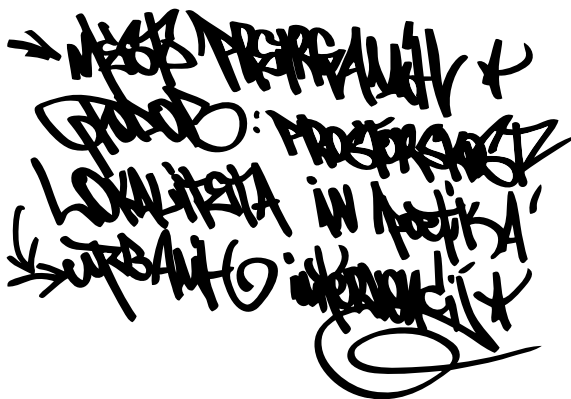




Mesto pretrganih podob:
prostorskost, lokaliteta in
poetika urbanih intervencij

*»Without the cracks in the sidewalks and walls
the city cannot breathe«¹*

*»Nekako sem se morala posloviti in te hkrati prositi, da nadaljuješ.
Nekaj sem ti morala zapustiti, preden se urnem v svoje zavetje, kjer
ni več nobenega zrcala, samo luknja, kjer se bom do konca skrivala v
popolni temi, se spominjala veliko stvari in si včasih, kot sem si pred-
stavljala tvoje življenje, predstavljala, da delaš nove risbe, da ponoči
hodiš ven in delaš nove risbe.«²*

Na nedefiniranem kraju, v represivnem političnem sistemu, se je ponoči znašel na cesti moški s kredami v rokah. In začel je risati po stenah. Njegova igra se mu je zdela zabavna. Začela se je iz dolgočasnosti, »ni bila resničen protest zoper razmere v mestu, policijsko uro, svarilno prepoved lepljenja plakatov ali pisanja po zidovih,« piše Julio Cortazár. Čez čas se je moški zapletel

¹ Inskripcija na ulicah Bremna, objavljena na spletni strani woostercollective.com.

² Julio Cortazár, *Grafiti* (zb. *Zasledovalec*), 1988.

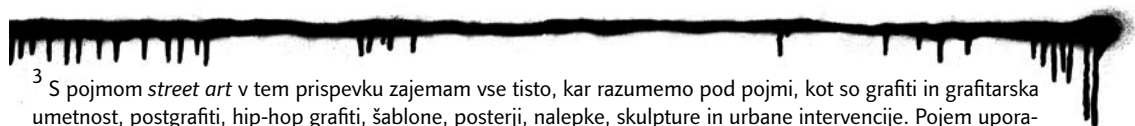
v dialog z nekom drugim. Zamišljal si je, da je ta drugi ženska, in ko so se njene risbe znašle ob njegovih, je nenadoma tudi njegov izraz dobil pomen. »Ko si zraven moje risbe odkril drugo,« si jo pripisal »naključju ali muhavosti, in šele naslednjič si ugotovil, da je tam namenoma, takrat si si jo v miru ogledal, pozneje si se celo vrnil, da bi si jo spet ogledal ...«. Grafit v dialogu postane skrivnosten, zapeljiv, je kot izmenjava ljubezenskih pisem med dvema, ki se nikoli ne srečata.

Razvoj *street arta*³ in sprememba v njegovi estetiki v zadnjem času sta reformulirali položaj, ki ga ima *street art* v umetniško-komunikacijski produkciji, obenem pa sta spremenili tudi njegovo sporočilnost. Ta prispevek zagovarja prepričanje, da *street art* ne moremo razumeti več preprosto kot oblike uporniškega družbenega gibanja ali gverilske intervencijske umetnosti. Nasprotno. *Street art* je aktiven del izmenjave podob in idej, ki pripomorejo k (re)strukturiranju krajev in k reformuliranju odnosov z družbenim prostorom. Podobe imajo aktivno vlogo tudi zunaj svojega »teritorija«, onkraj vogalov praznih ulic. Šablone so še posebno uspešen medij v povezovanju globalne civilne družbe z uličnim redom. Ta umetnost ima specifično dvojno držo – pogosto posvoji ideje popularne kulture in (množične) reprodukcije, obenem pa ji še vedno uspeva obdržati samosvojo antipotrošniško držo.

Članek raziskuje načine, kako, in vzvode, s katerimi se *javna umetnost* povezuje z idejami globalne izmenjave, produkcijske fetišizacije in kozmopolitskih projektov. Kot pravi Walter D. Mignolo, »utišani in marginalizirani glasovi danes sami sebe vključujejo v komunikacijo s kozmopolitskimi projekti in ne čakajo na to, da jih bo v to vključil kdo drug«. ⁴ V tematskem okviru tega prispevka bi lahko rekli, da sodobna sporočilna umetnost vstopa v komunikacijske procese z javnim prostorom in oživlja pojem jasne teritorialnosti ter zahteva prostor v imenu javnosti. Producirana in reproducirana je na globalni ravni, obenem pa se tesno povezuje z lokalnimi konteksti. Inskripcija nosi v sebi veliko pomenov, na katere kaže prav skozi komunikacijo z lokaliteto,⁵ v kateri biva.

Kazalno polje

V okviru tega prispevka najprej zastavimo vprašanje o tem, kako, na kakšne načine – ne kaj – sporočajo grafiti. Kako sploh grafito beremo? Nujno je, da se ustavimo predvsem pri kontekstualnosti. Šele kontekst *kot tak* namreč zagotavlja pomenskost grafita. Do konteksta pa lahko, nasprotno, pridemo šele skozi podobo. Grafit in druge produkcije, ki nastajajo pod skupnim imenom *street art*, v tem prispevku razumem kot sporočilo, ki presega meje svoje vizualnosti, ki pa obenem sporoča skozi kraj, ki ga naseljuje. Grafit je torej treba brati skozi kontekst, tudi skozi kontekst v materialnem pogledu.



³ S pojmom *street art* v tem prispevku zajemam vse tisto, kar razumemo pod pojmi, kot so grafiti in grafitarska umetnost, postgraffiti, hip-hop grafiti, šablone, posterji, nalepke, skulpture in urbane intervencije. Pojem uporabljam v angleščini, ker menim, da slovenski pojem ulična ali poulična umetnost v celoti pomensko ne zajemata polja, ki ga želim opisati.

⁴ Walter D. Mignolo in Manray Hsu 2005: 79.

⁵ Lokaliteto razumem v smislu kraja, ki je sicer do določene mere fizično zamejen, vendar vselej kaže tudi na širši prostor in na nekaj neprisotnega.

Grafit je zapis, je inskripcija, praska, je materialno udejanjeno sporočilo, ki ga, ko ga vidimo, že tudi beremo. Kot pravi Ella Chmielewska, zamejevanje grafitov kot inskripcij naznanja dvojice: materialno zapisovalno podlago in jezik (2007: 149). Vizualni znak je obenem že tudi tekstovni znak, ta tekstovni znak pa (v smislu Derridajeve gramatologije) že vsebuje tisto, čemur metafizika pripisuje neposredno bližino s samim *logosom* – to je glas.⁶ Označevalec (po Saussurju slušna podoba) je tako v metafiziki v neločljivem razmerju do *logosa*, ki pa ima nastavke za to, da ga je po Derridajevem mnenju (skozi branje Nietzscheja) mogoče osvoboditi izvedenosti v razmerju do *logosa* in v razmerju do z njim povezanega pojma resnice ali prvega označenca. Kot pravi Derrida, logika etnocentrizma preferira fonetično pisavo, ki pa nikoli ne obstaja v čisti obliki. Fonologistična ali logocentristična logika postaneta problematični, vendar pa je »omejevanje nujno, če želimo spoznati temelj razlike /.../. Ta temelj pa nas prisili ne le, da privilegiramo eno substanco – tukaj fonično, tako imenovano časovno substanco – medtem ko izločimo drugo – na primer grafično, t. i. prostorsko substanco, ampak tudi, da premislimo o vsakem ponovnem procesu pripisovanja pomena kot o formalni igri razlik« (Derrida 1981: 26).

Derridajevo teorijo jezika kot gramatologijo lahko uporabimo za branje grafitov predvsem v smislu pomena znaka, ki je, če sledimo semiotični razlagi, kazalnik nečesa drugega, določnejšega in v sebi združuje tako grafično, prostorsko, kot tudi fonično, časovno komponento. Teh dveh sestavin ni mogoče ločiti. Kot pravi Chmielewska, bi lahko grafito po uveljavljeni lingvistični terminologiji imenovali »vizualne *parole*«, njihovo povezovanje z gestami in z ritmom, z zvokom in s performativnostjo pa *langue* širših kulturnih praks« (2007: 149).

Navadno govorimo o *pisanju* (in ne o *govorjenju*) grafitov v smislu uporabe jezika, kjer poleg besed uporabljamo grafične zapise, zaznamke, inskripcije. Povezujemo jih s pomenom, ki izvira sicer tudi iz njih samih, a obenem tudi iz okolice, iz določene lokalitete, kraja, v katerega so postavljeni. Tako kot so zapisani, se povezujejo tudi z zvokom, z govorno besedo, s fonetiko *nečesa drugega*, a tudi z zvočnostjo tega določenega kraja. Teorija, ki ločuje verbalno in vizualno, je pri branju, proučevanju in razumevanju grafitov in *street arta* pravzaprav neuporabna ali, bolje, neproduktivna.⁷ Branje vizualno-besedilnega teksta kot podobe je pogosto omejeno na površinsko razumevanje vizualnega gradiva in celo tisti, ki govorijo o pomenu grafitov danes, ko se sam prostor aktivnosti spreminja, se večkrat ujamejo v zanko tekstualne nedoločenosti in vizualno-opazovalne plehkosti.

Medtem ko avtorji urbane ikonografije velikokrat odpovedo prav pri *globini* prebranega, se teorija jezika kot semiologija ali pa Derridajeva gramatologija sicer ukvarjata s tem, kako se tekstualni ali grafični znak *znajdeta* v kontekstu. Kljub temu pa za branje grafitov tudi v teoriji jezika

⁶ »Formalno bistvo označenca je prisotnost«, piše Derrida, »privilegij njegove bližine z *logosom* kot *phoné* pa je privilegij prisotnosti« (Derrida 1998: 30). Sicer Derrida v smislu dekonstrukcije ne želi govoriti o prednosti označevalca pred označencem. »Primat ali prednost označevalca bi bil nevzdržen ali absurden izraz, ki se nelogično formulira ravno v tisti logiki, ki jo hoče, nedvomno legitimno, razrušiti. Označevalec ne bo nikoli utemeljeno pred označencem, saj brez njega ne bi bil več označevalec, označevalec »označevalec« pa ne bi imel več nobenega mogočega označenca« (Derrida 1998: 31).

⁷ Chmielewska ugotavlja, da je »tekstu celo v analizi vizualnega objekta pripisan višji epistemološki status kot podobi; tekst je lahko tako objekt kot sredstvo raziskovanja. Podoba na drugi strani je bolj v funkciji opore, rutinsko je postavljena v vlogo ilustracije: je pomožni element, primer, v najboljšem primeru je retorična opora, ki poudarja argument, ornament, ki naredi tekstualno bistvo bolj živahno« (Chmielewska 2007: 150).

navadno zmanjka prostora za pravo kontekstualiziranje grafičnosti, ki pri grafitih najde pravi izraz šele takrat, ko se poveže s prostorom in z njegovim smislom – ko je, torej, lokalizirano.⁸ Tukaj menim, da je bolj kot Saussurjeva, Levi-Straussova, Rousseaujeva ali Derridajeva teorija jezika pri prostorskem kontekstualiziranju znaka, kot je grafit, uporabno delo o teoriji jezika Karla Bühlerja, še posebno njegovo pojmovanje t. i. kazalnega polja.⁹ Bühlerjevo delo *Teorija jezika: reprezentacijska funkcija jezika* iz leta 1934, ki je eden izmed neupravičeno prezrtih temeljev semiotike v teoriji jezika (vsaj v angleško pišočin kulturnih študijah) in na katero me je opozoril prispevek Chmielewske, ponuja razlago semantičnega polja



komunikacije in analizira arbitrarnost znaka, ki postane *viden* na določeni lokaciji, s tem pa pridobi tudi več pomenov. Bühlerjeva teorija kazalnega polja tako daje večji pomen prostorskosti in se opira na sistem, ki ga imenuje »tukaj-zdaj-jaz sistem«, pri čemer so besede *tukaj*, *zdaj* in *jaz* kazalne besede. Kot pravi Bühler, so kazalne besede, ki se »fonološko razlikujejo druga od druge prav tako, kot se razlikujejo preostale besede ena od druge« (1934; 1990: 106), primerne za *vođenje* partnerjev. »Partnerja pokličejo in njegov pogled ali bolj posplošeno, njegova iščoča perceptivna aktivnost, njegova pripravljenost na senzorično recepcijo se s kazalnimi besedami nanaša na vodila, na gestikulacijska vodila in njihove ekvivalente, ki izboljšajo in nadgrajujejo njegovo orientacijo med situacijskimi detajli« (ibid.). *Tukaj*, *zdaj* in *jaz* so v nekem absolutnem smislu za Bühlerja lokalni zaznamki, časovni zaznamki in individualni zaznamki.¹⁰

Če se na tej točki vrnemo h grafitom, ne gre torej le za to, da tisti, ki grafito piše, s svojim zaznamkom sporoča »jaz tukaj in zdaj« kar tako, sam sebi, ampak obenem sporoča enako tudi svojemu naslovniku, od katerega pričakuje neko reakcijo. Obe besedi, *jaz* in *tukaj* (ki sta za naš primer v razlagi prostorske komunikacije tudi pomembnejši) po Bühlerjevem mnenju sicer v fonološkem pogledu *zahtevata* reakcijo, ali pa reakcijo naslovnika vsaj pričakujeta (1990: 110, poudarila MM). S psihološkega vidika Bühlerja zanima, kako je mogoče nekoga voditi ali kako je mogoče biti voden z napotilom na nekaj neprisotnega. Skozi vizualni znak na primer ni mogoče slišati vokalnega značaja neprisotnega govornika, ki reče »jaz«. Kot opozarja Bühler, se je treba s tem v mislih vrniti na točko, na kateri je proučevalec mislil, da že vse razume – vrniti se mora na napotitev na nekaj prisotnega. Govorec in poslušalec vizualnega opisa nečesa odsotnega¹¹ v sebi nosita enake sposobnosti in vire, kot jih ima igralec, ki mu na odru te sposobnosti in

⁸ Lokaliziranje v okviru tega prispevka ne pomeni dejanskega prostorskega zamejevanja, temveč povezovanje pomena vizualnega v prostoru z lokalnimi konteksti.

⁹ *Zeigfeld* ali *deictic field* v angleškem prevodu.

¹⁰ Glej Bühler 1990: 108.

¹¹ Bühler se tukaj sicer opira na razlago situacije, ko govorec poslušalcu s prostorskim opisom poskuša razložiti, kje nekaj je. Pri tem opis ni omejen na fonološko reprezentacijo, ampak je lahko tudi vizualen.

ti viri »dovoljujejo narediti nekaj odsotnega prisotno in ki dovoljujejo občinstvu interpretacijo nečesa, kar je predstavljeno na odru, kot *mimesis* nečesa odsotnega« (ibid.). Grafit lahko tako beremo tudi kot nekakšen kaŝipot, kot znak, ki s tem, ko kaŝe nase, vselej kaŝe tudi na nekaj odsotnega – kaŝe na nekaj konkretnega na razdaljo.

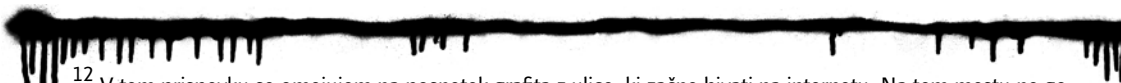
W. J. Mitchell, ki odkriva kontekste za jezikovno sporočilnost (ali ekspresivnost), v svojem nedavnem kolaŝu esejev z naslovom *Placing words: Symbols, Space and the City*, zapisuje, da je očitno, da je »prostor za tekst na fizičnih objektih omejen« (Mitchell 2005: 11). Na majico, na pločevinko ali na tablico za razlago razstavnega eksponata v muzeju lahko zapišeš samo določen obseg. »Vendar pa lahko,« kot pravi Mitchell, »ta neposredno zapisani tekst kaŝe na potencialno neomejen obseg teksta na drugih lokacijah« (ibid.).

Kontekstualiziranje grafitov znotraj lokalitete tako ne pomeni, da obstaja zamejen simbolični prostor, ki nam omogoča enostransko branje pomenov, ampak je sama lokalnost tista, ki pomensko razširi prostor. Kaj pa pomeni »jaz« in kaj pomenita »tukaj« in »zdaj«, ko začetna bivati v globalnem prostoru? In kakšen je odnos med »jaz« in »ti«, ki oblikuje smisel in pomen ulične inskripcije, ko se *oddajnik* in *prejemnik* najdeta v virtualnem prostoru?

Inskripcija in globalni tok

Vprašanje, ki nastane z vstopom inskripcije, znaka, grafita na internet,¹² je povezano najprej s samo materialnostjo grafita. Pa tudi z materialnostjo njegove podlage. Grafit se lahko prilagaja in če je digitalizacija urbanega prostora (in prostora nasploh) danes nepogrešljiva, je skoraj samoumevno, da se tudi grafit digitalizira.¹³ Kot tak pa grafit na internetu problematizira Bühlerjevo teorijo jezika in njegovo kazalno polje, za katero se je zdelo, da se tako lepo ujema s sporočilnostjo grafita na fizični ulici. Zdi se namreč, da se s prenosom grafita na internet spremeni njegova navezava na prostor, kar posledično pripelje do tega, da nismo več prepričani, čemu je pravzaprav ulično-virtualni grafit sploh namenjen.

Kot pravi Mitchell, digitalne mreŝe danes pletejo široko ozadje našemu vsakdanjemu življenju in temu se ne da izogniti. Digitalne mreŝe so povezane z našimi mislimi in dejanji. Fizične prostore, v katerih bivamo, posledično v vse večji meri naseljujejo izgovorjene besede, glasbeni in tekstualni fragmenti in podobe, ki so bili, kot pravi Mitchell, »prostorsko premešчени iz svojih izvornih točk, časovno premešчени ali /.../ oboje – prostorsko in časovno premešчени«¹⁴ (2005: 16). Po njegovem mnenju fizični prostori in informacijski spletni prostori ne naseljujejo več ločenih območij.



¹² V tem prispevku se omejujem na posnetek grafita z ulice, ki začne bivati na internetu. Na tem mestu ne govorim o *spletnih grafitih*, ki že v prvi fazi nastajajo na internetu, ker me zanima prav premik inskripcije s fizične ulice na spletno stezo. *Spletni grafiti* bi potrebovali svojo lastno razpravo.

¹³ T. i. hip-hop grafit, produkt globalizacije, je že v materialno udejanjenem smislu (na ulici) privzel attribute, ki so značilni za to, kar bi lahko pripisali tudi ulično-virtualnemu grafitu. Enostransko je povzel estetiko, ki je vnaprej določena, čeprav je res, da je do določene mere lahko tudi ta izpostavljena spremenljivosti.

¹⁴ Mitchell kot prostorsko in časovno premeščene delce razume predvsem tiste, ki jih dobimo s strežnikov (recimo elektronsko pošto in spletne strani).

Tako lahko beremo tudi grafit, ali morda še v večji meri postgrafit in vse tisto, kar razumemo pod pojmom *street art*, – kot inskripcijo, ki že nastaja z mislijo na prostor, ki ga hkrati z lokaliteto, v kateri biva, čaka v nekem določenem (ne zamišljenem) virtualnem svetu. Pa vendar, če mislimo na lokalnost prostora in na lokalni kontekst, je težava še vedno tukaj. Lahko bi rekli, da se s prostorskim premikom, pa čeprav je lahko ta fizičnemu prostoru notranji, spreminja sporočilnost grafita. Menim pa, da bi bilo kontraproduktivno govoriti o tem, kateri prostor je temelj in kateri je le njegov stranski produkt, ki spreminja izvorno sporočilo. Proces nastajanja grafitov je, kot sem naznačila zgoraj, lahko tudi proces komunikacije z več prostori hkrati.

Morda lahko zagato lažje rešimo, če se takrat, »ko se nam je zdelo, da nam je vse že jasno«, vrnemo na začetek in spet razmislimo o kraju, ki ga naseljuje grafit. Če se spustimo na raven lokalitete kot teritorialnosti, vidimo, da inskripcija na betonskem zidu, na asfaltiranem pločniku, na kovinskem drogu itn., najprej *razvije* odnos do betona, asfalta, kovine (še le v drugem koraku do zidu kot takšnega ali pločnika ali droga). Gre torej najprej za vez s čisto materialnostjo, še le v drugem koraku z lokaliteto in potem s prostorskostjo. Tako lahko rečemo, da grafit najprej komunicira s fizičnostjo, s podlago in še le potem s krajem, ki ga naseljuje. Na tej točki se ponovno lahko vrnemo tudi h Karlu Bühlerju in njegovemu kazalnemu polju. Kazalnost vsakega znaka pomeni vidnost, umestitev, določenost artikulacije v materialnem svetu. »Jezikovne reprezentacije« ne moremo ločiti od »slikovne reprezentacije«; vselej gre za povezavo teh dveh reprezentacij znotraj semantičnega polja. »Jaz tukaj« v primeru grafitov torej ni le »jaz«, tudi ne pomeni »jaz na nekem določenem kraju«, ampak govori o tem, da na nekem določenem kraju ostaja fizičnost, prisotnost, ki vselej že nakazuje na neko drugo pomenskost, ki je od te odsotna. Grafit torej najprej komunicira z materialnostjo, ki jo v tem primeru pojmujem kot fizičnost, ki je po sledih Bühlerja »jaz tukaj« in je tako lokalna kot globalna. V drugem koraku pa ta *zmes* grafita in materialnosti vstopi v odnos s prostorskostjo. Sama prostorskost torej ne spreminja sporočilnosti, ko pride do premika grafita na internet, spreminja se bolj odnos do fizičnosti, do *podlage*, ki jo inskripcija naseljuje. Podlaga se na internetu ne spremeni popolnoma, temveč se bolj podvoji, na eno plast (ki je fizična) se prilepi še druga (ki je virtualna).

Mreženje skozi prostor razdora

Street art obuja razprave o prostorih, krajih in pokrajinah, še posebno zato, ker zanika pojem zasebnega urbanega prostora. *Street art* nekako zahteva teritorij, vendar v sebi lastnem smislu, z željo dekomponirati pojem teritorialnosti. Prostor oblikuje po svoje in vselej, ko vzpostavlja komunikacijo s fizičnostjo in s krajem, v katerega je umeščen, vzpostavlja že tudi komunikacijo z mrežo posameznikov, ki sodelujejo v tem procesu. (Post)grfit kot oblika angažirane umetnosti, ki je vedno v ambivalentnem odnosu tako z umetnostjo kot z urbanim aktivizmom in ki »jo navdihuje želja po dotiku javne zavesti« (Papastergiadis, 2007: 101–146),¹⁵ je primer refleksije kozmopolitizma sodobne metropole, ki ni niti jasen niti harmoničen, ampak je bližje neuravnovešenemu »vsakdanjemu kozmopolitizmu«. Pri tem se *street art* ujema s kontekstom novejšega pojmovanja kozmopolitstva,

¹⁵ Nikos Papastergiadis se v prispevku sicer ukvarja s sodobno umetnostjo, s performativnostjo in še posebej z delovanjem kolektiva *Stalker*.

ki ga ponuja recimo Nikos Papastergiadis in pri katerem ne gre niti za pristop z vrha navzdol (kar je značilnost razsvetljenskega razumevanja tega pojma) niti od spodaj navzgor (kot mu recimo s svojim pojmom »vernacular cosmopolitanism« sledi Paul Gilroy), ampak iz sredine družbene zavesti.¹⁶ Tak kozmopolitizem se ne obnavlja skozi velike globalizacijske spremembe, ampak »se pojavlja na subtilne načine skozi kratke trenutke prehodov« (Papastergiadis, 2007: 144).

Pravzaprav je *street art* v svojem iskanju krajev, ki jih ljudje ne opazijo ali, bolje, se zanje ne zmenijo, zelo blizu namenu, pa tudi metodi intervencionistov v sodobni umetnosti. Fizičen prostor odkrije, ga razgali in ga oboroži ne samo z novo pomenskostjo, temveč je sposoben tudi zamajati ritem tega prostora. Ritem tukaj razumem kot gibanje in kot repetitivnost, ki je, kot pove Henri Lefebvre v svoji analizi ritma, ključna za razumevanje tega koncepta.¹⁷ Dejanje grafitarstva s tem, ko dodaja nove plasti, ko prekriva, ruši, spreminja prostor in ko tudi premika ali zamika časovno komponento, delno ruši prav ritem, repetitivnost, na kateri mesto temelji. Grafitar uvaja drug ali drugačen ritem, morda blizu temu, čemur Lefebvre pravi »ritem drugega« (Lefebvre in Régulier, 2004: 99), ki v prostor vnaša protislovje in ki šele *kot tak* ustvarja pogoje za poliritmijo.

Zanimivo je, da so teoretiki in praktiki, ki so razpravljali o novem, nastajajočem se urbanem prostoru v devetdesetih letih dvajsetega stoletja v Indiji, ta prostor razumevali predvsem kot »vse hitrejši tempo občutij«, ki so posredovana skozi nove oblike mehanične in digitalne reprodukcije, ki je producirala kulturni *šok* ali *presenečenje*. Uveljavljeni ritem je bil tukaj na neki točki zamažan ali delno porušen. Nekateri kritiki so tudi urbano videli tako – ne kot prostor tokov, ampak kot prostor novih razdorov, skozi prakse urbanega življenja (strategij življenja). Tudi Henri Lefebvre je na primer opozoril na pomen tako neskladja (relativnega nereda) kot skladnosti (relativnega reda) in soobstoja v prostoru.¹⁸ Red in nered sta medsebojno odvisna. Red stvari na primer ni nikoli bolj viden kot prav skozi razdor. To je pomembno tudi, ko govorimo o grafitih in o *street artu* nasploh. Neznana barva na zidu razdre, *prelomi* red stvari na tem zidu in posledično v tem mestu. To sicer naredi na subtilen način – okolja ne spremeni zares, ampak bolj doda še en sloj, vzpostavi vzporeden svet že obstajajočemu. Če gledamo na to vprašanje s semiotičnega vidika, lahko rečemo, da podobe ne vzpostavijo le novega vizualnega sveta, ki je sestavljen iz različnih elementov z različnimi značilnostmi, ampak oblikuje tudi drug prostor čutnosti.

Ko Nikos Papastergiadis govori o dejavnosti umetniškega kolektiva *Stalker*, pravi, da je njihov namen prav *zalezovanje* (*ang. to stalk*), »strateško tavanje skozi prostore /.../, za katere

¹⁶ Glej Papastergiadis 2007: 143–144.

¹⁷ Gre tako za ciklično kot za linearno repetitivnost, naravno in družbeno konstruirano ponavljanje (glej Lefebvre, 1992; 2004).

¹⁸ Glej Lefebvre, 2003: 73.

¹⁹ Benjamin sicer ne nagovarja k takšnemu preprostemu branju mesta, kot so ga povzemali nekateri avtorji, ko so uporabljali pojem flâneurja in njegove navidezne odprtosti do razlage družbenega znotraj mesta. Flâneur je lahko, svoji enostavnosti navkljub, kompleksen pojem, ki se ne ustavi pri poetičnem stiku s prostorom. Osrednje v Benjaminovem delu je bila politika načina, po katerem postane narativnost zgodovinskega napredka ovirana z alternativnimi načini časovnosti. Proces tavanja po mestu je bil za Benjamina proces dvojnosti (glej Benjamin, 1999). Kot pravi Michael Keith, »je na eni strani negotovost flâneurjevega izgubljanja v množici vselej pripeljala do potopitve v mesto, vendar pa skozi potopitve v množico tudi v identifikacijo s produktom in z njegovo fetišizacijo /.../ Nasprotovati sam sebi na ulici govori o lociranju telesa v mogoče nesorazmerno matrico ekonomije in kulture« (Keith, 2005: 104).

menijo, da živijo v nekem drugačnem tempu» (Papastergiadis, 2007: 147). Člani kolektiva se skozi mesto premikajo z mobilnimi telefoni in z videokamerami v rokah. Delujejo po drugačni metodologiji kot *flâneur* Walterja Benjamina,¹⁹ ki bi, kot pravi Papastergiadis »na asfaltu modernega mesta nabiral rastline« (ibid.). Gre torej za kolektivnost (ne za individualnost) in za kolektivno označevanje urbanega prostora. Gre za mreženje, za oblikovanje notranjih lokalnih vezi med posamezniki. O tem lahko vsekakor govorimo tudi pri delovanju večine sodobnih *street artistov*, ki delujejo na ulici. Uporaba fotoaparata in kamer, ki zapisujejo podobe, grafite, šablone itn. na neizbrisljiv medij (ki je v drugem koraku internet), ni samo v funkciji sredstva za arhiviranje, ampak je tudi performativno sredstvo in je kot tako nepogrešljivo. Kot ugotavlja Papastergiadis v primeru kolektiva *Stalker*, »fotoaparat ne zapisuje dokazov, ampak je sopotnik pri dejanju pričevanja in je sredstvo prenašanja v brezmejni mreži tvorjenja pomenov« (2007: 148). Tako umetniki, intervencionisti, grafitarji vselej iščejo alternative in oblikujejo nove oblike urbane družbene izkušnje, čeprav so še vedno, vsaj delno, podrejeni produkcijskemu fetišizmu kapitalističnega sistema trženja.



Oglas in antioglas, potrošnja in antipotrošnja ter vrnitev v spletni tok

Čeprav *street art* deluje skozi idejo odpora, se zdi, da ima v globalni ekonomiji v resnici aktivno vlogo. Potrošniško vrednost sprejev in barv prepoznavajo tudi onkraj vogalov prazne ulice. Šablone so še posebno uspešen medij v povezovanju globalne civilne potrošniške družbe z redom ulice. Šablone so polne ikon, podob, popularne kulture. *Street art* pogosto posvoji ideje popularne kulture in (množične) reprodukcije, obenem pa je (še vedno) zmožen obdržati nekakšno samosvojo antipotrošniško držo.

Shepard Fairey, ameriški umetnik, ki je *odgovoren* za kampanjo z naslovom »obey«, je morda najbolj prepoznaven primer umetnika, ki dela natančno skozi in s konceptom potrošništva/antipotrošništva. Njegova kampanja je ena najbolj popularnih *street art* intervencij sploh. Shepard Fairey je projekt začel leta 1989 in njegove podobe (najprej glava nekdanjega ameriškega vrestlerja po imenu Andre the Giant in pozneje še dejanska beseda »obey«) so se razširile po večini velikih mest, predvsem v ZDA. Skozi čas je Fairey sam po sebi postal institucija, postal je nekakšna proizvodna družba. V Manifestu, ki ga je zapisal leta 1990 in ga je pripel tudi na internet, je svoje ideje utemeljil v fenomenologiji in s tem je razširil svoj odnos do umetnosti – med umetnika, podobo in prostor je tako postavil filozofijo. Navajam del njegovega manifesta:

»Mnogim, ki vedo za nalepko (Fairey misli na nalepko Andre the Giant, op.a.), se zdi podoba sama zabavna, ker v njej razpoznajo nesmisel in lahko takoj preidejo k vizualnemu užitku, ne da bi se obremenjevali z razlago. PARANOIDNEGA ALI KONSERVATIVNEGA GLEDALCA pa lahko vztrajna prisotnost nalepke zmede in lahko jo obsodijo kot *underground* kult, ki ima subverzivne namene. Veliko nalepk so z zidu spraskali ljudje, ki so jih nalepke razjezile, ker so menili, da so grde na pogled



in da so izraz vandalizma, kar je ironično, če se spomnimo na število komercialnih grafičnih podob, s katerimi ameriško družbo napadajo vsak dan«. ²⁰

Čeprav Shepard Fairey dela »v imenu zabave in opazovanja«, je še vedno mogoče reči, da sta njegov koncept in metoda kontradiktorni sami v sebi. Podobe v obliki posterjev, šablon in nalepk, natisnjene na majicah, zgoščenkah, priponkah, avtomobilčkih, igračah, urah itn. so ljudje začeli tudi zbirati. ²¹ S podobami z ulice so začeli trgovati

in jih reproducirati. Anti-oglas je postal tudi oglas in podoba je postala objekt potrošnje. Morda je to postala na drugačen način in skozi drugačen proces, a vendarle je postala objekt potrošnje.

Shepard Fairey gotovo ni edini, ki je iz *street arta* naredil biznis. Veliko *street artistov* danes je *mainstream* umetnikov ali študentov slikarstva, grafike itn., ki razstavljajo svoja dela tudi v galerijah ali delajo v različnih poklicih; veliko jih je med delovnim časom celo vključenih v oglaševanje. Marc Shiller, *street artist* in del kolektiva Wooster Collective, ki na svojih spletnih straneh slavi (in arhivira) umetnost, postavljeno na ulico, na primer dela kot soustanovitelj in član nadzornega sveta oglaševalske agencije. Ko so Shillerja nekoč vprašali, ali se mu ne zdi, da sta Wooster Collective in oglaševalska agencija na nasprotnih delih kulturne pokrajine, je odgovoril, da je to res, »vendar pa sta si ta nasprotna pola včasih bliže, kot bi si morda mislili. Sta kot konca vrvice, ki se srečata v vozlu. Biti v *sredini* je natančno tam, kjer si želim biti,« pravi Shiller in dodaja: »s tem, ko stojim v dveh popolnoma različnih senzibilnostih, lahko vidim obe strani bolj jasno. /.../ Všeč so mi nasprotja. Všeč so mi nejasnosti. Veliko bolj kot črna barva ali bela mi je všeč siva.« ²²

Prihodnost urbanega prelivanja barve ...?

V knjigi *Koristnost kulture* (*The Expedience of Culture*) George Yúdice govori o tem, da »globalizacija zajema (večinoma komercialno in informatško) razširjanje simbolnih procesov, ki vse bolj poganjajo ekonomijo in politiko« (2003: 29). Yúdice se pri tem opira na študijo globalizacije in koristnosti Malcoma Watersa. »Teorem, ki vodi bistvo njegove knjige,« pravi Yúdice, »je, da: materialne izmenjave lokalizirajo; politične izmenjave internacionalizirajo; in simbolične izmenjave globalizirajo.« ²³

Street art je vir, tako kot pravzaprav vse drugo; tudi kultura in človek sta vira. ²⁴ *Street artisti* vse bolj uporabljajo spletne strani in spletne vire za to, da postanejo ali bolje ostanejo »vidni«

²⁰ Glej Manifesto na: <http://www.obeygiant.com>.

²¹ Zbiranje je sproducirala tudi sama Faireyjeva kampanja.

²² Glej <http://blog.sessions.edu/design/street-art-and-outsider-art-the-wooster-collective/>.

²³ Waters v Yúdice, 2003: 29.

²⁴ Yúdice idejo vira utemeljuje v Heideggrovem konceptu vira. Tehnologija kot način razumevanja, po katerem narava postane vir, sredstvo, ki pripelje do cilja.

zunaj in onkraj negotovih opečnatih zidov. Obenem si še vedno prizadevajo za anonimnost. Podobe, posterji, nalepke, šablone, majhne skulpture in drugi *objekti* se znajdejo v mreži obtoka po svetu. Intralokalne mreže se povezujejo z drugimi intralokalnimi vezmi in skupaj tvorijo interlokalne povezave. Govorili bi lahko o nekakšni virtualni skupnosti, ki se oblikuje na spletnih straneh med *street artisti*, vendar pa pri tem ni pomemben le pretok informacij. Najpomembnejši učinek uporabe interneta za pretok *street arta* je morda prav v spreminjanju narave *street arta* zaradi spletnih povezav. Fotoaparati so zdaj del dejavnosti, ki sodeluje (in ni le prisoten) že pri osnovnem zapisu. Z inskripcijami na internetu ali z, kot sem jih poimenovala, ulično-virtualnimi grafiti, ki so to le pogojno, saj so predvsem še vedno v dialogu najprej z materijo in potem z lokalnim prostorom, je prišlo do tega, da so umetniki lahko postali znani in priznani tudi, če dejansko niso bili prisotni zunaj, na ulici.

Spletno okolje je z vidika same organiziranosti v svet *street arta* prineslo prav to, kar mu je manjkalo takrat, ko je osamljeno prebival le na ulici – to je pojem prehodnosti (ne minljivosti) in suverenosti. Suverenost je tako stvar prostora in ne države, nacije ali mestnih oblasti. Obenem imamo povezave med različnimi prostori, ki imajo skupen in samosvoj imaginarij. Gre za skupnost, ki ima funkcijo posredovanja, mediacije. Ta funkcija ima pridih Agambenove »coming community« (Agamben, 1993), ki ne vsebuje družbenih potreb po kontinuiteti in koherenci, kar je značilno za skupnosti, ki so trajnejše in *stabilnejše*. Od reprezentacije se tako pomaknemo k mediaciji, ki je eden pomembnejših sestavnih delov urbanih intervencij ne glede na to, kje se te intervencije dogajajo. Pomembno je, da je samo dejanje vidno, da je posredovano, da zbudi reakcijo in da tudi ostane vidno.

Danes je *street art* popularen tudi (ali morda prav) zaradi interneta. Splet spremeni procese formacije in ponuja novo platformo za umetnike, inskriptorje, intervencioniste, ki so lahko aktivno soudeleženi tudi pri delu drugih umetnikov, inskriptorjev, intervencionistov. *Street art* danes lahko razumemo kot nekakšno neoliberalno uporništvu – kot urbano intervencijo, kot *subtilni aktivizem*, ki ima veliko skupnega z urbano poetiko, s posredovanjem pomenov in bolj malo skupnega z gverilsko umetnostjo. Dan Witz, ameriški *street artist*, je v enem izmed svojih esejev zapisal tako:

»*Street art* in grafiti imajo temelje v uporništvu; so medij marginaliziranih /.../. S prihodom interneta in s poceni digitalno tehnologijo ter s hkratnim razvojem v glasbi in skejterski kulturi in potem z Georgeom Bushem, ki je svojo fašistično agendo stlačil v svetovna grla ... so se oglasili *street artisti*. Ali tako se vsaj zdi – če verjameš temu, kar vidiš na internetu. Kakorkoli, hvala bogu, da imamo internet. Lahko da je naše zadnje upanje /.../ Negativen stranski učinek vsega tega pa je, da je *street art* zdaj tako v modi, da – to moram reči (se opravičujem) – se mora nujno umakniti iz mode.«²⁵

Nestor Garcia Canclini v kontekstu Mexico Cityja sprašuje svoje bralce naslednje: »Kaj se zgodi, ko ne moremo več razumeti, kar mesto sporoča, ko se mesto sprevrže v Babilon in v kaotično polifonijo glasov, v raztrgan prostor, in ko razpršene izkušnje njegovih prebivalcev raztopijo pomen globalnih diskurzov?« (2001: 51). Canclini zavrne urbano naracijo in predla-

²⁵ Glej: <http://danwitzstreetart.com/essays.html>.



ga drugačno *branje* sodobnega mesta. »Danes je mesto podobno videoposnetku, gre za živahno montažo pretrganih podob,« pravi. »Kot pri videoposnetkih tudi mesto ustvarjajo podobe od vsepovsod, v kakršnemkoli redu že. Dobri bralci urbanega življenja se morajo prilagoditi njegovemu ritmu.« (2001: 84–85)

Torej, kakšna bi lahko bila prihodnost *street arta* in *street artistov* v mestu pretrganih podob? Canclini govori o transnacionalnih potrošniških družbah. Njegove ideje lahko vključimo tudi v kontekst sodobnega globalnega toka *streetartovskih* podob. Canclini pravi, da sredi te heterogenosti, segmentacije v vsakem narodu in fluidnih komunikacij, v katerih živimo danes, »najdemo kode, ki nas združujejo ali ki nam vsaj omogočajo, da se razumemo. Vendar pa se te kode, ki si jih delimo, čedalje manj nanašajo na etničnost, razred ali nacijo, v katero smo se rodili. Zdi se, da se te stare enote kljub temu, da ostajajo, reformulirajo kot *mobilni dogovori za interpretacijo blaga* in sporočil« (2001: 44). Canclini opozarja, da potrošnja ni

nekaj, kar si lahko lastimo individualno, temveč je »kolektivna prisvojitev, ki deluje skozi odnose solidarnosti z in razlikovanja od drugih – izdelkov, ki zagotavljajo biološke in simbolične potrebe in ki so namenjeni za prenašanje in sprejemanje sporočil« (2001: 46).

Dejstvo, da potrošnja, oglaševanje, reproduciranje in prodaja postajajo del vsakdana tudi v *street artu*, lahko pusti grenak priokus v ustih nekaterih umetnikov, pa tudi uradnikov, mestnih oblasti, vlad. Kljub temu pa je jasno in očitno, da sodobna ikonografija in neo-liberalni trgi hodijo naokrog z roko v roki. Oglaševanje in antioglaševanje sta dve plati iste stvari in pogosto eno dopolnjuje drugo in obratno. *Street art* je del urbanega življenja in njegova ikonografija (čeprav v obliki potrošnega blaga), pa tudi njegova vloga sta v vzpostavljanju dialoga s fizičnostjo, z materijo in z mestom, ki bi lahko bil sicer marsikdaj pozabljen. Pomembno pa je predvsem, da je *street art* kazalnik, ki vselej »kaže na nekaj drugega«, ki je mediator, posrednik, čigar želja je, da se »dotakne zavesti javnosti«. *Street art* v svoji trenutni obliki ne more zares postati prostor destrukcije ali dekonstrukcije. Lahko pa poetizira prostor; lahko je kreativen; lahko se aktivno vključi v komunikacijo, s svojo prisotnostjo lahko vzpostavi produktiven, dialektičen odnos med sporočevalcem, naslovnikom in materijo (fizičnostjo). S prisotnostjo na internetu govori skozi večplastnost prostora. Če smo uspeli razvozlati, kaj »jaz tukaj« in »zdaj«, pomeni na materialnem zidu, »jaz tukaj«, pa tudi »zdaj« na virtualnem zidu odpira novo polje, ki se od lokalitete kraja seli v lokaliteto globala. In v primeru *street arta* nikoli ne moreš vedeti, kam se bo razvijal v prihodnosti. Morda pa je prav to, na koncu koncev tisto, čemur bi lahko rekli zametek sodobne revolucije.

Literatura

- AGAMBEN, G. (1993): *The Coming Community. Theory Out of Bonds*. London, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- BENJAMIN, W. (1999): *Illuminations*. London Pimlico.
- BÜHLER, K. (1934; 1990): *Theory of Language. The Representational Function of Language*. Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.
- CANCLINI, G. N. (2001): *Consumers and Citizens: Globalization and multicultural conflicts*, Minneapolis, London, University of Minnesota Press.
- CHMIELEWSKA, E. (2007): *Framing (Con)text. Graffiti and Place*. *Space and Culture*, 10(2), str. 145–169.
- CORTAZÁR, J. (1988): *Zasledovalec. Kratke zgodbe*. Ljubljana, Mladinska knjiga.
- DERRIDA, J. (2001): *Cosmopolitanism and Forgiveness*. London, Routledge.
- DERRIDA, J. (1972; 1981): *Positions*. London, Chicago, University of Chicago Press.
- DERRIDA, J. (1967; 1998): *O gramatologiji*. Ljubljana, Analecta.
- FAIREY, S. (1990): *Manifesto*. http://obeygiant.com/main_new.php?page=articles.
- HSU, M. (2005): *Networked Cosmopolitanism – On Cultural Exchange and the International Exhibition*. V: TSOUTAS, N. (ur.): *Knowledge+Dialogue+Exchange*. *Artspace*, str. 75–82.
- KEITH, M. (2005): *After the Cosmopolitan. Multicultural cities and the future of racism*. London, New York, Routledge.
- LEFEBVRE, H. (1992; 2004): *Rhythmanalysis*. London, New York, Continuum.
- LEFEBVRE, H. (1974; 2003): *The Production of Space*. Oxford, Blackwell Publishing.
- MITCHELL, W. J. (2005): *Placing Words. Symbols, Space, and the City*. Cambridge, London, MIT Press.
- PAPASTERGIADIS, N. (2007): *Glimpses of Cosmopolitanism in the Hospitality of Art*. *European Journal of Social Theory*, 10(1), str. 139–152.
- SHILLER, M.: *Street Art and Outsider Art: The Wooster Collective*. Intervju, <http://blog.sessions.edu/design/street-art-and-outsider-art-the-wooster-collective/>.
- WITZ, D. (2006): *Lights in the Dark*. Intervju z Nicole Pasulka, *The Morning News*, <http://www.danwitzstreetart.com/essays.html>.
- YÚDICE, G. (2003): *The Expediency of Culture*. Durham, London, Duke University Press.