

Ulice govorijo / Streets are Saying Things^{2*}

¹ Za razliko od običajnih soavtorskih tekstov sva se tokrat avtorica in avtor odločila, da najine skupne in različne poglede na street art napiševa skupaj in obenem vsak posebej v enem besedilu. Matejini prispevki so napisani v tej obliki črk, Mitjini v tej, **skupni pa v tej**.

² Šablona v New Yorku, 2005.

* Prispevek je bil prvič objavljen v unikatnih fanzinih ob razstavi Street Art v MGLC marca 2006 (op. ur.).

I.

Pozabite vse, kar veste o umetnosti! Pljunite na vso kulturno sprejemljivost! Napadite arhive, muzeje in bienala! To so kraji sistematičnega nasilja. To so instrumenti obnavljanja obstoječega. Tam ti vsiljujejo njihovo ideologijo umetnosti. Prava umetnost je uničenje vseh teh ovir. Prava umetnost je nevarna igra.

Alexander Brener, Barbara Schurz, 2005, 58.

Ulice so umazane. Sistem si je obrisal roke v njih. Polne so mrkih obrazov, podcenjujočih reklam in sterilnih stavb. Le tu in tam košček osvobojenega območja. Nalepka, ki te nasmeji, šablona, o kateri razmišljaš še celo popoldne, ali poster z vsebino, ki se kar zareže v tvoje misli. Govorim seveda o *street artu*, umetnosti, ki v političnem smislu pušča proste roke, obenem pa jih fizično nenehno zaposluje.

Sam po sebi je to protisloven izraz, ki se nahaja v prav takšnem položaju: to je umetnost, ki to noče biti; vidimo ga, ne da bi hoteli; nastane dobesedno čez noč in tako tudi izgine; je na ogled vsem v urbani pokrajini, čeprav ga opaža in dojema zares zelo specifično občinstvo. V dominantnih diskurzih o njem vlada popolna ignoranca, v njih ga praktično ni. »Umetniška srenja« je do njega vzvišena: v street artu ni »liričnega subjekta« ali »metafizičnih premislekov«, torej kriterijev umetniškosti v kulturnem establishmentu. Pa tudi zainteresirana, strokovna, intelektualna javnost mu s težavo sledi, ga še ne reflektira (in tudi v tem primeru zgolj ponavlja nenehen »fazni zaostanek« za razvojem kulturnih in estetskih inovacij).

Tudi v tujini je veliko kontroverz glede samega pojma street art. Če nanj gledamo kot na nek *counter-art*, kot sredstvo svobodnega izražanja in upora svetu visoke umetnosti, je v tem kontekstu beseda *art* kontradiktorna in zavajajoča. Influenza, rotterdamki umetnik v enem izmed svojih intervjujev tako samega sebe označi takole: »sem dekorater, urbani igralec, vandalist in obenem umetnik«. ³ Zaradi teh dilem se street art poimenuje tudi urban-art, post-graffiti ipd.: kakor koli, zavoljo splošne sprejetosti je kljub vsemu v nadaljevanju besedila uporabljen izraz street art.

Street art je v bistvu tehnični termin in se razlikuje od drugih elementov urbane kulture in »umetnosti ulice«, kot so ulično gledališče in festivali, zidne poslikave (murali), razni performerji in glasbeniki, ne nazadnje tudi grafitarstvo. Torej, ni vsak »art on the streets« tudi že »street art«. ⁴ Najdemo ga povsod: na stenah mestnih stavb, na pločnikih, ograjah, na prometni infrastrukturi, na postajališčih in spomenikih, na hrbtnih straneh prometnih znakov in semaforjev, žlebovih, na čez ulice razpetih kablil in drugih napeljavah, na zunanji ali notranji strani javnih prevoznih sredstev, na omaricah za električno napeljavo, na reklamnih izvoščkih, telefonskih govorilnicah in še kje. Že po definiciji je to *free art*: njegova galerija je ulica, avtorjev podpis je delo samo, njegovi gledalci naključneži, ki mimo njega brzijo na kolesih, avtobusih ali peš, njegov avtor zunaj same scene neznan. To je dejansko »javna umetnost«, v nenehnem polilogu z ulico, mimoidočimi, različnimi plastmi mesta. Streetartisti si vzamejo tisti prostor, ki jim ga nihče ni dal. ⁵

Ker ga je precej manj kot grafitarstva, street arta še nihče dobro ne razume, kaj šele sprejema. S tehničnega vidika se streetartisti od grafitarjev razlikujejo po tem, da se prvi bolj kot s spreji ukvarjajo s papirji, tiskarskimi napravami, nožki in z drugimi pripomočki. Tako izpod njihovih rok nastajajo šablone, ki se jih pospreja ali pokreda na steno, nalepke, ki so tiskane (ali narisane) doma ali v tiskarnah, izrezki (*cut-outs*), razni plakati, *paste-ups*, skulpture ipd. Skoraj bi lahko rekli, da je toliko tehnik kot umetnikov. V New Yorku lahko opazimo v rokoborce spremenjene človečke na semaforjih za pešce. Nunca, ki se sicer ukvarja z grafiti domorodskih brazilskih mask, pogosto vpraska motiv v steno, Leon Reid upogiba prometne znake, Newyorčan Darius Jones pa postavlja opeke drugo ob drugo in jih tako personalizira.

Eden izmed bolj popularnih grafitarskih stilov je *tagging*, ki je namenjen predvsem promociji avtorja – taggerja – v smislu *I was here*. Čeprav street art ravno tako uporablja *branding*, se veliko bolj osredotoča na motiv, idejo, besedilo in pušča v ozadju »ulično slavo« (nekako tako, kot pravita Space 3: *Just Logo, No Concept*). ⁶ In ne nazadnje, medtem ko je vsak grafiti unikaten, je temelj nekaterih streetartističnih tehnik prav neskončna reprodukcija.

³ »Influenza: 'Design is our enemy!'«, na www.ekosystem.org/0_ITW/influenza/index.htm, dostop 20. 2. 2005.

⁴ Vsem tem – in tudi drugim novim urbanim kulturnim oblikam, kot so urbani športi (tipa skejtanje), break-dance, ulične zabave – je skupno, da »vračajo udarce« dominantnim diskurzom prav na tistih preostalih robnih točkah javnih prostorov, ki jih še niso uspeli kolonizirati in kot taki izražajo kulturno ustvarjalnost sistematično zaposavljenih delov sodobnih urbanih družb. Drugače rečeno, mesto postane tudi njihovo, si ga prisvojijo, ga »udomačijo«, na njegovih brezbarvnih »nikogaršnjih prostorih« pokažejo, da obstajajo.

⁵ Losangeleski street artist Logan Hicks v intervjuju takole definira street art: »To je umetnost brez razlage – to je preprosto umetnost, na ogled ljudem v javnem prostoru, ki jim je lahko všeč, lahko jo sovražijo ali ljubijo, kakor se jim pač zdi. Ta umetnost je namenjena zapolnjevanju praznih prostorov.« Intervju z Loganom Hicksom. *Overspray – Stencil Magazine*, št. 02, 23.

⁶ C100 [Christian Hundertmark], 2003, 117.



FOTO: MATEJA FAJT

⁷ Nepodpisan uvodnik, *Overspray* – *Stencil Magazine*, št. 02, 2.

⁸ Banksy, 2001.

⁹ Ameriško streetartistko Swoon tako zanima proces, kako bi »street art postal oblika aktivnega državljanstva in način življenja v naših mestih« (C100, 2003: 39). Kot tak ima street art podobno vlogo, kot so jo imeli od časov meščanskih revolucij pamfleti, ki so »popolni izraz združitve umetnosti in politike – njihov jezik je bil jezik ljudstva, ker so bili poceni, so bili dostopni vsem, njihova vsebina je bila revolucionarna, terjajoč temeljne spremembe v družbi« (Zinn, 2003: 108).

¹⁰ Ne le street art, temveč tudi ostala nekonformna urbana kultura kaže, da očitno na primer ne gledajo zidov v mestih, ne hodijo na punk koncerte, ne poznajo estetske in socialne inovativnosti marginalnih skupin in ne berejo hip hop poezije.



FOTO: MATEJA FAJT

II.

»Oni« vedo, kdo smo.

Belgijski streetartist The Plug, C100, 2003, 47.

»Potrebujemo protest. Potrebujemo barve. Potrebujemo šablone,« jedrnatu ugotavlja eden od uvodničarjev ameriške šablonarske revije *Overspray* po zadnjih ameriških predsedniških volitvah.⁷ Prva temeljna značilnost street arta je družbena kritičnost v vseh ozirih – od preproste zajedljivosti, duhovitih domislekov in dognanih ironij do jedkih kritik različnih dominantnih diskurzov in subverzivnih pozivov h gradnji novega – in usmerjenost zoper dominantne tokove tako v političnem in družbenem kot v kulturnem in estetskem smislu. Za street art namreč velja isto kot za grafitarstvo, namreč »da je to eno izmed redkih orodij, ki jih imaš na voljo, če nimaš skoraj ničesar:«⁸ to je emancipatoren medij politične, socialne, kulturne in estetske opozicije.⁹ Kot tak pa ni le najboljši možni odgovor uveljavljeni umetnosti, temveč tudi javno osmeši vsa tista tarjanja nekaterih teoretikov postmoderne, da je sodobna umetnost neangažirana, nekritična, apolitična, gola simulacija.¹⁰

Mnenje nekaterih streetartistov, da je že samo dejanje street arta politična akcija, ker je nelegalna in »družbeno nesprejemljiva«, je seveda absurdno. Potemtakem je vsak kolesar, ki vozi ponoči brez luči, pravi revolucionar! Slovenska street art scena je izrazito apolitična. Sigmund – eden izmed streetartistov Zek crew – o sebi meni, da ni dovolj politično zaveden »in premalo vem o nekaterih stvareh, da bi si upal kar tako obsojati« (Šuljič, 2005: 54). Globoko dvomim, da bi morali biti težki intelektualci, da spoznamo, da je nekaj hudo narobe s sistemom, pod katerim živimo, in dominantnimi mentalitetami, s katerimi smo obkroženi.

Vseeno pa so bile v zadnjih letih izvedene šablonarske akcije s pozivi na ulično zabavo (Qatarzo, novembra 2001) in črno-rdeče šablone »Reci NE Nato« (v času odločanja o vstopu vanj). Pojavile so se tudi nalepke bomb z vrisanim logotipom McDonalda ali religijskimi simboli, nalepke »don't Meat«, *paste-ups* z motivom vrečke s pokovko, na kateri je bil napis *News*, namesto pokovke pa so bile upodobljene majhne mrtvaške glave, in šablone s stisnjeno

pestjo z napisi »Ne fašizmu, ne kapitalizmu, ne seksizmu, ne rasizmu«. Ko se je nedavno slovenska neokonzervativna oblast odločila javnosti predstaviti paket neoliberalnih reform, jumbo-plakati niso ostali ravnodušni. Vprašanju pro- in protivladnih sindikatov »Kam nas peljejo vladne reformeč« so sledili pripisani odgovori »V francoska predmestja«, »V revščino in bedo« ali »Bogate v raj«. Antifašistična akcija je s svastikami in karantanskimi panterji posprejane zidove spremenila v *hate-free areas* z napisi »Državne meje so zidovi našega zapora« in

»Proti nacionalizmu in rasizmu«. Podobno v Varšavi skupina RAT (*Radykalna Akcja Twórcza* - Radikalna ustvarjalna akcija) v zadnjem času ustvarja predvsem jumbo-plakate, s katerimi smešijo razne politike, dogodke in korporacije. *Ad-busting* sicer ne sodi nujno pod street art, vendar se zaradi močnega političnega naboja in uporabe javnega prostora pogosto prepletata.

Druga značilnost street arta je minljivost: to je »uničljiva« umetnost, saj je bolj ali manj promptno odstranjevan z javnih površih. Seveda ga »dežurni čistilci« pogosto spregledajo in se tovrstni artefakti ohranjajo tako dolgo, dokler jih ne odstrani sama narava (torej zbledijo, se izperejo, odlepijo). Patina razkroja jih dela še dopadljivejše in prepričljivejše. Nekateri streetartisti prav hočejo, da se njihove artefakte odnese domov; drugi si na vse kriplje prizadevajo, da njihovi ostanejo tam, kjer so.

Above iz San Francisca okrašuje mesto s puščicami iz različnih materialov s sloganom *Heads Up* (Glave gor), in to pojasnjuje takole: »čutim, da puščice najbolj sodijo na ulice, kjer lahko svobodno dihamo med ljudmi in kjer jih drugi uživajo, uničujejo, zasmehujejo, kritizirajo in gledajo. Pomisli za hip: katera druga oblika umetnosti bi lahko bila in je stvar tako mnogo ljudi, v smislu, da lahko ljudje neposredno reagirajo nanjo? Če ti v galeriji slika ni všeč, je ne moreš preslikati ali pljuniti, toda na ulicah se lahko zgodi kar koli: to je tako lepa grdost!«¹¹

Tretjič, če gledamo na street art preprosto kot na eno izmed kulturnih in umetniških form, v njem prepoznamo navdihovanje in napajanje iz grafitarstva, stripovske estetike, hiphoperskih, punkerskih (*Crass stencils*) in skejterskih kultur, (neo)avantgardističnih umetnosti in modernizma, popularne kulture, oglaševanja in vsakdanjega življenja, subtilnih estetik subpolitik in subkultur, kulture getov, favel in nasploh sivih lis svetovnih megapolisov, pa tudi iz folklore.

III.

Nema časopisa ima zida

Grafit v središču Beograda, 2000.

Grafitarstvo si je pri nas že pridobilo »domovinsko pravico« in je v zadnjih letih počasi tudi sprejeto na različnih ravneh. Po eni strani velja omeniti grafitarsko dejavnost Strip Cora od konca osemdesetih, na Metelkovi pa je bil pred nekaj leti organiziran festival Suburban Cakes. Po drugi

¹¹ Luczejko (2005: 63). Naj pripomnim, da Brener sicer ni imel takšnih zadržkov in je v galerijskih prostorih pogosto neposredno izrazil svoje mnenje na tak način.



FOTO: MATEJA FAJT



FOTO: MATEJA FAJT



FOTO: MATEJA FAJT



FOTO: MATEJA FAJT

strani pa so se pojavile organizirane in sponzorirane grafitarske akcije (recimo barvanje podhodov), celo nekaj muralov in stenskih poslikav lokalov, po mestu vozi mestni »graffiti« avtobus, pred dvema letoma je bila na ogled prva razstava grafitov na Slovenskem, grafitarji se z »malimi šolami grafitiranja« danes pojavljajo že v popoldanskem programu TV Paprika ipd.

Gledano z vsebinskega vidika pa vseh tistih, ki uporabljajo tehnike street arta, ne gre prišteti med streetartiste, saj nekateri le neinovativno reproducirajo dominantne diskurze. Ko so se pri nas konec prejšnjega leta neonacistične skupine odločile intenzivirati svojo propagando, so (najverjetneje nezavedno) izbrale dve najpogostejši tehniki street arta (nalepke in šablone) in dale ljudem vedeti: »Tu je Slovenija«. Odličnemu poznavanju geografije so dodali še nekaj motivov zgodovinskih predmetov in oseb ter tako poudarili svojo nacionalno zavest. Seveda se zdaj zgražate, češ kako se lahko na istem mestu znajdejo neonacisti in streetartisti. Obenem pa se le malokdo zgraža, ko priznani streetartisti prodajo svoja dela korporacijam in multinacionalkam ter raznim medijem korporativne kulture, torej tistim, katerih cilj je prek oglaševanja prodati kar največ izdelkov, ki tako pridobijo ulično kredibilnost in so »uporniški« mladini privlačnejši. Naj le suhoparno nanizam nekaj primerov: kampanja Obey Shepharda Faireya se znajde tudi na videospotu Black Eyed Peas; Banksyjevo delo na naslovnici albuma skupine Blur; WK Interact je svoje premikajoče figure prodal Adidasu za eno izmed oglaševalskih kampanj; Logan Hicks zdaj sodeluje z multinacionalko Nike. S podobnim namenom so pri nas svoje moči združili Zek crew in Frka, mladinska revija. Stvari so postale še bolj bizarne, ko so Bon Jovi uporabili fenomen street arta kot rdečo nit svojega videa: motiv nasmejanega obraza se prek različnih medijev street arta smehlja na vsakem koncu mesta, globokoumni refren pa se glasi *Have a nice day*. Vse skupaj bi komentirala le z besedami veteranke street

arta Flipe: »če je bil street art z vso svojo zgodovino upora in nenehnega spreminjanja nenadoma tako šibak, da ga je sesul Nike, si je to verjetno zaslužil.«¹²

Nesmiselno bi bilo naštevati streetartiste v Sloveniji, saj nisem dokumentaristka, pa tudi imena so v primerjavi z motivi manj pomembna. Najpogosteje naletimo na šablone in nalepke. Slednje najdemo na stebrih, prometnih znakih ali zidovih, šablone pa ob drugih šablonah (ustvarjajo se majhni *walls of fame*) ali na kakšnih neuporabnih delih arhitekturnih spodrslijajev. Tako ljubljanske ulice krasi vse, od mišk, ekshibicionističnih banan, živo roza nalepk, zajcev, smrdečih drekcev, čustvenih dinosavrov, samovšečnih Snickersov do Tita, iztisnjene tube in stiliziranih obrazov z afropričesko. Posebej bi izpostavila serijo nalepk z motivom mačke v različnih položajih, ki se odlično spajajo s podlago, na katero so nalepljene. V Ljubljani lahko tudi zapazimo (sicer le redka) dela s poetsko noto, narisana kar z alkoholnim flomastrom in besedami tipa *This chaos is killing me*. *This car is killing me* ali *Daydreamer*.

IV.

Potem nekateri ljudje rečejo: »ve ste umetnice«.

Toda me nismo umetnice, me smo ulične aktivistke.

*Kar delamo, je nekaj, kar je popolnoma človeško:
ustvarjamo.*

Mujeres Creando, Disobedience Is Happiness,
v: Notes from Nowhere (ur.), 2003, 258.

Ob vsakem galeriziranju estetske ustvarjalnosti, ki to noče biti oziroma skuša to preseči, se postavlja isto vprašanje. Kakšen smisel imajo grafiti na velikih platnih v razstaviščih? Street fashion na modnih pistah? »Do it yourself« kultura v bleščečih specializiranih revijah ali butikih? Avantgarde v muzejih? Street art v galeriji? Po eni strani gre razumeti in ceniti iskren interes, zavzetost in senzibilnost tistih redkih znotraj umetniškega sveta, ki to zagovarjajo, podpirajo takšne ustvarjalce in tudi organizirajo tovrstne predstavitve. Želijo si, da se »novo« naseli tudi v »staro«, ulice v razstavišča. Toda prav to isto, kar imajo za nekakšno emancipatorno početje, priznavanje »umetniškosti«, obenem (ne)hote zanika samo bistvo – v tem primeru – street arta. Ta namreč ne potrebuje umestitve v privilegirane in hermetizirane sfere uveljavljenih umetniških zvrsti. Primerjava z drugimi novimi umetnostmi se ponuja sama po sebi: tako kot street art tudi umetnost interneta in novih vizualnih tehnologij ne potrebujeta klasičnih umetniških prostorov za svojo afirmacijo – zadostujeta ulica oziroma virtualni prostor kot zares svobodna medija. Street art-objekti so na prvih na ogled cel dan, v galeriji pa le ob določenem času (nikoli pa ob, hm, ponedeljkih ali državnih praznikih). Street art se na ulicah opazi ali se ga ne opazi, odvisno od (ne)senzibilnosti gledalca, medtem ko se v galerijo odpravi, »gre se gledat« točno določeno postavitev. Skratka, kot pravi Banksy, »avtobusna postajališča so za umetnost veliko bolj zanimiva in koristna mesta kot pa muzeji«. ¹³



FOTO: MATEJA FAJT



FOTO: IRENA WOELLE

V uvodnem delu sem street art označila kot *counter art*, zavedajoč se nevarnosti, ki iz tega izhaja: kakršen koli sistem – umetniški ali politični – potrebuje tak upor, ki nato postane del njega in mu služi. Sprva nekateri streetartisti delujejo na ulicah, nato sprejmejo projekte podjetij, predstavljajo svoja dela v elitnih galerijah in sodelujejo na prestižnih, vsebinsko izpraznjenih bienalih. Street art ne sme biti odskočna deska za ustvarjalce, da promovirajo svoje ime in tako prilezejo z občudovano »ulično kredibilnostjo« v svet visoke umetnosti, v sistem kustosov, otvoritvenih večerov, politične korektnosti in preglednic pri Taschen ali Phaidon! Ko street art postavimo v galerijo, postane le art. Ulice ostanejo zunaj. Street art je legitimno prisoten v galeriji le takrat, ko umetnik napade galerijo zaradi idejnega nestrinjanja in se tako zoperstavi poziciji »umetnika«, ki razstavlja, in pa galeriji kot instituciji.

¹⁴ Nepodpisan tekst »Overspray Takes Berlin«, *Overspray – Stencil Magazine*, št. 02: 8–11.

¹⁵ Banksy, 2001.



FOTO: MATEJA FAJT



FOTO: IRENA WOELLE

Poleg »umetniške« inkorporacije pa obstaja še drug resen pomislek – ideološki – pred »razstavljanjem« street arta (in podobne negalerijske, pravzaprav antigalerijske ustvarjalnosti) ali njegovim sponzoriranjem ter nadzorovanjem v smislu – s strani mestnih oblasti ali drugih institucij – organiziranih poslikav oziroma »krasitve« javnih površih. Takšno populariziranje in inkorporiranje pravzaprav pomenita njegovo ideološko in ustvarjalno nevtralizacijo: iz radikalne in iritirajoče drugosti se prelevi v zgolj prijazno drugačnost marcusejanske »afirmativne kulture«; namesto dragocelega paralelizma umetniških pogledov in prizorišč pride do zmagoslavja institucionaliziranega in avratičnega; inherentna opozicijskost se paternalistično pomiri, anonimnost zamenja zvezdnitvo. Urbana poezija street arta ni in ne sme postati »dobrodošel okras« urbani sivini, še ena med postmodernističnimi komoditetami, pišan dodatek k načrtovani »kulturni ponudbi mesta«, ampak nekaj, kar prav vse to na aktivno kritični način zanika, presega in ponuja nekaj svežega.

V.

*Kapitalizem ti lahko proda videoigro nemirov,
toda ne more ti prodati občutka,
ko tečeš po ulicah v solidarnosti z drugimi ljudmi.*

The Curious George Brigade, 2003, 135.

Produktivna alternativa trpanju tovrstne produkcije v galerije bi bil, morda na iniciativo teh istih organizatorjev, obhod po lokalni street-artovski pokrajini, torej »razstava« novih pouličnih fresk, reliefov in skulptur v njihovem »naravnem«, urbanem okolju v vsej njegovi konfuznosti, slikovitosti in hrupu. V mestu kot razstavišču in s pešci kot gledalci. Recimo v enem izmed svetovnih središč tovrstne produkcije, na manhattanskih Lower East Side in Soho, kjer to občasno počne Wooster Collective.

Drugi, prav tako primeren način predstavljanja street arta bi lahko bil razstavni dogodek na neobičajnem, negalerijskem prostoru, organiziran s strani ustvarjalcev samih. Tako je revija *Overspray* avgusta 2004 v Berlinu zimprovizirala desetdnevno mednarodno srečanje in razstavo streetartistov, ki so ob sponzorski pomoči ustvarjali in živeli v najetem zgornjem nadstropju garažne hiše v tamkajšnjem Kreuzbergu.¹⁴ Podobno je z nekaj soustvarjalci nedavno storil Banksy v enem izmed londonskih podvozov: pri izvozih so postavili tablo z obvestilom, podobnim tistim pred gradbišči, s fiktivnimi podatki, telefonskimi številkami ipd., da gre za nek »projekt«, zid popisali v petindvajsetih minutah in pozneje tam organizirali otvoritev in ulično zabavo.¹⁵

Tretja pot bi bila oblikovanje streetartovske revije, fanzina, webzina ali spletne strani z rubrikami, kot so ocene in predstavitve različnih ustvarjalcev, intervjuji, komentarji z različnih tovrstnih prireditev in srečevanj, pregledi tujega tiska, »galerijske« strani, vodič in slovarček za laike, napovednik zanimivih dogodkov, poštni kotiček, oglasi in reklame.

NČ! – Avtorja dovoljujeva reprodukcijo, kopiranje, uporabo in zlorabo teksta za kakršne koli nekomercialne namene.

Literatura

BANKSY. *Banging Your Head Against a Brick Wall. Weapons of Mass Distraction*. Velika Britanija, 2001.

BRENER, A. in SCHURZ, B. *The Art of Destruction. Blossom vs. Fruit*. Samizdat. Ljubljana, 2005.

C100 [Christian Hundertmark]. *The Art of Rebellion – World of Streetart*. Gingko Press Inc. Corte Madera, 2003.

»Influenza: 'Design is our enemy!'« (intervju). 2004, na www.ekosystem.org/0_ITW/influenza/index.htm, dostop 20. 2. 2005.

LUCZEJKO, J. *Simple Ideas, Stubbornly Pursued!* Wonka Vision. Issue 25. Summer, 2005: 63.

MACPHEE, J. *Stencil Pirates – A Global Study of the Street Stencil*. Soft Skull Press. Brooklyn, 2004.

MANCO, T. *Lost Art* – NEELON, C. *Graffiti Brasil*. Thames & Hudson. London, 2005.

NOTES FROM NOWHERE (ed.). *We Are Everywhere – The Irresistible Rise of Global Anticapitalism*. Verso. London – New York, 2003.

Overspray – Stencil Magazine, št. 02; brez letnice in kraja izida.

Overspray – Stencil Magazine (Grrrl Stencil Nation), št. 03; brez letnice in kraja izida.

RHODES, C. *Outsider Art – Spontaneous Alternatives*. Thames & Hudson. London – New York, 2000.

SWOON, informacija za medije ob razstavi v galeriji Deitch, 76 Grand Street, New York, 7. julij–13. avgust 2005.

ŠULJIČ, T. *Zajček uličar*. Mladina. Ljubljana, 19. september 2005: str. 52–54.

THE CURIOUS GEORGE BRIGADE. *Anarchy in the Age of Dinosaur*. CrimethInc Workers' Collective. Atlanta. Georgia, 2003.

ZINN, H. *Artists in Times of War*. An Open Media Book. Seven Stories Press. New York, 2003.

WOLFF, J. *The Social Production of Art*. The Macmillan Press. Houndmills. Basingstoke, 1994.



FOTO: IRENA WOELLE



FOTO: IRENA WOELLE