ustvarja in jih določa, lahko pa odločilno določi točko pogleda nanje, poudari njihov vidik. S tem ko dela selekcionira, jih postavi v medsebojni odnos in v okolje, oskrbi jih z dodatnimi informacijami in interpretacijami ter definira kontekst, prek katerega lahko dobijo dodatno vrednost (Zabel 2006, 89). Kustos v likovni umetnosti vzpostavlja hierarhijo in s stališča umetnika trenutno nima nobene alternative. Nastopa kot nekakšen absolutni gospodar najuglednejših institucij za sodobno umetnost in na nek način absolutni kralj umetniških sanj in življenj, prek česar vodi pot do preživetja in slave. Umetniku dobesedno lahko narekuje, kaj, kako in koliko dela. Razstave niso več nosilci posamičnih umetnin, temveč ambiciozno zastavljeni projekti, kjer umetniška dela nastopajo kot koščki večje slike, deli širšega ikonografskega programa, ki se bo v primeru, da bo zelo uspešen, v prilagojenih oblikah tudi ponavljal (Žerovc 2010, 123).

Vplivi akterjev UP so Banksyja na nek način zaobjeli, ta je leta 2002 začel svoja dela razstavljalati in prirejati lastne razstave, na katerih zaradi interesa po ohranitvi anonimnosti nikoli ni bil prisoten. V slavne muzeje, newyorški MOMA in londonski Tate, je postavljaj svoja subvertilna likovna dela, ne da bi kdor koli vedel za to. »Obiskuje velike galerije in skrivaj podtakne svojo stvaritev, s seboj ima fotografa, ki 'pobalinstvo' posname, potem pa samo še opazuje, kako dolgo bo obstala med umetninami.« Nekatero umetnino so bile razstavljene od nekaj ur do več dni, med njimi je kljub odkritju kakšna ostala kar v stalni zbirki (Potrč 2010, 49). Ker so Banksyjeve samostojne razstave imele precejšnji odziv množic, je to sprožilo zanimanje za ulično umetnost s strani družbenih elit in na dražbah so se začela prodajati dela, ki so dosegala vrtooglave cene. Nekateri galeristi so si zaželeli Banksyja z ulice postaviti v galerijski prostor, tam se znajdejo cele stene z njegovimi poslikavami, izrezane s cirkularko. »Ga hočete, betonskega Banksyja? V redu, če imate sto in več tisoč evrov,« povzema Jaklič (2014). Banksyjeve stvaritve skladno prepletajo sinergijo ulične in karierne poti, ustvarja v galerijah in muzejih, hkrati pa uličnega udejstvovanja ne opušča, saj se še vedno pogosto pojavlja v urbanem okolju (Abram 2008). Banksy torej z vdiranjem v

zaprte prostore pride do galerijske slave, kar potrjuje dejstvo, ki ga izpostavlja tudi sam, da moč institucij umetniškega sveta danes definira standarde umetnosti (Banksy 2011).

5 UMETNIK NA TRGU

Novo urbano umetnost želi poleg kreativca samega, širšemu občinstvu prikazati tudi umetnostni in kapitalistični sistem. Grafit postane objekt s statusom tržnega blaga, namenjen širši prodaji. Poprej očem skrita subkultura grafitov tako rekoč prodre v vse pore vsakdanjega potrošniškega življenja (Abram 2008a). Jasno je, da se danes umetnost prodaja, umetnine so tržno in zbirateljsko blago, za katerega so posamezni umetniški navdušenci pripravljene odšteti neverjetno velike zneske. Svetovno znane galerije in muzeji vse bolj sledijo strategijam, podobnim korporacijam, kjer sta medijska pokritost in blagajniški dobiček glavni merili uspešnosti razstav. Kako pa je z umetniškimi razstavami pri nas, razložim v nadaljevanju tega poglavja.

5.1 ESTETSKO-BLAGOVNI OBJEKT

Umetnik in njegovo umetniško delo sta s pojavljanjem v institucijah umetnosti vzajemno povezana z gospodarskim, finančnim in komercialnim uspehom, kar naj bi nedoumljivo izviralo iz onostranstva, »kjer se ga potem na vse preveč doumljiv način polasti, utilizira in komercializira« (Groys 2002, 151). Umeščanje grafitov med galerijske stene povezujemo s kontradiktornim ubesedovanjem in prezentacijo grafitov, saj prav institucionalizacija grafitov prevzema v različne kontekste, izvezete iz same subkulture njenih konstitutivnih elementov in na naslednji stopnji galerijsko ustvarjanje legitimira ter generira recipročnost med estetsko in blagovno inkorporacijo. Legitimizacija grafitov je dovršena takrat, ko zunanji svet pomene grafitov nadzira skozi svojo politiko standardiziranih inkorporativnih prijemov subkulture, tako da jih transformira in predstavi kot »popularne«, »cool«, nared za oblikovanje blagovne oblike. Taista politika transformacije subkulture artefakte pretvarja v blago, namenjeno za prodajo širši javnosti. Institucionalizacija grafit tako na novo opremi, da postane objekt s statusom tržnega blaga, vpet v kapitalistični proces menjave. Grafit vrednotijo in postavijo na trg, kjer se proda kot vsak artefakt znotraj kulturne industrije (Abram 2009, 39). Akademski svet z zanimanjem sledi družbenim, političnim in umetniškim implikacijam subkulture grafitov in jih z izbranimi aspekti stilov in ideologij integrira v *mainstream* kulturo, s čimer doseže množično in komercialno prepoznavnost. Refrazirano priročno izkoristi »modni« aspekt grafitov, odstrani oziroma zabriše pa odvečni »vandalski« del (Lutz 2001). Umetnine shranjujemo, njihova uveljavljena kulturna konvencija pa jih varuje pred materialnim

izginotjem – tudi zato so umetnine tržno blago, tj. zbirateljsko blago. Umetnina vredna zbiranja pa mora biti sama na sebi veljavna in utelešati, kar je »lepo, dobro, božje, človeško, kakovostno, geometrijsko, strastno, naravno, socialno-kritično, demokratično« (Groys 2002, 160).

Banksy pravi, da je trg v resnici neumen. Ali bolje rečeno, tisti, ki tržno vrednost ustvarjajo, so pametni, njihovi odjemalci pa pač ne. Pred leti je v newyorškem Centralnem parku postavil stojnico, na kateri je upokojenec prodajal njegove izdelke. Ti so bili izvirniki in povrh še originalno podpisani. Kos je stal nekje med šestdeset in sto dolarji, kar pomeni, da so bila njegova dela tudi deset tisočkrat cenejša od tistih, ki visijo v galeriji. Teh na stojnici ni kupil skorajda nihče. Oni naj v resnici sploh ne bi vedeli, da so bili sprva nagovorjeni k nakupu nečesa, kar nima prave vrednosti. Pravzaprav jo ima, tržno vrednost, ki pa je izmišljena in je bila spretno umetno ustvarjena (Jaklič 2014).

5.2 RAZSTAVE SO DOBIČKONOSEN POSEL

Umetnostni muzeji in galerije z vratarsko vlogo umetniško delo ohranjajo, to ni podvrženo nobenim zunanjim vplivom, ki bi ga lahko uničili ali nanj kakor koli drugače vplivali, kot se to dogaja z grafiti na prostem, hkrati pa se vsaki umetnini podeli najvišja institucionalna potrditev, ki v precejšnji meri vpliva na razširitev umetnikovega imena ter slovesa. Način upravljanja muzejev je vse bolj podoben nekakšni korporaciji, muzeji delujejo v skladu s poslovnimi merili in upravnimi strategijami, katerih končni cilj je maksimizacija dobička. Zdi se, da je prvenstvena vloga muzejev, razstavljanje in preučevanje umetniških del, potisnjena v ozadje, zlasti ob razmahu cafejev, komercialnih butikov in trgovnic, kjer se prodajajo spominki in postajajo vse večji posel (Debeljak 1999, 107). Izvirno umetniško delo je postalo sredstvo prodajanja svojih množično reproduciranih izpeljank, zmožnost reproduciranja pa se je sprevrglo v početje, ki skuša izvirnik obdati z avro po razkroju le-tega. Medijska pokritost in blagajniški dobiček sta glavna pokazatelja uspeha neke razstave, predstavljena umetniška dela pa so podvržena ocenjevanju v skladu s tržnimi merili (Huyssen v Debeljak 1999, 112).

5.3 MODERNA GALERIJA IN MUZEJ SODOBNE UMETNOSTI

Slovenska umetnost in njene institucije se v teh pogledih močno oddaljujejo od zahodnega sveta, kjer s popolnoma drugačno politiko vodenja in upravljanja uspeh vidijo predvsem v kolektivni zavesti javnosti, izobraževati in v ljudeh zbuditi umetnostno refleksijo. Medijska pokritost razstav pri nas je zelo različna, večje razstave ali razstave prepoznavnih imen so v Moderni galeriji in Muzeju sodobne umetnosti dobro pokrite, manjše nekoliko slabše – so pa tudi razstave, o katerih mediji sploh niso poročali. Prostor je majhen, tako da je velikokrat

treba upoštevati tudi subjektivne dejavnike in osebno zgodovino. Ciklične razstave imajo kar dober odziv, glede na politiko Muzeja sodobne umetnosti pa uspešna razstava ni tista, ki je kot v klasičnem zahodnem smislu pogojena z dobičkom, »če bi to želeli, bi razstave uvažali« (Intihar 2015). Stremijo k drugačnim ciljem, katerih namen je premakniti zavest ljudi in njihovo razmišljanje, želijo si vidnega preskoka v intelektualni angažiranosti. Večje razstave, kot sta Retrospektiva in Anale sodobne umetnosti, so že tradicionalno številčno najbolj pokrite, ker pa merijo oboje, število in kakovost, bi si želeli kakovostnejše medijsko pokrivanje. To pa je v veliki meri odvisno tudi od politike samih galerij in muzejev, saj se ti do zadnjega ukvarjajo s težavami financiranja, ko ne vedo natančno, kako bodo razporejena zaprosena sredstva. V primerjavi z zahodom, kjer imajo že vnaprej izdelane programe in vabila za naslednje leto, se pri nas spopadajo s težavami realizacije toliko mesecev vnaprej, veliko je improviziranja. »Ker smo kot nacionalna institucija odvisni od financiranja ministrstva, imam občutek, da neke enotne vizije ni že dlje časa, vizije, kaj si želimo, da bi program temu sledil. Včasih so tako v ospredju neke privatne pobude« (Intihar 2015). Pravi uspeh razstav bi morali iskati v dolgoročnejših posledicah in nasledstvih. »Veliko mi pomeni odziv obiskovalcev na vodstvih, ali jih razstava spodbudi k mišljenju, k morebitnim novim interpretacijam, pa četudi samo pri enem kritiku ali teoretiku« (Jenko 2015). Pomembno je spodbujati strast in poglobljeno zanimanje za umetnost in muzeje. Množični obiski so lahko včasih zgolj znamenje in posledica velikosti, prestižnosti dogodka oziroma prepoznavnosti določenega imena, tako da je o dobičku v slovenskem prostoru, tudi ko gre za nacionalno institucijo (kjer se večina vstopnic podari), nesmiselno govoriti (Jenko 2015).

Če torej posameznik pri nas želi pridobiti status umetnika, mu mora biti ta dodeljen s strani državnega aparata, tj. Ministrstvo za kulturo. Tam si po vpisu v razvid samozaposlenih posameznik umetnik po določenih pogojih, pravicah in dolžnostih lahko uredi status samozaposlenega v kulturi. Za uspešno pridobitev statusa umetnika mora izpolnjevati naslednje pogoje: da samostojno opravlja specializiran poklic in ni uživalec pokojnine, da ima ustrezno strokovno izobrazbo oziroma z dosedanjim delom izkazuje, da je usposobljen za opravljanje te dejavnosti. Presoja se tudi posameznikova usposobljenost za opravljanje dejavnosti na področju kulture, in sicer na podlagi predloženega življenjepisa, bibliografije oziroma seznama del ali umetniških dosežkov, kritik in objav v strokovni literaturi, iz katerih sta razvidna tudi obseg in kakovost njegovega dela v zadnjem triletnem obdobju (Ministrstvo za kulturo).

6 ANALIZA STOPNJE KOMODIFIKACIJE (POBLAGOVLENJE GRAFITA)

Vse doslej napisano želim tudi konkretno vplesti v različne stopnje komodifikacije. Razvoj grafitarja od ulice prek galerij poteka pri vsakem posamezniku različno; eni ulični moment grafitov in street arta uspešno izkoristijo za kasnejši karierni razvoj v druge umetniško pogojene smeri, drugi dosežejo globalni komercialni uspeh in jih lahko označimo za sodobne zvezdniške ikone umetnosti, medtem ko redki med njimi svoje poslanstvo še vedno vidijo zunaj umetnostnega sveta, ostajajo v urbanem prostoru in so alter.

6.1 OD GRAFITA DO KARIERE

Kaj dela ZEK? Niso grafitarji, ker so z grafiti samo začeli. Niso samo street artisti, ker so tudi v galerijah. Niso zgolj ilustratorji, ker pri njih ne gre za čiste ilustracije. Niti niso artisti visoke umetnosti, saj tiskanje majic in prodaja nogavic, plasiranje uličnih plakatov in oblikovanje interjerja ne sodi v visoko umetnost in galerijo. Ne moremo jih opredeliti niti kot grafike, čeprav obvladajo različne grafične tehnike, in ne kot industrijske oblikovalce ... ZEK je kombinacija vsega (Potrč 2010, 55). »Podobe skupine ZEK so v večini spretni odgovori na vprašanje, kako na zabaven način združiti fenomen prostora, časa in namembnosti znotraj vizualnega sporočila« (Stritar v Potrč 2010, 56). ZEK je z izkušnjami, ki si jih je pridobil z delom v grafitarstvu in street artu, prešel v neustrašnega artista v vseh vizualnih medijih, kar pa od njega zahteva vedno večjo širino znanj, idej, kreativnosti in obsežnih, dodelanih konceptov. Artnak pravi, da v tem, kar delajo, ni pretiranega zaslužka in da gre bolj za vlaganje denarja za uresničitev nekih projektov, ki ti dajo notranje zadovoljstvo. S prijavi na razpise in festivale želijo izboljšati prepoznavnost, ne gre sicer za promoviranje sebe kot blagovne znamke, pač pa kot fenomena, ki dela zgolj zato, da ustvarja v lastno zadovoljstvo. Sprva so se lotili street arta in dizajna, ki ga je večina (tako kot Artnak) tudi študirala. Njihove sveže in nekonvencionalne rešitve je kot presežek prepoznala tudi stroka, leta 2009 jim je podelila najvišje strokovno priznanje za oblikovanje, Brumnovo nagrado (Pirc 2012). Sicer pa so začeli z izdelavo majic, nalepk, oblikovali so svojo spletno stran in logotip, zdaj že znani fenomen v obliki zajca uličarja, ki je imel namesto obraza bobnarski paličici. Kasneje so se Zekovci na ulici pojavljali vse manj, tudi zato, ker so se naveličali tega, da je Ljubljana polna njihovih del, vseeno pa so še danes med redkimi artisti, ki so se v ulice odločili intervenirati s komentarji v obliki grafitov, znakov in nalepk. V svojih delih ohranjajo prepoznaven duhovito-minimalističen slog, ki so ga razvijali kot poulični umetniki. Člani ZEK Crewa so bili prvi Slovenci, povabljeni kot razstavljalci na beograjski Design Week, tam so svoje grafike razstavljali leta 2009, le da so se koncepta lotili malo drugače, kot so bili vajeni prej.

Grafike so namreč natisnili na umetno zlepljene liste kičastega tribarvnega retro papirja iz osemdesetih in poskrbeli za pravo senzacijo, kako izvirno in poceni namestiti umetniško delo (Pirc 2012). ZEKovci delujejo in sodelujejo pri številnih komercialnih in družbenopolitičnih projektih, posebej pri prvih so zelo dosledni in se držijo neke svoje resnice. »ZEK ima filozofijo, da ohranja svojo integriteto nedotaknjeno, da ne štanca in da mu ne more nihče diktirati, kaj naj dela in kako, saj bi s tem izgubil kredibilnost. Stvar je zelo preprosta: zaupajte nam, potrudili se bomo, da naredimo presežek,« pravi Miha Artnak (Pirc 2009). V enem izmed večjih komercialnih projektov so se lotili opreme Kolosejeve dvorane v Mariboru, denar od avtorskih projektov se zbira v skupni proračun. Projekte z družbenopolitično noto, ki vplivajo na vsakdanje življenje, praviloma ustvarjajo kot posamezniki; tako so pripravili serijo plakatov o globalnem segrevanju in postali avtorji nagrad za družbeno odgovorno delo s strani Festivala Magdalena. Za grafično opremo interierja računalniškega podjetja 3fs so leta 2009 prejeli priznanje. Večinoma vsi so se ustalili v stalnih zaposlitvah, Artnak kot umetniški direktor v oglaševalski agenciji, ostali kreirajo oglase, so vizualni ustvarjalci, organizatorji, industrijski oblikovalci, glasbeniki in arhitekt.

6.2 BANKSY JE POP! KOMERCIALIZACIJA GRAFITA

Uspešnost umetnika ovrednotimo predvsem z medijsko prepoznavnostjo ter cenami, ki jih na trgu dosegajo prodajane umetnine. Status slavnega umetnika sovpada s tržno in medijsko prepoznavnostjo. V preteklosti je umetnik v prvi vrsti ostal umetnik, sedaj pa status slavnih pomeni to, da primarno ni več umetnik, temveč ujet v svoj lastni status slavne osebe (Lukan 2014). Okolje sodobne umetnosti je postalo izredno tekmovalno, kjer umetnik vse bolj gradi svojo prepoznavnost z uporabo nekonvencionalnih pristopov, posluhuje se umetniških »škandalov«, s katerimi povečuje prepoznavnost, je v svojem ustvarjanju pogosto šokanten, odstopa od pričakovanega in krši osnovne norme družbenega življenja. Vse bolj sovpada z lastnostmi sodobnih pop zvezd popularne kulture.

Banksy naj bi svojo pot začel kot prostoročni grafiti umetnik, del skupine DryBreadZ Bristol Crew, ki je delovala med letoma 1992 in 1994 v Bristolu. Šolal naj bi se za mesarja, vendar tega zaradi skrivne identitete ni mogoče zagotovo trditi. Njegova ulična umetnost je kombinacija grafitov s stencil tehniko (šablone) in z nalepkami, ki mu omogoča hitrejšo ustvarjanje in posledično hitrejši pobeg s prizorišča. Duhovitost, neposredna izpoved na goli zid, šokantnost, predramitev so le nekateri aduti spretnih rok umetnika. Banksyjeve stvaritve sprožajo instantne odzive javnosti, k temu pripomore tudi izbira pomenljivih lokacije s celega sveta (Jaklič 2014). Banksyjevo ustvarjanje v večini poteka na ulici in ravno ulična umetnost

mu predstavlja najbolj iskreno obliko umetnosti, ki bo vedno zmagala nad tisto »pravo«, ki ji mora biti s strani ustanov podeljen status. Danes je Banksy najbolj dobičkonosno ime med grafitarji, pa čeprav sam zagotavlja, da si tega ne želi, da se ne strinja z nobeno prodajo svojih del, saj so vse razstave neavtorizirane, kar se zdi težko verjetno in vodi v ambivalentnost, zlasti ker sta ravno spontanost in neorganiziranost tako zelo »dobro« organizirani in nespontani, da bi bili težko kaj drugega kot ena od oblik promocije blaga, ki, kot je znano, na trgu dosega vse večje vrednosti. Verjeti temu ali ne, njegovih del ne moremo označevati zgolj enostransko, kot še enih komercialnih »smeti«, saj kakovost samega dela priča o nasprotnem (Jaklič 2014). Kakor koli, Banksyjeva slava je ekstremna, to potrjuje močna medijska prepoznavnost. Medijska hiša BBC predano stoji za njegovim delom, o poslikavah na izraelsko-palestinskem zidu pa je News 24 poročal v vseh glavnih novicah in izpostavljaj, kako ta ironični artist razburja z dejstvi o ravnanju s Palestinci, kar je ilustrativna anekdota, kako dobro ga *mainstreamovska* liberalna družba sprejema v Veliki Britaniji. Javnost vnovič šokira z instalacijo napihljive lutke v oranžni opravi, ki imitira zapornika iz Guantanamo, ki jo skrivaj pretihotapi v Disneyjev park in postavi poleg RockyMountain Ride. Dogodek je bil glavna tema številnih ameriških kanalov, ti so potem poročali o (ne)uspešnem varnostnem sistemu v parku Disney World (Braslett 2009).

6.3 MI SMO ALTER, GRAFITI ZUNAJ INSTITUCIJE

Zadnja stopnja se nanaša predvsem na ustvarjanje grafitov tam, kjer so nastali, in naj tam, na ulici, tudi ostanejo. Malo je uličnih ustvarjalcev, ki bi svoje delo izrecno omejevali zgolj v urbani prostor in ustvarjalnega momenta ne bi izkoristili za kakšne druge projekte. V osnovi jim je ulica samozadostna in si ne želijo pojavljanja v galerijskih prostorih. Grafitarji so v splošnem mnenja, da je pozicija *writerja*, torej njegova »prava vrednost« pogojena izključno z njegovim »podzemnim« delom, da so galerijski šovi zgolj njegova nagrada, ne pa razsodniki grafitarjevega slovesa (Lachmann 1988, 246). Kaj je pravzaprav ulična umetnost brez ulice? Jaklič (2014) povzame, da jo izstop iz naravnega okolja namreč degradira v razstavní eksponat, odreže od naslovnika, tj. običajnih ljudi, in jo postavi v izolirano okolje, kjer komunicira z redkimi, s tistimi, ki jim ni namenjena.

Ustvarjanje grafitov v urbanem prostoru od umetnika zahteva veliko discipline. Sprva je potrebnega veliko risanja in vaje, kako grafit pobarvati in obrobiti, da bo še bolj izstopal in imel večji učinek, pravi Artnak, »to se vse nauči, to je kot obrt, vse kar se pa znotraj grafitá dogaja, je pa kreativa in kreativno« (Potrč 2010, 67). Da grafit nastane na dobri lokaciji, je potrebna predhodna organizacija; priprava doma, preučevanje okolice, kdaj tam ni ljudi in kaj

boš risal, torej priprava skice. Grafitar pa mora v svojem delu poleg organiziranosti upoštevati tudi red, da je osredotočen na celotno okolje in se zna hitro odzvati. Za street art Arnatk meni, da si vse šablone in nalepke lahko pripraviš doma in si s prvim obhodom po mestu z njihovim plasiranjem v razmeroma hitrem času zagotoviš prepoznavnost na ulici. Bistvo street arta vidi v dopuščanju možnosti glavne ideje, da nekaj sporočiš, »grafiti so mi dali disciplino, street art pa to razmišljanje izven okvirjev« (Potrč 2010, 67).

Hreščakova (2012) je na železniški postaji pri delu opazovala Vixen: »Silhueti sta skladno in ubrano v popolni tišini izrisali napis. Pri delu v popolni temi sredi noči se nista enkrat samkrat zaleteli med seboj, nista si hodili po nogah, ko sta se premikali levo in desno ob vagonu, nista si pomotoma sprejali po prstih. Usklajeno sta izrisali grafit. Brez ene same izrečene besede sta se strinjali, da je končan, pobrali spreje s tal in odšli z železniških tirov« (Hreščak 2012).

Vixen zagotavlja, da se kljub nevarnostim, ki jim je pri grafitiranju izpostavljena, neizmerno zabava. Drage spreje, zimski mraz in napetost vsakič znova vzame v zakup. Priznava, da večina grafitarjev najraje ustvarja pozimi, saj je poleti na ulicah preveč ljudi, ki jih ovirajo. Ko se sprehajajo naprej po ljubljanskih ulicah, mimogrede na bližnji zid narišeta manjši napis *Egopony*. Vsaka grafitarska skupina ustvarja svoja gesla, tudi vsak grafitar ima svoje prepoznavne znake. »Slovenija je tako majhna, da se med seboj vsi poznamo,« pravi Vixen. »Tudi zato med nami velja nenapisano pravilo, da nikdar ne rišemo prek drugega grafita. Razen od turistov. Teh je v Ljubljani vedno več,« dodaja (Hreščak 2012).

Vixen je z grafitiranjem začela pred leti, takrat je bila ena prvih deklet med grafitarji, saj je danes grafitarstvo še vedno večinoma moška domena. »Najprej me kolegi niso hoteli vzeti s seboj, potem pa so se navadili. Pa kaj potem, če sem punca. Če pride policija, itak vsak leti v svojo smer, to, da sem punca, takrat ne igra nobene vloge,« še pove Vixen. O uničevanju javnega inventarja z grafiti ima Vixen mešane občutke, »tako in tako smo na vse možne načine nadzorovani v tej družbi, da ne govorim o bombardiranju z oglasi. Vsiljujejo nam jih povsod, na stenah, na tleh, na tablah, tudi na vlakih. Na neki način sem mogoče malo uporniška do tega. Oblasti motijo moji grafiti, a oglas za Simobil ali Mercator jih pa ne moti« razmišlja Vixen (Hreščak 2012)?

7 SKLEP

Koga lahko okličemo za umetnika? Jenko (2015) je mnenja, da je za umetnika morebiten vstop v galerijski ali muzejski prostor pomemben na več ravneh, nikakor pa to ni jamstvo niti

nikoli ni bilo, da gre za miselno napredno ali radikalno umetnostno prakso. »Da kriterijev, ki določajo in pripisujejo status umetnika, v resnici ni, saj gre za stvar posamične analize in natančne argumentacije, kjer je umetnost spreminjajoče se razmerje med umetnikom, občinstvom (v katerem so tudi kustosi, teoretiki) in samim delom.« Pove še, da tudi pozitivne posledice vstopa v muzejsko-galerijski prostor niso zagotovljene ali samodejno izborjene. Sloves in kariera sta lahko velika, a kakovost dela je lahko vseeno izjemno slaba – neke splošnoveljavne zgodbe ni.

Umetnik je proizvajalec svetovnega trgovanja z umetnostjo, ki preživlja celotno verigo, od galeristov, kustosov, dražbenih hiš do najrazličnejših izvedencev. V zameno za umetnikov obstal ta potrebuje priznanje vse te verige, katere del je (Granet in Lamour 2010, 55). Ne glede na nadarjenost in talent umetnika ta brez konstelacije podpornikov, trgovcev, zbiralcev in drugih akterjev umetnostnega sveta vanj ne bo prodril. Kdo odkrije ustvarjalca in kdo ga predstavi drugim? Bernard Zürcher je mnenja, da je intimno prepričanje o prisotnosti talenta tisto, ki galerista vodi pri njegovih odločitvah. Vsak trgovec se nagiba k določenemu tipu umetnin in počutil se bo namagnetnega, če bo ugotovil, da umetnik, ki ga je odkril, prinaša nekaj novega v zgodovino umetnosti. Od tod naprej, se pravi, iz nič, bo galerist poskušal vzpostaviti trg. Primarni cilj je umetnika spraviti na površje, tja, kjer ga bodo priznale institucije. Šele potem, pravi, pridejo investitorji, ki si pogosto iz čisto špekulativnih razlogov poskušajo z vsemi sredstvi prilastiti umetnika, čeprav jim je za končno usodo stvaritev malo mar. »Danes je dovolj odkriteljev med galerijami, muzeji, vse bolj številnimi zasebnimi zbiralci, organizatorji velikih mednarodnih razstav, mediji, ki pomagajo prepoznati dobrega umetnika. Vsi ti različni akterji krožijo po vsem svetu in so stalno na preži za novimi talenti. Zanimivi umetniki imajo torej vse možnosti, da bodo odkriti,« še doda Philippe Ségalot (Granet in Lamour 2010, 62).

Člane skupine Zek Crew, upoštevajoč njihovo akademsko izobrazbo, dosedanje delo na ulici kot tudi v institucijah umetnosti, družbeno angažiranost in estetsko dovršenost, lahko brez dvoma okličemo za umetnike. Kaj jih dela umetnike? Številni komercialni in družbeni projekti, delovanje na ulici, gostovanje na številnih galerijskih razstavah, medijska prepoznavnosti in strokovna priznanja za umetniške dosežke ... Priznanja s strani državnega aparata torej niso potrebovali. Sami se sicer nikoli niso želeli definirati za določen tip umetnikov, saj bi hitro lahko zapadli v nek kalup in bi bila čez čas vsa dela narejena na isti način (Pirc 2012). Poslužujejo se vsega, kar jim predstavlja nove izzive in ustvarjanje novih konceptov. Tudi Banksyjeva dela ustrezajo uličnim zakonitostim; nosijo močna družbeno-

politična sporočila, komunicirajo z javnostjo in so estetsko dovršena. S prisvajanjem uličnega in galerijskega prostora si je status umetnika izbral, umetniški posredniki pa so v tem videli dobro priložnost za zaslužek. Banksy je bil pogosto tarča kritik, da je svoje delo podvrgel močni komercializaciji in »se prodal«. Sam bi težko definiral, kaj pomeni »se prodati«. »Danes lahko zaslužiš več, če narediš serijo plakatov proti McDonald'su, kot če bi za to podjetje oblikoval plakate. Govorim si, da uporabljam svojo umetnost, da izražam nestrinjanje, a morda pravzaprav uporabljam nestrinjanje za promocijo svoje umetnosti. Zato pravim, da se nisem prodal. A to pravim iz večje hiše, kot je tista, v kateri sem živel včasih,« se ob svoj komercialni uspeh sarkastično obregne Banksy (Joker224 2012). Z idejo uličnega umetnika sovpada Vixen, kar dokazuje njeno ulično ustvarjanje in upoštevanje prvin ulične umetnosti. Njen namen je jasen, komunicira z javnostjo, z ljudmi in tako umetnost ostaja »zunaj« obstoječega sistema vrednotenja in trženja umetnosti v institucijah.

8 LITERATURA

1. Abram, Sandi. 2008a. Komodifikacija ter komercializacija grafitov in street arta v treh korakih: od ulic prek galerij do korporacij. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 36 (231–232): 34–49.
2. --- 2008b. Transkripcija čajanke za sodobno umetnost o street artu v Galeriji, AKC Metelkova mesto. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 36 (231–232): 93–113.
3. Blatnik, Aleš in Sonja Gortnar. 2008. Banksy, grafitar. *Dnevnik*, 5. julij. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/331219/vec-vsebin/331219> (12. maj 2015).
4. Brassett, James. 2009. British Irony, Global Justice: A Pragmatic Reading of Chris Brown, Banksy and Ricky Gervais 31 (1): 219–245.
5. Bulc, Gregor. 2008. Tag kot umetnina: grafiti in režim vrednotenja. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 36 (231–232): 73–92.
6. --- 2011. Taki in drugačni heroji: Nastanek sodobnega grafitiranja. *Gea, Svet doma*. 21: 64–67.
7. Bulc, Gregor in Sandi Abram. 2008. Okvir. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 36 (231–232): 11–19.
8. Crowder, Nicole. 2015. *Subculture in the Subway: The Existential Life of Graffiti Artists*. Dostopno prek: http://www.washingtonpost.com/news/in-sight/wp/2015/01/22/subculture-in-the-subway-the-existential-life-of-graffiti-artists/?tid=sm_fb (5. februar 2015).
9. Debeljak, Aleš. 1999. *Na ruševinah umetnosti: institucija umetnosti in njene zgodovinske oblike*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
10. Granet, Danièle in Catherine Lamour. 2010. *Velike in male skrivnosti sveta umetnosti*. Ljubljana: Modrijan.
11. Groys, Boris. 2002. *Teorija sodobne umetnosti*. Izbrani eseji. Ljubljana: Beletrina.
12. Hreščak, Anja. 2012. Grafiti in grafitarji: A oglas jih pa ne moti? *Dnevnik*, 21. januar. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042503795/magazin/reportaza/1042503795> (20. april 2015).
13. Intihar Ferjan, Jana. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 13. april.
14. Jaklič, Andrej. 2014. Banksy. Uličar v galeriji. *Polet*, 26. junij. Dostopno prek: <http://www.polet.si/sund/banksy-ulicar-v-galeriji> (10. marec 2015).
15. Jenko, Marko. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 15. april.

16. Joker 224. 2012. *Umetnost iz stranskih ulic*. Dostopno prek: <http://www.joker.si/article.php?rubrika=1&articleid=9572&page=3> (7. februar 2015).
17. Kastelic, Maja. 2010. *Pravi umetnik. Umetniški status v zahodni kulturni tradiciji*. Ljubljana: Raziskovalni inštitut Akademije za likovno umetnost in oblikovanje.
18. Klun, Alenka. 2013. *The Miha Artnak, umetnik, ki bo spremenil svet: Mi nismo v vesolju. Mi smo vesolje*. Dostopno prek: <http://www.rtvsllo.si/kultura/drugo/the-miha-artnak-umetnik-ki-bo-spremenil-svet-mi-nismo-v-vesolju-mi-smo-vesolje/305962> (14. april 2015).
19. Krnc, Grafenauer Petja. 2008. Ko galerija gosti grafit: Nekaj kritičnih misli o katalogu in razstavi Grafitarji v MGLC. *Časopis za kritiko znanosti* 36 (231–232): 351–357.
20. Kunst, Bojana. 2012. *Umetnik na delu. Bližina umetnosti in kapitalizem*. Ljubljana: Maska.
21. Lachmann, Richard. 1988. Graffiti as Career and Ideology. *American Journal of Sociology* 94 (2): 229–250.
22. Lukan, Ema. 2014. *Sodobni umetnik kot blagovna znamka*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
23. Lutz, Jennifer. 2001. Taking up Space: An Interview with Bio of Tats Crew. *Dance Research Journal* 33 (2): 102–111.
24. Macdonald, Nancy. 2008. Konstruktivna destrukcija. Grafiti kot orodje za konstruiranje moškosti. *Časopis za kritiko znanosti* 36 (231–232): 127–157.
25. Ministrstvo za kulturo. 2015. *Vpis v razvid samozaposlenih*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/si/storitve/postopki/statusi_in_pravice/vpis_v_razvid_samozaposlenih/ (3. junij 2015).
26. O'Doherty, Brian. 1999. *Inside the White Cube. The Ideology of the Gallery Space*. Berkley, Los Angeles. University of California Press.
27. Pirc, Vanja. 2009. Duhoviti konceptualisti. *Mladina* 22. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/47304/duhoviti-konceptualisti/> (14. maj 2015).
28. --- 2012. The Miha Artnak, čLOVEK. *Mladina* 13. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/110761/the-miha-artnak-clovek/> (14. maj 2015).
29. Pojmovnik slovenske umetnosti 1945–2005. *Grafiti*. Dostopno prek: <http://www.pojmovnik.si/koncept/grafiti/> (10. februar 2015).
30. Potrč, Polona. 2010. *Grafiti in potem. Primer kreativnih uličnih artistov ZEK Crew*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.

31. Sheikh, Simon. 2009. *White Cube Revisited*. *E-flux journal*. Dostopno prek: <http://www.e-flux.com/journal/positively-white-cube-revisited/> (21. marec 2015).
32. Strehovec, Janez. 2002. Rojstvo moderne umetnosti iz duha muzejev (ob Groysovih esejih o sedANJI umetnosti, medijih in kulturni ekonomiji novega). V *Teorija sodobne umetnosti* Izbrani eseji, Boris Groys, 234–258. Ljubljana: Beletrina.
33. Stepančič, Lilijana in Božidar Zrinski. 2004. *Grafitarji*. Ljubljana: Mednarodni grafični likovni center.
34. Velikonja, Mitja. 2008a. Politika z zidov: Zagate z ideologijo v grafitih in street artu *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 36 (231–232): 25–32.
35. --- 2008b. V galeriji sva se počutila veliko bolj svobodno kot na ulici-Intervju z Alenom Ožboltom. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 36 (231–232): 50–54.
36. Zabel, Igor. 2006. *Eseji o moderni in sodobni umetnosti*. Ljubljana: Založba.
37. Žerovc, Beti. 2010. *Umetnost kuratorjev. Vloga kuratorjev v sodobni umetnosti*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
38. Youtube. 2015. *Piece by piece: San Francisco Graffiti documentary*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=7Ub8uRFzUCQ> (10. april).
39. Warburton, Nigel. 2012. *Vprašanje umetnosti*. Ljubljana: Sophia.
40. Wikipedia. 2015. *Banksy*. Dostopno prek: <http://en.wikipedia.org/wiki/Banksy> (8. maj 2015).