Helena Konda

Kratka kulturna biografija grafitov in likovne ulične umetnosti ter razlikovanje med njima na podlagi teorije družbenega življenja stvari

1 Uvod

Grafiti kot vizualni del ulične umetnosti so se v svetu visoke umetnosti znašli kmalu po začetku svojega množičnega pojavljanja v urbanih središčih Severne Amerike v šestdesetih in še bolj v sedemdesetih letih 20. stoletja. Kljub ostremu preganjanju mestnih oblasti so postajali čedalje bolj prisotni v množični kulturi. Martha Cooper in Henry Chalfant sta bila med prvimi, ki sta to bogato obdobje vizualne urbane umetnosti strokovno dokumentirala in predstavljala svetu. V publikaciji *Subway Art* iz leta 1984 in v ponatisu iz leta 2016 sta pojasnila vzpon in zaton podzemne in grafitarske scene v Ameriki konec osemdesetih let ter njen nepričakovan preporod na globalni ravni v 21. stoletju.

Slika 1: Martha Cooper in Lunar na festivalu ulične umetnosti Street Art Festival 2021 v Ljubljani, 29. 6. 2021. Foto: Helena Konda

DOI:10.4312/ars.15.1.213-228

Jeff Chag je v celostni študiji hiphop gibanja pojasnil, da so v svet umetnosti najprej vstopile izvrstne fotografije pografitiranih vlakov, ki sta jih posnela Martha Cooper in Henry Chalfant. Septembra 1980 je Chalfant svoje fotografije prikazal v galeriji O.K. Harris Gallery v Sohu, Cooperjeva pa je bila priznana urbana folkloristka in fotoreporterka, ki je delala za časopis New York Post. Ulični grafitarji so v sedemdesetih letih 20. stoletja že prikazovali svoja dela javnosti,¹ po Chalfantovi razstavi fotografij pa so se razstave grafitov začele vrstiti v manjših galerijah. Decembra 1980 je ta trend bliskovito zaznamoval umetniški svet v New Yorku, ZDA in tudi drugje po svetu (Chang, 2005, 142–144). Vrhunec priljubljenosti kot del subkulture hiphop so dosegli v osemdesetih, potem pa so bili s sistematičnimi restriktivnimi ukrepi skoraj izkoreninjeni ravno tam, kjer so nastali v svojem prepoznavnem divjem slogu – na newyorški podzemni železnici.²

V Evropi so bili grafiti v približno istem obdobju prav tako pomemben družbeni medij, ki je še danes v kolektivnem spominu na globalni ravni. Medtem ko so bili ameriški grafiti predvsem vizualni in so poleg estetske intervencije v javni prostor vnašali predvsem teritorialno gibanje mladine iz revnejših sosesk, so bili v Evropi grafiti predvsem napisni in so sporočali z besedo bolj kot z obliko.³ Spomnimo se znamenitih grafitov francoskega maja '68 z izbrušenimi filozofsko-pesniškimi bodicami in punkovskih grafitov, ki so se v sedemdesetih letih pojavili v Londonu. V 21. stoletju se je grafitarska samonikla umetnost v javnem prostoru razcvetela. Poleg likovnih in jezikovnih grafitov so se pričele pojavljati tudi druge dvo- in tridimenzionalne intervencije v javni prostor. Zanje se je uveljavil termin *street art*, torej ulična umetnost, čeprav gre dejansko samo za likovno obliko ulične umetnosti.

Globalna prisotnost in priljubljenost uličnih umetnikov je temeljito vplivala tudi na institucionalno umetnost ter na trg umetnin. Jean-Michel Basquiat in Banksy sta svetovno znana umetnika, ki sta začela kot grafitarja. Danes njuni izdelki dosegajo visoke zneske na umetniških trgih, preoblikovala pa sta tudi svet umetnosti na splošno.

Pri opisu razvoja preučevanega pojava izhajam iz Hauserjeve razlage razvoja umetniške produkcije. Arnold Hauser je v *Filozofiji umetnostne zgodovine* (1963) pri

1 Leta 1979 je bila v Italiji grafitarska razstava v galeriji Medusa. Na njej je razstavljal »Lee« George Quinones, ki je še nekaj let pred tem s krujem FAB 5 FREDDY grafitiral po vlakih in stenah (Chang, 2004, 148).

2 Zvezdniki newyorških grafitov iz 70. in 80. let – Daze (Christopher Ellis), Dondi (Donald White), Futura 2000 (Leonard McGurr), Lady Pink (Sandra Fabara) in drugi – so v skupnem duhu razvili zapleteno kaligrafijo, znano kot divji slog (*wild style*). »Po navalu zanimanja galerij, kritikov in zbirateljev v zgodnjih osemdesetih letih je svet visoke umetnosti izgubil zanimanje za grafito.« (Johnson, 2014, 23) Od vseh predstavnikov tega gibanja sta trajno prepoznavnost dosegla le Keith Haring in Jean-Michel Basquiat (Johnson, 2014, 23).

3 Pojav se je začel v Italiji s fašističnimi političnimi grafiti v dvajsetih in tridesetih letih 20. stoletja. Pridružili so se jim nacistični grafiti v tridesetih letih v Nemčiji, Avstriji, Španiji in drugje po Evropi. Hkrati so se pojavili protifašistični grafiti z drugimi odporniškimi posegi v javni prostor, najprej v dvajsetih letih na Primorskem in v Istri. Milica Kacin-Wohinz je ugotovila, da je bil vseljudski upor Slovencev in Hrvatov v Julijski krajini prvi antifazišem v Evropi (Stiplovšek, 1990, 651–652; Ferletic, 2007).

omembi resničnih razmer umetniške produkcije poudaril, da ima razvoj slogovnih oblik svojo notranjo logiko. Umetnost dosledno išče rešitve nekaterih formalnih problemov v vsakem slogovnem obdobju in dokaj enakomerno napreduje k temu cilju. Tovrstni razvoj poteka v slogovno enotnih zgodovinskih fazah in v zaporedju različnih slogov, ki se zdijo povezani kot vprašanje in odgovor ali kot teza in antiteza (Hauser, 1963, 25–26). Hauser je tudi pronicljivo pojasnil, zakaj se v določenem trenutku en trend umakne drugemu:

Spodbuda za spremembo sloga vedno prihaja od zunaj in je logično pogojena. Tudi občutek sitosti in želje po spremembi sploh ni ustrezna razlaga izginotja stila. Seveda ima želja po spremembi pogosto tako pomembno vlogo v zgodovini umetnosti kot v zgodovini mode; vendar je to zahtevo mogoče izpolniti, ko je talent na voljo, ne da bi šel izven možnosti trenutnega sloga. Vsekakor pa s staranjem močno uveljavljene družbene kulture prihaja tako do naraščajoče želje po prenovi sprejetih oblik kot pogosto do večjega odpora proti vsakemu poskusu njihovega spreminjanja. Na splošno je pojav nove javnosti potreben, da bi omajal globoko in trdno zakoreninjeno umetniško tradicijo in privedel do korenite spremembe okusa.

Hauserjevo brezčasno opredelitev preloma v zgodovini umetnosti uporabljam kot splošno teoretsko izhodišče pri predstavitvi tipografije grafitov, napisnih in likovnih, ter likovne ulične umetnosti. V nadaljevanju podrobneje ponazarjam dejanske slogovne značilnosti po obliki in družbeni umeščenosti, pri čemer uporabljam model kulturne biografije stvari, ki je sestavni del teorije družbenega življenja stvari (Appadurai, 1986). Oba teoretika, Hauser in Appadurai, izhajata iz marksizma, natančneje, iz Marxovih kritičnih zapisov, zato se mi zdi njuna povezava smiselna in konsistentna.

Že iz imena modela kulturne biografije stvari izhaja, da gre za posnemanje metode zapisovanja življenjskih dosežkov pri ljudeh. Vsak človek ima lahko veliko življenjepisov – strokovnega, političnega, družinskega in tako naprej. Vsak od njih beleži nekatere vidike življenjske zgodovine in zavrže druge. Prav tako imajo lahko pristranske življenjepise tudi stvari (Kopytoff, 1986, 68). Model je razvil Igor Kopytoff (1986) za pojasnjevanje postopka poglobljenja pri teoriji materialnega življenja stvari Arjuna Appaduraia (1986). Appadurai je uvodoma pojasnil, da teorija obravnava tudi nematerialne stvari, ki imajo za nekoga vrednost in so lahko predmet menjave. Izhajal je iz tradicionalnega razlikovanja dveh tipov menjave v človeških družbah, darovanja in trgovine. Takšno izhodišče sta izpostavila že Marcel Mauss in Karl Marx v svojih znamenitih delih *Dar* (1925) in *Kapital* (1867, 1885 in 1894). Pri pojasnjevanju, kako se kaže družabnost stvari, je Appadurai uporabil Marxova spoznanja iz *Kapitala*, kjer je koncept blaga osrednji del Marxove kritike meščanske politične ekonomije (blagovni

fetišizem). »Marxova analiza vrednostne forme blaga je prikaz načinov, kako se pojavlja vrednost blaga, od njegove enostavne, prek razvite ali totalne in obče vrednostne forme vse do zadnje, denarne forme« (Riha, 2017, 160). Mauss se je posvetil predvsem darovanju s primerjanjem arhaičnih navad z modernimi načini. Po njegovem imajo stvari vrednost, ki je čustvena prav tako kot materialna, v nekaterih primerih pa je celo samo čustvena (Mauss, 1966, 63). Obe skrajnosti sta zastavljeni zgolj teoretično, ker je v resničnem svetu med njima veliko zблиževanj in prekrivanj.

S postopkom poblagovljenja in ob upoštevanju specifičnih okoliščin urbanega ustvarjanja utemeljujem, da glede na bistvo teorije družbenega življenja stvari predstavljajo grafiti darilo, likovna ulična umetnost pa blago za menjavo.

2 Predstavitev grafitov in likovne ulične umetnosti po obliki in družbeni umeščenosti

Pri opredelitvah grafitov iz različnih časovnih in znanstvenih področij je vedno opazna referenca na časovno spreminjanje grafitov, bolje rečeno, na umestitev v določen kulturno-zgodovinski okvir. Zgodnejši raziskovalci grafitov (Hugo Lüdecke, 1907, Alan Walker Read, 1977, Robert Reisner, 1974) so jih popisovali po javnih straniščih, zaradi česar so ti grafiti dobili ime latrinalije (Dundes, 1966). S hiphopom so postali znani kot *aerosol art*, ker je bila njihova najprepoznavnejša lastnost izdelava z razpršilcem (Chang, 2011, 142). V 21. stoletju se je pojavila umetniška nadgradnja grafitov, poimenovana *street art*, hkrati pa vznikajo nove in tehnično povsem različne oblike grafitov, kjer je v ospredju aktivistično sporočilo izdelka.

Od najzgodnejše zgodovine do 20. stoletja so prevladovali jezikovni ali napisni grafiti, ki so jih dopolnjevale sličice in simboli. To se je v 21. stoletju spremenilo. Vizualna oblika je prevladala nad vsebino, kar je prineslo drugačno podajanje sporočila in velike razlike pri interpretaciji. Od takrat lahko opazimo izrazito dihotomijo med likovnimi in jezikovnimi grafiti.

Razliko med tema skupinama lahko ponazorimo z razvrščanjem glede na oblikovne lastnosti. Pri likovnih grafitih in likovni ulični umetnosti lahko v celoti uporabljamo oblikovno razčlenitev dela po njegovih likovnih elementih in stanjih ter morfoloških slogih. Temu lahko sledi vsebinska razčlenitev za ugotavljanje njihovega pomena. Kot umetniška oblika so vezani na lokacijo in čas nastanka. Z odtujitvijo prenehajo obstajati, saj se kot taki spremenijo v nekaj drugega. Po drugi strani je za napisne grafitne razvrščanje po oblikovnih lastnostih povsem neprimerno. Tudi če so uporabljeni simboli ali preproste sličice, zlasti pri nepismenih avtorjih ali ljudstvih z drugačnimi pisavami, je bistvo sporočila jezikovno. Odtujitev iz kraja in časa nastanka ne vpliva na njihovo sporočilnost. V nadaljevanju pojasnjujem oba pola s širšim družbenim ozadjem.

Slika 2: Alexamenos graffito – žaljiv grafit iz antičnega Rima (nastal okoli leta 200 n. št.), ki je primer napisnega grafitu s sličico. Vir: Wikipedia.

Jezikovni ali napisni grafiti so prisotni na javnih površinah z besedami, znaki in simboli. So odprtega tipa, ker uporabljajo pisavo, jezik in preproste sličice. Uporabljena pisala in tehnika izdelave so praktično nepomembni. Le v redkih primerih so cenjeni tudi zaradi oblike (ulična propaganda protestov francoskega maja '68 je bila že ob nastanku prepoznana kot zbirateljsko blago, danes pa njena vrednost še vedno narašča). Mogoče jih je prebrati, prevesti in prepisati drugam, pa še vedno ohranijo isto sporočilo. Pri tem s surovo intimnostjo razkrivajo duh časa, zato so dragocen raziskovalni material za arheologe, antropologe, jezikoslovce in paleografe. Pri reproduciranju so lahko tudi zlorabljeni z dekontekstualizacijo ali s potvarjanjem osnovnega sporočila.⁴ Posebne terminologije za njihovo obliko ni ali pa je redka (na primer latrinalije) in povezana z okoliščinami nastanka. Kronološko gledano so bili napisni grafiti močno prevladujoči od najzgodnejših začetkov do pojava hiphopa. V tem času je bilo tehnološko gledano manj naprav za vizualno dokumentacijo, pa tudi za reprodukcijo jih niso potrebovali, saj so se zanimiva sporočila prenašala ustno ali s kopiranjem.⁵ Slikovnih ali drugih obeleženj takšnih grafitov je zato malo. Najpogostejše so dokumentirani kot spremljevalni pojav drugih dogodkov, na primer protestov ali arheoloških odkritij, zelo pa so pogosti v kolektivnem spominu na globalni ravni. Kategorizacija napisnih grafitov je zelo odvisna od zbranega gradiva in se praviloma nanaša na vsebino.

4 Francoska trgovska veriga Leclerc je februarja 2005 zlorabila podobo plakata študentskih protestov maja '68 za svojo oglaševalsko kampanjo. Prvotno upodobitev pripadnika nacistične specialne enote s čelado, pendrekom in ščitom z nacističnim napisom so spremenili tako, da so na ščit narisali črtno kodo in dopisali: »Visoke cene zatirajo vašo kupno moč« (Tempest, 2008).

5 Leta 1966 je bil v Ameriki pogost napis ali vzklik: »Hej, L.B.J., koliko otrok si pobil danes?« L.B.J. so bile kratice predsednika Johnsona, ki je nasledil ubitega predsednika Kennedyja in se je v drugem mandatu odločil za podaljšanje vojne v Vietnamu (Reisner, 1974, 190).

Lahko zajema le nekaj splošnih kategorij, na primer delitev na represivne, aktivistične, spontane in posebne grafite glede na ozadje teritorialnih reprezentacij grafitarskih skupin in posameznikov v javnem prostoru (Konda, 2017, 31) ali pa je uporabljen celo leksikonski način z več kot 400 kategorijami (Reisner in Wechsler, 1974).

Slika 3: Aktivistični grafit, narejen s šablono. Ljubljana, 29. 5. 2021.

Foto: Helena Konda

Likovni ali slikovni grafiti so silovito zavzeli svet s hiphoperskimi slikovitimi napisi v nemirnih sedemdesetih letih 20. stoletja.⁶ Hitra urbanizacija je s številnimi brezosebnimi javnimi objekti omogočala materialno podlago razvoju samonikle urbane umetnosti. Čeprav so bili hiphoperski grafiti praviloma okrašene besede, zlasti nadimki avtorjev, so sporočilnost posredovali z obliko, barvami in liki. Pred tem praktično ni bilo slikarskih grafitov, ker so na takšen način v javnem prostoru nastopale slike po naročilu, freske in murali ali druga likovna umetnost v javnem prostoru.

Vizualno komunikacijo likovnih grafitov lahko sestavlja ali dopolnjuje besedilo. So zaprtega tipa, ker so nerazumljivi za večino ljudi (Alonso, 1998) ali pa si jih interpretirajo po svoje. Navzven so namenjeni predvsem izražanju teritorialnosti in umetniškega daru. Sporočilnost je večja med poznavalci, ki znajo prebrati kompleksno oblikovane črke ter razbrati slog in vzornike avtorja, člane ekipe, ki sodeluje, aktivistična sporočila in še veliko več. Veliko ustvarjalcev likovnih grafitov izhaja iz strokovnih in profesionalnih krogov likovne umetnosti in oblikovanja, zato je dovršenost izdelka zelo pomembna. Uporabljajo specializirane materiale in tehnične pripomočke, zlasti spreje s prilagojenimi kapicami. Značilne so tudi izpopolnjene tehnike, priprave s skicami in ustvarjanje v kolektivu. Terminologija grafitarjev globalno gledano še danes temelji na žargonu prvih hiphoperjev, ki so izraze in kategorizacijo ustvarjali predvsem na podlagi tehnike in lokacije grafita. Uveljavili so se anglizmi, ker grafitarji terminov niti ne poskušajo prevesti v svoj jezik⁷ (Slovar izrazov, 2008). Najpogostejši

6 Hiphop so kot subkulturo v New Yorku opredeljevali grafiti ter prelomne spremembe v glasbi in plesu. »Ljudje govorijo o štirih sestavinah hiphopa: 'didžejanje', 'bibojanje', 'emsijanje' in grafitiranje« (DJ Kool Herc v Chang 2007, xi).

7 Obstajajo izjeme, kot so brazilski grafiti *pixo*, izjemen kaligrafski slog iz predmestja São Paola, ki spominja na skrivno pisavo, vendar deluje kot monumentalna likovna okrasitev. Z nelegalnimi poslikavami pročelij večnadstropnih stavb grafitarji *pichadores* brez zaščite izvajajo uporniške akcije proti

izrazi so »tag« za enostaven podpis, »bomb« ali »throw-up« za preprostejši dvobarvni grafit, »burner« za posebno opazen grafit in »masterpiece« za likovno zahtevnejši grafit z več barvami in razgibano kompozicijo.

Slika 4: Knofov hiphoperski grafit (throw-up, tag) in Azramov burner na drugi strani ceste. Ljubljana, 30. 5. 2021. Foto: Helena Konda

Dokumentiranje hiphoperskih grafitov je sprva zanimalo le malo raziskovalcev. Z razvojem informacijskih tehnologij pa so avtorji pričeli sistematično beležiti svoje dosežke. Prepoznavne podobe je množična kultura hitro sprejela za svoje, zato se je njihova pojavnost v medijih zelo povečala. Reproducirati so jih pričeli zlasti v glasbeni industriji, pri notranjem opremljanju in oblačilih, sistematično pa so jih začeli predstavljati tudi tiskani in elektronski mediji.⁸

Na spletu in v javnosti so podobe grafitov zelo pogoste, vendar gre pri tem za pomembno razliko od napisnih grafitov. S slikovnim ali fizičnim prenosom grafitu v drugo okolje ali medij se njegova sporočilnost spremeni. Drugače kot napisni grafiti, ki ohranijo svoje sporočilo v različnih jezikih, pisavah in medijih, se pomen likovnega grafitu, iztrganega iz okolice, spremeni v smislu prostorske intervencije, teritorialne reprezentacije, konteksta in interakcije. Takšna podoba izgubi naboj nezakovitosti in krhkost minljivosti, povečajo pa se njena prepoznavnost, učinek sporočila v družbenem diskurzu in možnost interakcije z najrazličnejšimi javnostmi. Možne so dekontekstualizacije ter zlorabe v komercialne in ideološko drugačne namene od avtorjevih (Johnson, 2014, 23).

Notranja diverzifikacija grafitov v najsplošnejšem smislu je zelo velika, zlasti znotraj obeh polov. Posamezne oblike znotraj enega pola so pogosto bliže negrafitarskim

družbeni neenakosti in puščajo močno teritorialno sporočilo. *Pichadores* poznajo svetovne trende, zlasti brazilski street art, ki ga dojemajo kot komercialnega in drugačnega od svojega izražanja. Zato zavračajo izraz grafiti in ohranjajo svojo terminologijo, čeprav so dejansko globalno gledano poosebljenje pristnosti grafitiranja po najstrožjih merilih tega pojava (Pixo, 2009).

8 Iz tega obdobja sta znana zlasti dva dokumentarna filma, *Wild Style* in *Style Wars* (oba 1983).

oblikam kot oblikam v drugem⁹ ali celo istem polu.¹⁰ Trendi zadnjih desetletij prikazujejo pojavljanje velikih muralov in nakazujejo uporabo netradicionalnih tehnik pri izdelovanju grafitov (laserji, keramika, prediva, neobičajne javne lokacije ...).¹¹ Evolutiven razvoj postgratitov v likovno ulično umetnost, *street art*, se ponekod povsem prekriva z institucionalno umetnostjo v javnem prostoru. Street art pogosto nastaja v sodelovanju z naročnikom, brez nezakonitih dejanj in za plačilo. Včasih je tudi odkrito izrabljen za oglaševanje.

Slika 5: Keramični grafit francoskega uličnega umetnika Invaderja na bregu Ljubljance. 30. 5. 2021. Foto: Helena Konda

3 Družbeno življenje grafitov in ulične umetnosti

Arjun Appadurai je v teoriji družbenega življenja stvari predstavil novo perspektivo kroženja dobrin v družbenem življenju (Appadurai, 1986, 3). Uporabil je izhodišče, da ekonomska menjava ustvarja vrednost, vrednost pa je utelešena v blagu, ki je predmet menjave. Povezavo med menjavo in vrednostjo ustvarja politika v najširšem smislu. Na podlagi tega ima blago tako kot oseba družbeno življenje (Appadurai, 1986, 3).

Pomembno se je zavedati razlike med stvarjo in blagom, saj je stvar širši pojem, ki prehaja v ali izhaja iz stanja blaga za menjavo (Appadurai, 1986, 13). »Blagovno stanje v družbenem življenju stvari lahko opredelimo kot stanje, v katerem je izmenljivost (pretekla, sedanja ali prihodnja) za drugo stvar njena družbeno pomembna lastnost«

9 Jezikovni grafiti aktivistične skupine Ženskega centra v sklopu aktivnosti pred Mednarodnimi dnevi boja proti nasilju nad ženskami leta 1995 (Hvala, 2008, 158) so bolj spominjali na fanzine, aforizme ali poezijo kot na barvite likovne grafite hiphoperjev.

10 Šablonski grafiti (stencil) bolj spominjajo na grafiko kot na katerokoli drugo obliko jezikovnih ali likovnih grafitov.

11 Francoski ulični umetnik Invader grafite izdeluje iz keramičnih mozaikov, ki jih je poslal že tudi v vesolje (Blakemore, 2015).

(Appadurai, 1986, 15). Vidik blagovne faze stvari je podrobneje razčlenil Igor Kopytoff v konceptu kulturne biografije. Ta vidik blagovnosti bi lahko opisali kot kulturni okvir, v katerem so stvari klasificirane, vendar s tem ne bi pojasnili kompleksnosti časovnih, kulturnih in družbenih dimenzij (Appadurai, 1986, 13–15).

Kopytoff je izhajal iz kulturne opredelitve stvari, ki nanje ne gleda le materialno, temveč tudi skozi kognitivni proces s spremembami statusov in menjalno vrednostjo. Komoditizacija razkriva moralno ekonomijo, ki stoji za objektivno ekonomijo vidnih transakcij (Kopytoff, 1986, 64). Pri oblikovanju koncepta je Kopytoff po Appadurajevem zgledu izpostavil komoditizacijo kot proces. Wim M. J. van Binsbergen je za Appadurajevo teorijo predlagal boljši izraz komodifikacija, ker končnica -izacija nakazuje uniliterarnost, ki pa v danem kompleksnem postopku ne velja (Binsbergen, 2006, 15). Izraz prevajam kot poblagovljenje – v obeh primerih s posameznimi priredbami.

Appadurai razlikuje med štirimi vrstami blaga. Prva vrsta vsebuje štiri kategorije glede na estetsko produkcijo: destinacija (blago v osnovi ustvarjeno za menjavo), metamorfoza (stvari za drugo uporabo, ki so postale blago), diverzija (stvari, ki so postale blago, čeprav so bile izvirno strogo zaščitene pred menjavo) in nekdanje blago (stvar, ki je bila trajno ali začasno umaknjena iz faze blagovnosti). Druga vrsta delitve loči med singularnim (posamičnim, edinstvenim, avtentičnim) blagom in homogenim (istovrstnim) blagom. Nadalje loči še primarna in sekundarna blaga, kjer so sekundarna blaga tista, ki so bila sprva močno zaščitena pred poblagovljenjem, pa se jim je to skozi metamorfozo kljub temu zgodilo. Ta delitev zelo spominja na delitev med nujnim in prestižnim blagom ter na razlikovanje med mobilnim (prenosljivim) in enklavnim (neprenosljivim, zaprtim, ekskluzivnim, podeljenim, monopolnim) blagom (Appadurai, 1986, 16, 22).

Ob tem poudarjanju razlik med darom in blagom dodajmo Appadurajevo kasnejšo pronicljivo pripombo o sebstvu stvari in njenem prehajanju: »Tako je današnje darilo lahko jutrišnja dobrina. Včerajšnje blago je jutri najden umetniški predmet. Današnji umetniški predmet je jutrišnja krama. In včerajšnja krama je jutrišnja dediščina. Poleg tega lahko katerakoli in vsaka stvar potuje od blagovnosti do singularnosti in nazaj« (Appadurai, 2006, 15).

V nadaljevanju pri analizi po Kopytoffovi razčlenitvi uporabljam termin grafiti za celoten pojav (tudi street art kot njihovo nadgradnjo). To sprva pomeni precejšnje posplošitev, ki pa jo zmanjša razlaga diverzifikacije po stopnjah poblagovljenja.

4 Kulturna biografija grafitov

Po Kopytoffovem modelu teoretične biografije so grafiti kulturno konstruirana entiteta, obdarjena s kulturno specifičnimi pomeni ter klasifikacijo in reklasifikacijo v kulturno konstituirane kategorije (Kopytoff, 1986, 68).

Družbena identiteta grafitov je od kamene dobe do danes šla skozi več stopenj preobrazbe in sprememb statusa. Za najzgodnejše primerke grafitov ne štejem veličastnih jamskih poslikav iz pleistocena, ker delujejo kot dominanten medij svojega časa. Grafiti so v osnovi marginalen pojav, ki ga na ta način raziskujejo tudi arheologi.¹²

Po uporabljenem modelu se poblagovljenje začne z odtujitvijo iz originalnega okolja. S tem stvar postane blago za menjavo. Po opravljeni menjavi sledi singularizacija ali poedninjenje, ki za stvar pomeni prenehanje blagovnosti v novem okolju in možnosti kasnejšega ponovnega poblagovljenja (Kopytoff, 1986, 68). Zahodnjaški način dojemanja v ospredje postavlja prodajnost stvari in kot blago dojema stvari, ki so naprodaj za denar ali zamenljive za druge stvari (Kopytoff, 1986, 69). V vsaki družbi pa so določene stvari izvzete iz prodaje in tako singularizirane, torej neblago (Kopytoff, 1986, 73). Neblago je stvar, ki nima cene. To lahko pomeni, da je stvar tako podcenjena, da je označena za ničvredno, ali pa je, nasprotno, neprecenljiva, se pravi tako dragocena, da ima status svetega, zaščitene in izvzete iz nadaljnje menjave. V izjemnih okoliščinah se lahko tudi neblagu status spremeni in postane predmet menjave, blago (Kopytoff, 1986, 75).

Zgodovinsko gledano se je faza poblagovljenja za grafito pričela, ko so postali prepoznani kot gradivo za raziskovanje (Maler 1883) oziroma branje (Lüdecke 1907). S tem so pridobili vrednost, ki sicer ni označevala tržno zanimivega blaga, vsaj ne dobičkonošnega, pomenila pa je začetek zbiranja, obravnavanja in nadaljnjega raziskovanja. Tržno gledano so bili grafiti kot materialen poseg v javni prostor še vedno ničvredni, se pravi neblago. Obravnavani grafiti so bili predvsem jezikovni grafiti (napisi, znaki in risbe) iz zgodnejših obdobj človeške zgodovine. Vsebinsko so bili predvsem anonimne osebne izpovedi. Med raziskovanjem ali zbiranjem pronicljivih primerkov je bilo njihovo sporočilo posredovano naprej, sami pa so ostali nedotaknjeni, torej po Kopytoffu singularizirani, in s tem neblago. Preučevani grafiti so iz ničvrednih prask postali neprecenljivi spomeniki, zaščiteni pred propadanjem na lokaciji nastanka (Pompei) ali v muzejih. Njihov status se je z leti spremenil v okviru neblaga. Po Appaduraijevi razdelitvi vrst blaga so bili grafiti v sklopu estetske produkcije stvari, ki po destinaciji niso bile ustvarjene za menjavo. Z metamorfozo so to ponekod postale, če so primerke odtujili iz naravnega okolja in prenesli v raziskovalni laboratorij, večinoma pa ne, ker so bile obravnavane kopije originalov.

Povsem drugače je v polu likovnih grafitov. Ko so se pojavili, je bilo njihovo originalno okolje javni prostor – stene vlakov in nepremičnin. Čeprav so bili anonimni, so že imeli nedenarno vrednost, ki so jo predstavljale teritorialne reprezentacije in osebna promocija. Blago za menjavo so postali v sedemdesetih letih 20. stoletja z vabili k sodelovanju v galerijah, na akademijah in drugje, torej z metamorfozo iz ulične v institucionalno umetnost.

12 George F. Andrews je pri raziskovanju zapuščine starih Majev grafito opisal kot naključno raztresene neformalne dodatke po stenah, tleh, obokih in klopih, ki jih ni mogoče obravnavati kot del dekoracije. »Veliko jih je v temnih vogalih in ozkih prehodih, ki se zdijo skriti pred pogledi« (Andrews, 1980, 2).

S priznavanjem umetniške vrednosti hiphoperskim grafitom se je pojavila možnost trženja avtorskih izdelkov. Neblago je s tem (lahko) postalo primarno blago. Grafitarji so to metamorfozo večinoma dobro sprejeli, ker je bila njihova dejavnost že na začetku svojevrstno osebno oglaševanje. V svoje mojstrovine so vložili veliko nadarjenosti, časa in denarja, zato jim je bilo priznanje širše in strokovne javnosti v ponos. Številni so se odločili za razvijanje svoje umetnosti tudi z ustvarjanjem po naročilu.

Kmalu se je pojavil ugovor, da to niso več grafiti, temveč nekaj drugega. Grafiti kot neblago so s preходом v institucionalno umetnost doživeli diverzijo, saj so bili ustvarjeni kot ulična intervencija za točno določen prostor, čas in populacijo. Materialno gledano je bil prehod iz javnih sten na platna že nastanek druge stvari, ker je bila uporabljena samo ista likovna tehnika, vse druge okoliščine in podlaga pa so se spremenile. Basquiatov slikarski slog je skoraj vedno opisan kot grafitarski, izdelki pa so poimenovani neoekspresionizem in naj bi zato spadali v domeno slikarstva, ne grafitarstva. Keith Haring je leta 1986 v New Yorku odprl trgovino Pop shop, v kateri je prodajal izdelke z motivi ulične umetnosti kot razširitev svojega dela. Svojo filozofijo je pojasnil tako: »Želel sem nadaljevati s takšno komunikacijo kot z risbami na podzemni železnici. Želel sem pritegniti enako širok krog ljudi in želel sem, da je to kraj, kamor ne morejo prihajati samo zbiratelji, ampak tudi otroci iz Bronxa« (Pop Shop 2020). Ne dvomimo o plemenitosti njegovih prizadevanj, vendar to niso bili več niti grafiti niti likovna ulična umetnost. Šlo je za nove stvari, primarno blago druge vrste.

Ta okoliščina se je spremenila z Banksyjem. Njegova ulična umetnost na trgu institucionalne umetnosti nastopa na več načinov, med drugim s pristnimi uličnimi izdelki, ki so fizično iztrgani iz okolja nastanka in prodani na dražbah. Njegovi izdelki na stenah v javnem prostoru, ki jih potrdi na svoji spletni strani, so (običajno) kmalu zaščiteni pred uničenjem ali propadanjem s prozornimi ploščami. V prvem primeru gre po odtujitvi za sekundarno blago, ki je z metamorfozo postalo prestižna premičnina. Po prodaji takšno blago običajno postane del lastnine, ki ni naprodaj, torej singularizirano in razblagovljeno ali bivše blago. Grafiti, ki so narejeni na stenah in zaščiteni s pleksi steklom, so sami po sebi še vedno neblago, ker pa zaradi njih naraste cena nepremičnine, to pomeni tudi spremembo njihovega statusa iz neblaga z metamorfozo v sekundarno, priraščeno blago.

Nekateri ulični umetniki, kot je italijanski grafitar Blu, močno nasprotujejo poblagovljenju svojih del in jih raje uničijo, kot da bi prišlo do njihove komercializacije. Prodajo uličnih umetnin vidijo kot zlorabo, poblagovljenje pa kot nesprejemljivo diverzijo. Kljub temu je kot posledica Banksyjevega vpliva na umetniškem trgu čedalje več primerkov ulične umetnosti, kar prinaša prepoznavnost in zaslužek njihovim avtorjem.¹³

13 To se imenuje »Banksy Effect«. Izraz je uvedel Max Foster, reporter za CNN leta 2007 (Banksy Effect 2020).

Tako kot Andy Warhol je tudi Banksy redefiniral umetnost in jo približal množicam. Hkrati pa je komercializacija ulične umetnosti deležna precej kritik, saj je povezana z gentifikacijo mest in s tem z odtujevanjem od svojih urbanih začetkov (De-Turk, 2014). Takšen pogled označuje dojemanje likovne ulične umetnosti kot neblago ali kot prestižno blago zaprtega tipa, ki je na voljo samo uporabnikom javnih prostorov, kjer se nahaja. Zaradi številnih pojavnih oblik grafitov in likovne ulične umetnosti je temu primerno tudi veliko različnih postopkov njihovih poblagavljenj.

Izhajajoč iz teorije družabnega življenja so grafiti neblago oziroma stvari, ki so ali bi morale biti izločene iz trgovanja. Motiv ustvarjalcev grafitov je najpogosteje polepšanje mesta ali prenos družbeno angažiranega sporočila, se pravi anonimno osveščanje javnosti. Blek le Rat, francoska legenda grafitiranja, je pojasnil, da so grafiti darilo mestu (Kordic, 2016). Po drugi strani si ulični umetniki prizadevajo, da bi bila njihova umetnost čim bolj dostopna in ustrezno obravnavana ter da bi jim nudila primerno plačilo. Svoje ustvarjanje torej že od začetka dojemajo kot primarno blago s prestižnim statusom, za katerega sta potrebna specifično znanje in izbran okus. Na ta način bi lahko grafito opredelili kot dar, ulično umetnost pa kot blago za menjavo.

5 Sklep

Teoretska, zlasti akademska pozornost, namenjena grafitom in likovni ulični umetnosti, je pri nas in tudi po svetu še vedno redka, čeprav je pojav že močno zaznamoval množično kulturo in s tem svet umetnosti. Prispevek je tako poskus hitrega splošnega uvoda, ki preide v analizo po specifičnem teoretskem modelu, neobičajnem za umetnostnozgodovinski pristop.

V prvem delu je bila uporabljena Hauserjeva teoretična ponazoritev umetniške produkcije, ki se je izkazala kot dosledna podlaga za opis raziskovanega pojava. Hiphoperski grafiti so nastali kot simbolno opolnomočenje zatirane mladine v času družbenih nemirov, se pravi, da so ponudili umetniško rešitev družbenega problema, natančnejše, sistemskega rasizma. Njihov svež talent v času naveličanosti institucionalnega umetniškega sveta z abstraktno umetnostjo je sprožil temeljito prenovo ustaljenih umetniških oblik. Formalnemu priznanju kulturne in tržne vrednosti grafitov je sledila njihova slogovna preobrazba oziroma nadgradnja v likovno ulično umetnost kot globalni in institucionalni pojav.

V drugem delu je analiza izhajala iz teorije družbenega življenja stvari. Različne razvojne stopnje grafitov so bile klasificirane po kategorijah različnih vrst blaga in strnjene v kratko kulturno biografijo. Z interpretativno metodo je bil predstavljen nov pogled na ločevanje dveh prepletenih oblik urbanega ustvarjanja, grafitov in street arta. Glede na dve temeljni vrsti menjave je analiza grafito prepoznala kot darilo, saj so narejeni brez (pričakovanja) neposrednega denarnega plačila. Po drugi strani je bila

likovna ulična umetnost opisana kot blago za tržno menjavo, ker je bolj vpeta v formalne tokove tržne menjave, kot sta zakonitost in plačilo.

Predstavljena interpretacija pomeni dopolnitev obstoječega načina razlikovanja med obema oblikama, ki temelji na deskriptivni metodi. Prispevek poskuša akademski svet umetnostne zgodovine navdušiti za poglobljanje v različne načine uličnega izražanja in hkrati opogumiti za neobičajna teoretska izhodišča, ki prispevajo h krepitvi interdisciplinarnih raziskav.

Bibliografija

Literatura

- Andrews, G. F., *Architectural graffiti and the Maya elite*, University of Texas Libraries, Austin 1980.
- Appadurai, A., *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge 1986.
- Appadurai, A., *The Thing Itself*, Public Culture 18 (1), 5–21, Duke University Press, Durham 2006.
- Binsbergen, W. M. J. van, *Commodification: Things, agency, and identities: Introduction*, Lit Verlag, Leiden 2006, str. 9–51.
- Chang, J., *Can't stop won't stop: A history of the hip-hop generation*. Picador, St. Martin's Press, New York 2011.
- DeTurk, S., »The Banksy Effect«: *The Rise of Street Art*, v: Contemporary Visual Culture, Popular Culture Association/American Culture Association Annual Conference, 2014.
- Dundes, A., »Here I Sit — A Study of American Latrinalia«. University of California, Kroeber Anthropological Society Papers, Berkeley 1965.
- Ferletic, A., »Propagandni in politično-propagandni napisi ter grafiti na Primorskem v letih pred, med in po drugi svetovni vojni«, *Zgodovinski časopis* 61, 2007, str. 113–140.
- Hauser, A., *Filozofija umetnostne zgodovine*. Meridian Books, Cleveland, New York 1963.
- Hvala, T., »Enajsta šola« aktivizma. Feministični in lezbični grafiti v Ljubljani«, v *Časopis za kritiko znanosti*, letnik 36, številka 231/232, 2008, str. 158–167.
- Johnson, K., »Writing Was on the Wall, and Some Still Remains«, *New York Times*, 7. februar 2014, str. 23.
- Konda, H., *Grafiti v Ljubljani: Zgodovina, grafitarji, mesto*. Znanstvena založba Filozofske fakultete, Ljubljana 2017.
- Kopytoff, I., »The cultural biography of things: commoditization as process«, v Appadurai, A. (ur.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge 1986, str. 64–92.
- Lüdecke, H., *Grundlagen der Skatologie*, v: *Anthropophytéia* 7, 1907, str. 316–328.
- Maler, T., »Mémoire sur l'état de Chiapa (Mexique)«, v *Revue d'Ethnographie* III, 1883, str. 295–342.
- Mauss, M., *The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*, Cohen and West LTD, London 1966.

- Reisner, R. in Wechsler, L., *Encyclopedia of Graffiti*. Macmillan Publishing Co., Inc, New York 1974.
- Reisner, R., *Graffiti: Two Thousand Years of Wall Writing*. Frederick Muller Limited, London 1974.
- Riha, R., Badiou, Marx in analiza vrednostne forme blaga, *Filozofski vestnik*, letnik 38 (1), 2017, str. 153–169.
- Slovar izrazov, v: *Časopis za kritiko znanosti*, letnik 36, številka 231/232, 2008, str. 20–24.
- Stiplovšek, Miroslav, Milica Kacin-Wohinz, *Prvi antifašizem v Evropi. Primorska 1925–1935. Koper: Založba Lipa*, 1990. *Zgodovinski časopis*, 44, št. 4 (1990), str. 651–652.
- Tempest, G. M., *Anti-Nazism and the Ateliers Populaires: The Memory of Nazi Collaboration in the Posters of Mai '68*. Diplomsko delo (BA). Univerza v Kaliforniji, Berkeley 2008.

Viri

- Alonso, A., *Urban graffiti on the city landscape*. Prispevek na konferenci Western Geography Graduate Conference. San Diego State University, San Diego, 14. februar 1998.
- Blakemore, E., *There's an Invader in the International Space Station. An Invader mosaic has found its way to space*. *Smithsonian.com*, 13. 4. 2015.
- Kordic, A., »Blek Le Rat Interview: Stencil Master at the Milanese Wunderkammern Widewalls«. <http://www.widewalls.ch/blek-le-rat-interview-2016/>, 20. 5. 2016.
- Pixo (2009), brazilski dokumentarni film o gibanju »pichação« v São Paulu. Režija: Roberto T. Oliveira in João Wainer.
- Style Wars (1983), dokumentarni film o pojavu subkulture hiphopa v New Yorku v poznih sedemdesetih in zgodnjih osemdesetih letih 20. stoletja. Režija: Tony Silver.
- Wild Style in (oba 1983), igrani film o grafitarjih iz južnega Bronxa v času razcveta hiphopa. Režija: Charlie Ahearn.
- Pop Shop. Predstavitev spletne trgovine Keitha Haringa. <https://pop-shop.com/pages/keith-haring-pop-shop-history>, pridobljeno: 15. 5. 2020.
- The Banksy Effect. Posnetek prispevka programa CNN o učinku uličnega umetnika Banksyja na trg umetnin. https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&v=o6Jdc_BW_Z8&feature=emb_title, pridobljeno: 20. 5. 2020.

Helena Konda

Kratka kulturna biografija grafitov in likovne ulične umetnosti ter razlikovanje med njima na podlagi teorije družbenega življenja stvari

Ključne besede: družbeno življenje stvari, kulturna biografija stvari, grafiti, street art, poblagovljenje

Prispevek metodološko izhaja iz socialne zgodovine umetnosti. Uvodoma je predstavljena tipologija grafitov in likovne ulične umetnosti s poudarkom na dihotomiji jezikovnega in likovnega načina uličnega izražanja. Pri dosedanjem pojasnjevanju razlike med grafiti in likovno ulično

umetnostjo je v strokovnih in drugih krogih pretežno uporabljena deskriptivna metoda. Splošno razumevanje je, da je druga oblika vizualna nadgradnja prve, pri razčlenjevanju po fizičnih lastnostih, vsebini in obliki pa je veliko prekrivanja, ker sta morfološka sloga obeh podobna. Pri spevek interpretativno pojasnjuje razliko med njima, in sicer z vpletenostjo v družbena razmerja, na podlagi tradicionalnega razlikovanja dveh tipov menjave – darovanja in trgovine. Analiza izhaja iz teorije družbenega življenja stvari Arjuna Appaduraija. Različne razvojne stopnje grafitov so klasificirane po kategorijah različnih vrst blaga in strnjene v kratko kulturno biografijo po modelu Igorja Kopytoff.

Helena Konda

A short cultural biography of graffiti and street art with the distinction between them made on the basis of the theory of the social life of things

Keywords: social life of things, cultural biography of things, graffiti, street art, commoditization

The paper methodologically derives from the social history of art. It explains the difference between graffiti and street art interpretatively by considering social relations, based on the traditional distinction of two types of exchange – gift and barter. The analysis is based on Arjun Appadurai's theory of the social life of things. The different developmental stages of graffiti are classified into categories of different types of commodities and collected into a short cultural biography, modelled by Igor Kopytoff.

The study starts with the typology of graffiti and street art, emphasizing the dichotomy of the linguistic and artistic types of expression on the street. In the contemporary descriptions of the difference between graffiti and (fine) street art in professional and other circles the descriptive method is mostly used. The general understanding is that the second form is a visual upgrade of the first. However, according to the physical attributes, content and form of both there is a considerable overlap, because the morphological styles are similar. The study starts with Arnold Hauser's explanation of the development and real conditions of artistic production as stated in *The Philosophy of Art History* (1963). The development of stylistic forms has its own internal logic. Art consistently seeks solutions to some formal problems in each stylistic period. The theoretical framework provided a consistent basis for describing the researched phenomenon. Hip hop graffiti emerged as a symbolic empowerment of oppressed youth during a time of social unrest. It offered an artistic solution to a social problem, more specifically systemic racism. The cultural and market value of graffiti was followed by its stylistic transformation or an upgrade into street art as a global and institutional phenomenon.

In the second part, the analysis is based on the theory of the social life of things. The different developmental stages of graffiti are classified into categories of different types of goods and condensed into a short cultural biography. The use of an interpretive method offers a new approach for explanation of the distinction of the two coinciding forms of urban creation – graffiti

and street art. Given the two basic types of exchange, the analysis identifies graffiti as a gift, as they are made without expecting any direct payment. On the other hand, fine street art has been described as a commodity for market exchange because it is more embedded in formal currents of market exchange such as legality and payment.

The paper aims to supplement the existing way of distinguishing between the two forms, based on the descriptive method, with a new interpretation. It also tries to inspire the academic world of art history to delve into different ways of street expression. At the same time it encourages the utilization of unusual theoretical backgrounds that contribute to the strengthening of interdisciplinary research.

O avtorici

Helena Konda je avtorica znanstvene monografije *Grafiti v Ljubljani: zgodovina, grafitarji, mesto*, ki je izšla leta 2017 pri Znanstveni založbi Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. Dve leti kasneje je bila objavljena tudi na spletu v zbirki E-knjige - Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. Avtorica raziskuje grafite in urbano umetnost že več kot 20 let. Napisala je več znanstvenih in drugih prispevkov ter predstavljala različna področja grafitiranja na znanstvenih in poljudnih prireditvah. Poleg grafitov jo zanima tudi film, zlasti dokumentarci. Naslov: Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani, Zavetiška 5, 1000 Ljubljana. E-naslov: helena.konda.malina@gmail.com

About the author

Helena Konda is a doctoral student at the University of Ljubljana. In 2016, she completed a scientific master's degree on graffiti in the modern urban environment of Ljubljana. She is the author of the monograph *Graffiti in Ljubljana: the History, the Graffiti Artists, the City* (Znanstvena založba Filozofske fakultete v Ljubljani, 2017). Two years later, it was also published online in a collection of e-books. The author has been researching graffiti and street art for over 20 years. She has written several scientific and other papers and presented various areas of graffiti at scientific and popular events. She understands graffiti as the make-up of the city, a kind of chronicle of its time and an indicator of the social situation in the city. In addition to graffiti, she is also interested in film, especially documentaries. Address: Department of Ethnology and Cultural Anthropology, Faculty of Arts, University of Ljubljana, Zavetiška 5, 1000 Ljubljana. E-mail: helena.konda.malina@gmail.com