



Grafiti + institucija = šminka

## Pasivci, odjebite!

Nikoli ne vemo, kaj se bo zgodilo z grafitom jutri, vemo pa, kaj se bo jutri zgodilo z objektom v muzeju ali galeriji – nič (razen svetlih izjem kraj in sabotaž). *Street art* je živa ulična komunikacija in vsi poskusi arhivirati jo, so neuspešni. Kadar grafit potisnemo v institucijo, izgubi svoj smisel.

Namen tega članka je opozoriti na to, da lahko prav institucionaliziranje uniči tisto, kar bi na vsak način želelo ohraniti. Da bi etnologi zavarovali predmet, ki ga proučujejo, so Tasaday – Indijance, ki so jih odkrili leta 1971 v pragozdu na Filipinskem otoku Mindanao in ki naj bi živeli tisočletje brez stika s svojo vrsto – vrnili v primitivno dobo zunaj dosega kolonov, turistov in etnologov tako, da naj bi zavarovali rezervat, v katerega naj ne bi nihče vstopal. »Za to, da etnologija preživi, mora njen predmet proučevanja umreti in se tako maščuje za to, da je bil 'odkrit', in s svojo smrtjo izzove znanost, ki ga hoče opredeliti«, piše Baudrillard (1999: 16).

Ker so se domačini v stiku s turisti in etnologi v trenutku popačili kot mumije na svežem zraku, so etnologi, da bi preprečili dostop do njih, uredili zaprto območje v pragozdu, kjer bodo Tasaday ostali nedotaknjeni. Znanost izgubi objekt proučevanja, vendar bo njegova deviškost ostala nedotaknjena. Tako bo »Tasad zamrznjen v svojem naravnem bistvu služil za popoln alibi, kot večna kavcija. ... Indijanec, ki smo ga tako poslali nazaj v geto, v stekleno krsto pragozda, spet postane model za simulacijo za vse mogoče Indijance pred obstojem etnologije« (Baudrillard, 1999: 17). Znanost pa ima končno dostop do prave realnosti staroselcev, ki jih je sama ponovno iznašla. »Seveda so ti Indijanci POSMRTNI: zamrznjeni, globoko zamrznjeni, sterilizirani, na smrt zavarovani, postali so referenčni simulakri in sama znanost je postala čista simulacija. ... Mi vsi smo Tasadi, Indijanci, ki so ponovno postali to, kar so bili, se prav to, v kar jih je spremenila etnologija – Indijanci simulakri, ki končno razglašajo vesoljno resnico etnologije« (Baudrillard, 1999: 16–17). Skratka, Tasadi so odkriti, potem pa so pogoji laboratorijsko vzpostavljeni in postanejo simulacija, vsaka naključnost nadaljnjih dogodkov je preprečena. Zavarovani so v svoji »stekleni krsti«.

Podobno se dogaja z ekološko ozaveščenostjo. Ekologija postane tržna niša. Povsod se reciklirajo izgubljeno telo ali sposobnosti, izgubljen okus hrane ali izgubljena družabnost. Tako smo ponovno odkrili »bedo in askezo, razcvetela se je divja naravnost: natural food, health food, yoga« (Baudrillard, 1999: 23). Na primer, LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability) – tiste velike medijske zvezde, ki na eni strani služijo milijone dolarjev, »biseri« hollywoodske industrije, enega pomembnejših državnih ideoloških aparatov, se na drugi strani zanimajo za vzhodnjaško tradicijo, jogo, veganske restavracije, »yuuki« (organske) modne obleke, plastično vrečko zamenjajo za »old-school Japanese furoshiki« ali celo elegantno Louis Vuitton torbo za nakupovanje itd. George Clooney, Harrison Ford, Leonardo DiCaprio, Julia Roberts in »Arni« so znani lohasi. Kanazawa, direktor Lohas Worlda, pravi: »Nekoč je bila edina možnost izseliti se iz mesta, odpovedati se modnim oblekam in postati zeleni potrošnik. Vendar so zdaj lahko potrošniki lohas ekološko ozaveščeni, medtem ko uživajo meščansko življenje. Pomembno je spremeniti svojo zavest, da bi postali moder potrošnik.«<sup>1</sup> Nova vrsta potrošnikov – potrošniki lohas. Skratka, problem ni v trgu, problem je samo v tem, kaj mi kupujemo. Pojdite in kupite pravo stvar, kakšni pa so mehanizmi, ki narekujejo nujo nakupovanja, vam zbudajo željo, ženejo tržni motor, pa ni pomembno. »Prava nevarnost pa je, ali so lohas in podobni proizvodi res tisto, kar trdijo, da so«. Kajti če pa so res to, kar trdijo, namreč pravi produkti lohas, potem pa čim več kupujte!

Če pogledamo tekst in strategije, ki jih uporablja skupnost LOHAS, vidimo, da je to pravzaprav še en proizvod trga. Ekologija, zapakirana v ekonomijo. Ponovno iznajdena Ekologija. Ekologija kot prodajni proizvod. Živeti ekološko je zdaj presežek. Ker takšno ekološko življenje uporablja tržni diskurz, tudi tako manipulira množice.

Naivno je torej iti iskat etnologijo k divjakom ali kam v nerazviti svet, ko pa je tukaj, povsod v metropolah, pri belcih, v celem zbranem svetu, analiziranem, potem pa umetno obujenem v vrstah realnega, v svetu simulacij, halucinacij resnice, izsiljevanja realnega, umora vsake simbolične forme in njene histerične, zgodovinske retrospektive – umor, ki je najprej doletel Divjake, noblesse oblige, ki pa se je že zdavnaj razširil na vse zahodnjaške družbe. (Baudrillard, 1999: 17–18)

V vsakdanu smo priča podvojevanju, ponovnemu odkrivanju, nadomeščanju itd. Kar Baudrillard piše za znanost, se odvija tudi v umetnosti. Za to, da (sistematizacija) umetnost(i) preživi, mora njen predmet sistematiziranja umreti in se tako maščuje za to, da je bil »odkrit«, in s svojo smrtjo izzove umetnostni sistem, ki ga hoče opredeliti. Prav enako. Umetnost je komunikacija. Postavljanje objektov, projektov itd. v muzeje in galerije je umor, je čaščenje mrtvega objekta, je arhiviranje v katakombah umetnosti in v tem trenutku objekt, ali kakršnakoli izjava, izgubi funkcijo in smisel – moč komunikacije. Ti prostori so posvečeni, njihova funkcija je jasna, namreč: tja naj bi se hodilo »absorbirati« umetnost. Kar se tam dogaja, je rezervirano za umetnostno polje. Ko prestopimo prag, se naša percepcija zamenja in tisto, kar bi se nam zdelo morda na ulici ali kakšnem drugem javnem mestu čudno, je tukaj sprejemljivo, saj nas pred napačno interpretacijo »varuje« umetnostna institucija. Ko hodimo po ulici, se peljemo, smo doma itd., ne želimo teh vdorov; rezervirajmo si mesto za to – za umetnost – in jo obiskujemo

<sup>1</sup> <http://www.lohas.com/>, (01. 11. 2007).

tam. Kakšna je to komunikacija, če ne laboratorijsko postavljena?

Na primer, »razstave« grafitov. Spet gre za ponovno »odkritje«, samo sterilizirano. Grafiti kultura, ki se je razcvetela v 70. letih v New Yorku in se razširila po vsem svetu, je seveda živela na ulici, javnem prometu in drugih javnih mestih. Komunikacija je živa, usoda grafitov je nedoločena, ti se spreminjajo, izginjajo in nastajajo novi. Nastanek je nepričakovan in ilegalen. To je kreativna komunikacija, dostopna vsakomur. Srečamo jo lahko na povsem nepričakovanih mestih in od samih opazovalcev je odvisno, v kolikšni



meri jo opazijo, dojemajo in kako interpretirajo. Vsekakor pa ni v instituciji umetnosti. Ko jo v 80. letih umetnostni sistem »ponovno odkrije«, jo sterilizira in postavi v mrtvašnice – galerije, posvečene prostore, ki grafito »priznajo« oz. določijo za umetnost. Grafiti so takrat »in«. Ampak kaj ostane od grafita, ki mu vzameš ulico ali izbor prostora, ilegalnost nastajanja, nedorečenost njegove usode, premikanja z javnim prometom itd., vse, kar ga določa? Samo še posnetek, sterilizirana podvojitve, mrtva podoba.

Tako so v Ljubljani (2006) pripravili razstavo grafitov, kjer so v sobah galerije grafitarji krasili stene. Naslov razstave pa je bil »Street art«. Da so se tam pojavili ti okraski, se je bilo treba odpovedati vsakemu smislu grafita. Pravzaprav tam sploh ni bilo grafitov, tam so bili našpricani okraski. Ko se je na fasadi galerije neko noč pojavil grafit »A grafito bi mel?«, je bil odgovor jasen, takoj so ga prebarvali. Prav zares, umetnostnih patologov ne zanima živa komunikacija, institucije ne zanima res to, kar predstavljajo, zanima jih simulaker tega. Podvojitve, ki ji odvezamo rizične elemente. Kot potrošniki lohas, pravi potrošniki, pa vseeno ekološki in s čisto vestjo, kot podvojitve jame Lascaux, ki si jo lahko ogledamo, ne da bi jo uničevala sončna svetloba, in kot vsi tisti nadomestki: kava brez kofeina, pivo brez alkohola, smetana brez maščobe, virtualni seks – seks brez seksa, vojna brez žrtev, čokoladni laksativ itd., ki jih omenja Žižek.

Z aktom predstavljanja, arhiviranja pravzaprav razbijemo smisel grafita in žive komunikacije. Z aktom osvetljevanja pravzaprav zatamnimo. Ko postavitev v muzej muzealizira in iz živega naredi relikvijo, se mu izmakne smisel. In tako imamo že dobro poznane nam »žanre«, kot so intervjuji z insiderji, grafitarji, organizirano grafitiranje itd., nekoga – »raziskovalnega novinarja«, ki prek svojega dostopa z nedostopnim razkriva »resnico« širši javnosti, in insiderji dajejo kvazi legitimnost njegovim člankom in intervjujem.

Ulica, promet, javne površine itd. so prostori, kjer se odvija komunikacija grafitarjev. Ko hodim po ulici, sam opazujem in interpretiram. Na ulici nisem samo opazovalec in analitik, nisem gledalec kot v galeriji ali muzeju, na ulici sem človek in moja funkcija ni določena. Nedorečeno je, kaj bom ujel in kaj bo ušlo mojemu pogledu. Nekatere stvari opazim in jih imam možnost brati, interpretirati. Skratka, ulica je tam za vse in naša svoboda je opazovati spremembe na njej in interpretirati. In spet enako: ko neki »street artist« potem v intervjujih ponuja interpretacijo in razlago kaj naj bi nekaj pomenilo, kako je to naredil, ali so ga kdaj ujeli itd., prihaja hote ali nehote do samopromocije, ki si jo dela artist, in vzajemno do pode-

ljevanja kvazi legitimnosti, ki jo ta daje publikaciji. Tako naj bi bili teksti bolj verodostojni, saj so informacije kvazi »insiderske«. Pravzaprav pa tiste, ki opazujejo grafite na ulici, avre okoli posameznikov, njihovi obrazi, frontmani in osebe za grafiti ne zanimajo – sploh pa ne prek posrednikov. Ko grafitarji dajejo intervjuje, se nakako iz ene komunikacije na ulici spustijo v drugo, da bi obrazložili prvo. Tako se postavijo v vlogo kuratorja, ki razlaga, »kaj je umetnik s tem želel povedati«, kakšno je življenje v zakulisju itd., in interpretira namesto nas.

Takšna metoda analize ni univerzalna (podobno kot v primeru s Tasaday) in smisel grafita se hitro izmakne. Tako se takšni intervjuji z insiderji, grafitarji, organizirano grafitiranje in podobno, znajdejo v paradoksnem položaju, kjer se z željo, da bi street art približali bralcem, v resnici oddaljijo, z željo, da bi osvetlili, zatemnijo. In konec koncev, kaj je ta publikacija, ki jo držite v rokah?

Pred dnevi smo lahko opazovali, kako so Tut Ankh Kamona prenašali iz pred 85 leti odkrite grobnice v muzej, kjer bo na ogled vsem. Tri tisočletja je ostal ohranjen, leta 1922 pa so ga z odkritjem zares obsodili na smrt – takrat se je začelo njegovo gnitje in propadanje. Tako kot on obsojen na smrt, ko se v trenutku odkritja na zraku začne spreminjati in propadati, se umetniška izjava v art grobnici posuši in izgubi svoj smisel. Kakšen smisel ima fluxus ali Beuys v galeriji, kašen smisel ima Abramovičeva na odru gledališča Cankarjevega doma, ali Christo v galeriji? Tako kot Tut Ankh Kamon skrit pred pogledom živi 33 stoletij, je njegov grob zares v muzeju, takrat je res izpostavljen propadanju in črvom. Zdaj zares prihaja v pravo grobnico – muzej. In zdaj bo vsa naša znanost uporabljena samo zato, da bi se domislili, kako preprečiti propadanje mumije zaradi vlage in soli, ki jo prinese vsak obiskovalec, ki pride na ogled, svetlobe itd., da bi ohranili mumijo, ki je za nas neprecenljiva, saj zagotavlja, da ima kopičenje smisel. »Vsa naša linearna kultura kopičenja se podre, če ne moremo skladiščiti preteklosti na očeh vseh« (Baudrillard, 1999: 19).

Tako galerije in muzeji skladiščijo na očeh vseh, da bi lahko tisti, ki jih zanima umetnost prišli in si jo ogledali na kraju, rezerviranem za to. Torej ni treba, da ste aktivni, ne glejte okoli, ne interpretirajte sami, ne spremljajte ničesar in ne bodite pozorni, kaj se dogaja okoli vas, ker to za vas naredijo umetnostni patologi. Ko vstopite v naš prostor, vam mi izberemo, pokažemo, jamčimo, da je to umetnost, kar nastane pod našim imenom (blagovno znamko). Bodite interpasivni! Na tej točki pa se pokaže, da smer zanimanja prihaja od proizvajalca (kulture) (to je institucija) in gre proti sprejemniku (gledalcu). Torej proizvajalec (kulture) se zavzema za čim večji mentalni prostor, ki ga lahko zavzame. Ta določa, regulira, kaj je sodobna umetnost, in usmerja zanimanje pasivnega občestva. Na tej točki se sreča delovanje umetnostnega sistema z delovanjem tržnega sistema. Uporablja mehanizme, s katerimi usmerja misel recipientov in določa (ustvarja) njihove želje, usmerja tok mišljenja. V veliki meri je pri delovanju teh sistemov soudeležena publika.

Ko »proizvajalec kulture« določa, zavzema čim večji kulturni mentalni prostor, si podreja pasivno občestvo, ki negibno čaka, da dostopa do njih. Tako lahko npr. umetnostna institucija širi svoj krog »pasivcev« in uravnava njihovo zanimanje, jih vzgaja, kaj je umetnost, kako in kje absorbirati umetnost itd. Skratka, deluje ekspanzivno. Tako etablišana umetnost postavlja mainstream, ki je, želeli ali ne, dostopen vam, oz. bolje rečeno, ste vi dostopni le-temu.

Aktivna publika pa je tista, ki sama izbira in sama sledi. Na primer v subkulturah ni prostora za »pasivce«. Subkulture ne moremo slediti kot pasivna publika. Če želiš nekaj spremljati, moraš iskati in slediti informacije (npr. obiskovati dogodke, koncerte, slediti neki sceni, prek različnih medijev, mail list itd.). Subkultura je pasivni publiko izmahnjena in nima tendence

širjenja na čim večji krog. Njo zanima njen lastni krog aktivne publike. Njo zanima komunikacija s tistimi, ki jo spremljajo. Okoli določenih pojavov se zbira določen krog ljudi, ki jih to zanima. Njena dejavnost ni usmerjena na širjenje, zavzemanje čim večjega mentalnega polja. To jo loči od mainstreama, ki pokriva široko polje občinstva in ima široko obveščanje, tako da dosega tudi pasivno publiko. Tako, v obliki institucije, je dosegljiv vsem. Ko neka subkultura (npr. grafiti) prestopi v mainstream, ko jo institucija posrka, postane dostopna veliko širšemu krogu. Do nje imajo dostop tudi tisti, ki na ulicah niso nikoli opazovali (in nikoli ne bodo, ker to zanje površno naredi institucija). Tako pasivna publika v resnici dobi simulaker, ponovno odkrit grafit, ki pa mu je odvzeto vse njegovo bistveno. V laboratorijski obliki si zdaj lahko ogledamo mrtve vzorce.

Subkultura je pravzaprav namenjena vsem, izločijo se sami tisti, ki nimajo dovolj zanimanja, da bi jo opazovali in v njej sodelovali. Takrat je razmislek prepuščen drugemu, ki ga opravi namesto vas in za vas. Vsaka uporaba strukture institucij že determinira. Ni nevtralnih institucij. Za nekaj, kar prekinja s pričakovanim, ne potrebujemo institucije. Delovati nepričakovano je pogoj za kritiko. Prekinitev z ustaljenim tokom.

Predmet raziskovanja mora umreti, da bi lahko znanost preživela. Znanost je bila pripravljena žrtvovati naključno usodo Indijancev Tasaday tako, da jih je filipinska vlada leta 1976 pod krinko zaščite »obvarovala« v povsem zaprtem rezervatu in tako muzealizirala svojo najdbo. To bi bil še en primer mrtvega muzeja, če ne bi deset let kasneje sledil nepričakovan obrat. Potem ko so že bili posneti dokumentarni filmi, izšla je knjiga, o njih so pisali National Geographic, se je leta 1986 izkazalo, da naj bi bili ti Indijanci kmetje iz sosednje vasi, ki jih je Manuel Elizalde (svetovalec za narodne manjšine predsednika Filipinov Ferdinanda Marcosa) zaradi svojih političnih interesov podkupil, da so se pretvarjali, da so Indijanci. In tako so umetni Indijanci sami postali kritika znanosti.

## Literatura

BAUDRILLARD, J. (1999): *Simulaker in simulacija*. Ljubljana, ŠOU Študentska založba, <http://metropolis.co.jp/tokyo/643/feature.asp> (1. 12. 2007)