

Vizualni inventar grada

Fedor Kritovac

Street-art ili urban-art potraga za smislom, umijeće i vještina egzistiranja u gradu

Posebna slikovni i pisani žagor u gradu (na zgradama, pločnicima, zidovima, na prometnoj i komunalnoj opremi) – urbani žanr *street-art* – diskretan je. Makar se neka određena *street-art* protežu prema ukupnosti fenomena javnog urbanog prostora, a neka *street-art* cijene kao hermetičku ekskluzivu, tražilice se spretno ravnaju prema karakterističnim tehnološkim i morfološkim prepoznatljivostima.

Suspregnuti *street-art* elementi (u odnosu na *graffite* i *advertising* formate i lokacije) na svojim su mjestima; tišim, skrovitim, ili pak na nezaobilazno očiglednim (poštanski sandučići, putokazi). Pojedinačni ili u rojevima: crteži, naljepnice, šablonski otisci, kolaži. Zasad, kod nas uglavnom izostavljeni iz evidencija i komunalnih sustava sankcioniranja.

"Art" street-art i street-art "prave" i "sive" ekonomije

Premda po obliku i smještaju bliske i slične "art" vizualnim/tekstualnim tvorevinama, *street-art* sceni pripadaju i tvorevine registrirane komercijale, ali (ponajviše) tvorevine iz domene "sive ekonomije" i lokalnih i tradicijskih običaja. Između šablona i pečatima otisnutih i naljepljenih slikovnih i tekstualnih *art* tvorevina (sekvenci stripova, likova, znakova, kratica) i – pokraj i između njih – pridružuju se ponude za čišćenje stubišta, tavana i podruma, poduke iz matematike i jezika, popravka komputera, univerzalnog kombi prijevoza, osmrtnice, ugradnja umjetnih noktiju, emajljanje kada, prodaja rakije, maslinovog ulja, traženje izgubljene osobe, ljubimci, svi mogući majstori...). Marketinška kampanja u Zagrebu duhovito se maskirala *street-art* imitacijom, a tu se dodatno promotivno oglašavaju razne adrese prisutne komercijalno u drugim medijima.

Takav konglomeratni, ali i komplementarni *street-art* unosi u suvremenu kulturu svakodnevnog mjesnog/lokalnog komuniciranja i identificiranja.

Urban-art katkad je *street-artu* alternativna, možda bolja, odrednica. Ili jednostavno *folk-art*.

Jer – nije li *urban-art* potraga za smislom, umijeće i vještina egzistiranja u gradu. *Urban-art* pokreću energije ponude, potražnje, razmjene, varanja, htijenja komuniciranja, obećanja, iščekivanja, ostvarivanja... *Urban-art* (a takvo određenje ovdje predlažem za *street-art*) nadilazi razlike uzroka i razloga svog nastajanja u cjelini urbanog događanja i povijesti. S takvom se

klasifikacijom i kategorizacijom neće vjerojatno složiti niti anonimni niti *celebrity* umjetnici *street-art* (*street art* je već i na aukcijama!). S ovdje predloženim miješanjem i pridruživanjem vjerojatno se ne bi složili ni kustosi ni kritičarski profilirani specijalisti (i za) *street art*. Kako se prema njima odnose autori i privrženici djela kamo se oni naseljavaju; jesu li ti elementi na Kožarićevom *Suncu* u zagrebačkoj Bogovićevoj ulici intimni prijatelji ili tupi vandali? Dolazeći od umjetničkih muza i iz materijalne oskudice *street-art* je (na tranzicijskim vjetrometinama osobito) sastavnica i okosnica "sive ekonomije", a i zalet prema Olimpu i utopijama.

Urbani zapisi i preobrazbe

Ostaci (mediji ispisa i armature pričvršćivanja na podlogu) svjedoče o porivima univerzalnog *street-art* pojavljivanja, o ustrajnosti obnavljanja odstranjenog, o otpornosti na zub vremena. Formirani su novi urbani fosili, zagonetni arheološki slojevi (gdje se vrednovanje ne provodi ponajprije prema estetskom kriteriju, nego se treba voditi znatiželjom i vjerom u smisao otkrića). *Street-art* tvorbe (naljepnice, ispisi šablonama, selotejp zastavice i "rezanci", direktni ispisi), iako su fizički zanemarivi slojevi i nanosi – stradaju ipak u "velikim spremanjima" (kako bi se nekad reklo), a sada rutinskim i posebnim akcijama "za uredniji grad" i sezonskim "šminkanjima" (skidanja, trganja, struganja, guljenja, ispiranja).

Nakon *street-art* prepariranja glavni udomitelji intervencija (zidovi, kućišta, istaci, rasvjetni i drugi stupovi, podvožnjaci, parapeti, sjedala, stakla lokala) – jer uvlači se *street art* i u tramvaje, autobuse, trgovine – po ulicama, trgovima, nasipima, mostovima, okretištima, parkovima, prilazima, vežama – takvi elementi prostora nisu više (samo ili uopće) ono čemu bijahu namijenjeni. Oni su preradeni za "nosače urbanih zapisa" (neke vrste urbanog CD-a, DVD-a i sl.), uz što ostaju i zadanim funkcionalnim elementom (nosač rasvjete, kanta za otpad...).

Grad i Ulica: Grafiti/street-art, urban-art

Kako ulica, začudo, još zastupa grad i urbanost (kako u "pozitivnim" tako i "negativnim" konotacijama) nije neobično da je najčešće korišten izraz upravo *street-art*. U urbanom dodirivanju s ulicom je grad, u Zagreb iz svijeta već podulje navraćaju i Kraljevi ulice (The Kings of Streets), tu je svakako i Urban festival.

Kao relativno odvojena prepoznatljivost u likovnoj, prošireno i intermedijalnoj sferi *street-art* je evolucijski već dva decenija u statusu standardne rječničke, tezaurske enciklopedijske odrednice; što, od kada, glavne adrese



i akteri... (npr. Siegel, Norbert, *Graffiti Enziklopaedie*, 2001.).

Internetski su Wikipedia, www.graffitieuropa.org, www.ekosystem.org, www.flickr.com s linkovima dobra polazišta upoznavanja i praćenja. U Hrvatskoj (pretežno Osijek, Zagreb, Rijeka) ne treba preskočiti www.Ka0s.blog.hr, www.jedinstvo.hr/pmwiki/, www.zgbkaos.com, a i mnoštvo novijih blogova. Institucionaliziranje *street-art* je već dovršeno: globalizirane izložbe su već svake godine na repertoaru galerija i muzeja (ove godine u Wuppertalu, Düsseldorfu, Beču itd). Najbliža je (ali ne kulturno) bila u Ljubljani: Mednarodni grafični likovni center, 15.3. – 14.5.2006: www.mglc-lj.si.

U Zagrebu *street-art* je kao tema likovne radionice prihvaćen u Centru za kulturu Trešnjevka i kontinuirano u programu Kulture promjene u Studentskom centru (nagrađivani slikar Zlatan Vehabović i *street-art* radionice). Još se naziru ostaci podne *street-art* radioničke intervencije ispred ulaza u restoran SC-a. Prošla izložba studenata ALU fino odiše i *street-artom*. *Advertising* eksperti uočili su eksponiranu poziciju SA, pa kompanija SONDA npr. glumi sa svojim likom na zagrebačkim ulicama spretno pripadnost autentičnom *street-artu*. Stanica U2 podzemne u Beču, kod Museumquartira, jednakopravno je mjesto susreta sa suvremenom umjetnošću, a Oswald Oberhuber (uz druge) ugošćen je na stanici linije U3 sa strane "Wiener Linien" – koja ostvaruje i svoju posebnu dionicu *Kunst im oeffentlichen Raum*. (ZET u Zagrebu daleko je od takvih koncepta, ne izlazi na kraj ni s opsesivno šaranim tram-



vajskim prikolicama). Iznimno, pojavio se u pravi čas i tekst: Daniel Fischer, *Umjetnici ponovno zauzimaju zidove*, *04 Magazin*, ožujak 2006.

Usprkos tome što se "art" *street-art* već etablirao, istodobno ga se u pojmovnim i zbiljskim odabirima "skartira".

Street-art/web

I zbog toga *street-art* (u željenoj ili neželjenoj izolaciji) najsigurnije prebiva ne na ulici, nego u mreži, na blogovima. Na webu je lako spaziti što je *street-art* novo po metropolama. Skinuti primjere za svoju memoriju, zbirku, za manipulacije, za projekcije. U "mreži" se omogućuje *street-art* predloške kolonizirati bilo gdje. Digitalne datoteke su osiguranje od njihove fizičke destrukcije (programirane ponegdje konceptualno kao autodestrukcija). Na web stranicama *street-art* ima "sindikalnu", profesionalnu, forumsku i promotivnu dimenziju: upute izvoditeljima, pravne i tehničke. Vodi se evidencija po zemljama i mjestima (bez pobliže adrese), datumima i autorima. Stvara se arhiv (kao jedina baza za sve slučajeve nestajanja izvedenog u naravi). Neke su stranice u licenci ili u duhu *Creative common*. Sistematizirane (kronološki, tematski i lokacijski) stranice *street-art* (ist) prate manifesti i intervjui. Afirmirani, ambiciozni i realni umjetnici prezentiraju na web stranicama sami sebe. Prisutan je i shop. Birajmo: klasično platno, T majica, torba... primjerice poljske *street-art* M-CITYekipe. Na *street-art* mjestima u Zagrebu nailazilo se i na naljepnicu naruči-majicu.com

Za i protiv

Uspostavljene su dosta čvrste (polarizirane) kulturne i političke orijentacije: za grafiti i *street-art* kao svakovrsnu emancipaciju i rekonstrukciju javnog pristupa i dobra i – protiv – za očuvanje tradicijskoga identiteta i vrijednosti grada, također protiv (tvrdi se) neupitnog rugla, a za kontrolu ponašanja (ne rebeliranje, ne subverzija, bez devijantnosti), u obranu od razbacivanja novca za odstranjivanje učinjenih *street-art* i *graffiti* intervencija. Za sankcioniranje aktera i za mandatiranje ekspertnog



estetskog vrednovanja, populistički usmjerenog. Održani su i održavaju se skoro već deset godina (od 1998.) "graffiti" i "antigrafiti" kongresi i skupovi.

Prethodnice i poticaji

Uz arhetipske antropološke i kulturološke porive (tetoviranje, kićenje, šminkanje, označavanje pripadanja, zahodske crtarije, zagrebotine na kori stabala, dječja kreda na ulici...). Nakon dade, punka itd., suvremenu prisutnost (pa i primoru) *street-art*a potražiti treba i u svakovrnom kolekcionarstvu i produkciji bilo čega. U ponudbenom asortimanu SMS i MMS poruka također. U nagovornom oglašavanju za nesputanu bla-bla konverzaciju. U nagradnim "igricama". (Dobivaš *street-art* kapicu, majicu i suncobran, sa setom naljepnica...)

Tehnologija i proizvodnja

Čvrsta okosnica iskazu i oglasu u otvorenom prostoru sama je tehnologija i tehnika izvedbe postava/obznanjivanja. Otvoreni prostor grada priziva na licu mjesta izvedene i već pripremljene slikovne/tekstualne tvorevine. Izvedba poruka i slika u urbanom prostoru – za *street-art*/grafite izražena je tehničkim (a i statusnim) razlikama: "profesionalci" (kist, *spray-aerosol*, izvedbena pomagala) i "amateri" (prikucavanja, utiskivanja: čavlići, "rajsnedli", lijepljenja, omotavanja, umetanja, ovjesi već donesenih pripravaka s tekstom/slikom). Zastarjele tehnologije predizbornih kampanja imale su (u tom pogledu) obilježja amaterizma. U listopadu 1995. u biltenu Zelenog telefona (što prenosi *Vjesnik* od 14. studenoga 1995.) "mnoga stabla u gradu nasradala su od čeličnih uboda tapetarskih 'klamerica'...". *Street-art* izvedbe su priručne, brzinske, čarobnjački elegantno nevidljive. Svakovrno lijepljenje (kaša od brašna, tekuća ljepila, stikovi, samoljepljive trake i folije, krede, flomići, šablone, tehnički su odsudne.

Izlijepljeni Life style

Lijepljenje je općenito frazeološki visokopozicionirano; prilijepi se pljuška, uz koga će naljepiti, pasti na lijevak, pljuni pa zaljepi, itd. Etiketiranje se shvaća i provodi i doslovno. "Žvake", ili po starinski "kaugume", trijumf su, osim facijalne mimike, istodobno i lijepljenja kao usvojenog društvenog običaja, namjernog ili nesvjesnog. Ostatak žvakanja zaljepi se pod stol, sjedište, baci na pod, katapultira na strop. (Na riječkom Korzu, na primjer, marljivi čistači s posebnim priborom presreću su lijepljivog preseljenja s poda na potplate cipela.) Gesta zaljepljivanja svega što se

zaljepiti dade – biva automatizirana: nadstrešnice i ograde kod autobusnih kolodvora pune su, primjerice, iskorištenih naljepnica za prtljagu. Dospjeli putnici rješavaju ih se, premještajući ih s torbe, kovčega na drugo mjesto izvodeći pritom svojevrsnu urbanu igru. Za naknadno otkriće, nastao je zagonetno neuvjerljiv arheološki dokumentarni sloj: kakve veze imaju takve naljepnice s mjestom njihova otkrivanja. Lijepljenje je ugrađeno u strojne i manualne tehnologije. Bez flastera, memo/podsjetnika (žutog, zelenog, pink...) sveprisutnog naljepka – više se ne da živjeti. Samoljepivim se etalonima, bonovima ispunjava razne nagradne kupone. S memo lijepljenjima, softveru usprkos, oblijepljen je i kompjutor. Kako bjelodano priopćiti bez samoljepive (danas ovdje, sutra ondje) etikete – da je u lokalu zabranjeno pušenje? Pravo čudo da planinarske markacije još nisu naljepljive na stabla. Postoji li ikoji automobil bez evidencijskih naljepnica? Otraga naljepnice "bebe u autu", *babies on the board*. Ovlašteni servisi, drži rastojanje!

Naljepnice, samolijepljenje preslikači...

*Street-art*u su drage naljepnice: raspoloživost prostorom, izvedbeni troškovi (uključujući obnavljanja i zamjene postava). Naljepnice omogućuju serije, multiplikacije, sekvence, kadriiranja. Početkom sedamdesetih prošlog stoljeća još se ustima i prstom (na poštama spužvicom) na pisma lijepe poštanske marke i zatvaraju kuverte. Uskoro – pobjeda samoljepivosti: trake (selotejp, *stick*), folije, tapete itd... Sloboda unikatnih i multipliciranih smještaja samoljepivih entiteta jest sveobuhvatna. Kad se vlasti i izvođači samouvjereni diče s navodno neodoljivo efikasnim sredstvima odstranjivanja s površina (stupova, zidova, kontejnera) – neotklonjeni rezidui zaljepljivanog svjedoče o samozavaravanju i kapitulaciji pred čvrstom lijepljenog i slijepljenog. Preslikači su mogućnost premještanja s/iz jednog medija na/u drugi. U stara vremena s pomoću vode se s jedne sličice pažljivo rulilo papir da bi sličica prionula na papir. Kasnije su sličice postajale samoljepive (životinje iz Kraševih čokoladica, nogometaši, Štrumpfovi, Pokémoni, *le princesses*, ili sada *DOGS* iz "arts collections". *Spider*, *Barbie* i koji sve ne *stickers*). Uz prošlogodišnje nogometno prvenstvo nudilo se Pressers (*Collect them all!*). Oglašava se u novinama (ne na zidovima): Navijačka tetovaža, Naljepnica gledam svjetsko, Termo preslikač za majicu, HR naljepnica za auto. Ponuda naljepnica je nezaustavljiva kao i strast i zadovoljstvo kolekcioniranjem, označavanjem, igrom i dobitkom. Filatelija je već bila pripremila teren.

Za razliku od etiketa – preslikači i naslikači (od prividnih do pravih *tatooa* i inih tetoviranja) lišavaju se tijela plohe, okvira i pozadine ostavši samo slikom ili tekstom. Preslikači (čiji fenomenalni trijumf je ostvaren epohom *Letraseta* i inačica – još sedamdesetih godina 20. stoljeća) imaju inovativnu prednost koja nije samo tehničke naravi; mogu se interpolirati svuda, neprimjetno kontekstualizirajući i modifikirajući prvotnu postavu – zorno predstavljajući postmodernu narav.

Načini dopune i iskazivanja identiteta uz pomoć preslikača dugo su već u auri: tetovaže, šminka po predlošcima,



otisnute majice i kape, bedževi, rukopisni ispisi na ruksacima, trapericama.

Zasad ovi elementi reproduciraju na podloge samo mehanički (ručno, s pomagalom), urbana oprema (kao glavna podloga) i sama će biti djelomično ili u cijelosti digitalno formirana i formatirana, daljinski upravljana, uključujući i apliciranje na nju.

Minijaturizacija i parazitiranje

Oglasne dimenzije su se polarizirale: jednim smjerom prema *billboard* formatima plakatnih mjesta i *wallscape* platnima za presvlačenja cijelih fasada zgrada, u suprotnom pravcu formati manji od džepnih notesa i kalendara. Pragmatični i principijelni razlozi nagнали su naljepnice, preslikače i šablone na smanjivanje. Tolerantno ugaravanje i združeno prebivanje (za razliku od nesmiljenog trganja i preljepljivanja plakata standardnih formata). Maleni se elementi ubacuju kao paraziti: na parcelu prometnog znaka, kakvog kućišta, vratnica ili držača. Takva oglasna galanterija pogodna je za utopište na žljebovima, posudama za otpad, na rukohvatima. U zajedničkom skupu mozaičnih značajki i kaotičnih disperzija prebivaju plesni centri sa sigurnosnim bravama i promo-akcijama. Pa i sitno unikatno znakovlje, slikovni deminutivi i majušni kaligrafski *tag* grafičarski ispisi smjeste se, skrivaju ovdje. *Street-art* tada ostaje tajnim kodom.

Lokacije

Brzina i komfor prijema elektroničke percepcije gotovo obeshrabruju pogledati kako se izriče i nudi *street-art* neposredno u zbilji (u tom kvartu, toj ulici, šetnjom, u žurbi, iz tramvaja, s bicikla, iz kolica...). Mjesta za *street-art*/grafite su ili dodijeljena, ili osvojena. U Zagrebu su dodijeljeni-odobreni: zid u Branimirovoj, rotor u Novom Zagrebu, Studentski centar. Povremeno kontrolirano: Zrinjevac, prije rekonstrukcije u tijeku Kvaternikov trg. *Street-art* se drži *main streeta* i (simboličkog prvenstveno) centra grada. U Zagrebu skroman: Donji grad negdje između Trga žrtava fašizma i Britanskog trga, ponešto prema Gornjem gradu. Uostalom, ovdje je "izlog grada". Tu su galerije, tu se instalira, performira, urbana scena je akcelerirana. Iznimno drugdje.

Po *street-art*u slikovito ni znakovito nije još naslućen budući zagrebački "Manhattan" (oko križanja Heinzelove, Radničke, Ul. grada Vukovara, Radnička još nije *showroom*. A i novozagrebačko područje je još periferijski odmaknuto od *street-art*a, čak u blizini budućeg Muzeja suvremene umjetnosti, Avenue

Malla i novog Bundeka. Razlika u odnosu na grafite upravo je ovdje zorna; grafiti autentično čame, ali caruju u egzilu novozagrebačkih pothodnika).

Posude za otpatke i druga pogodna prebivališta

Među prepoznatljivim SA lokalitetima obično se u mikro i makro sredinama nađu omiljeni elementi. U Budimpešti primjerice to su starinski poštanski ormarići, u zagrebačkom središtu tipske konzolne posude za otpatke, zelene i glatke. Čim su montirane nosile su naljepnicu proizvođača, poučnu eko-naljepnicu, a uoči stranačkih izbora Zeleni za Zagreb – zelena stranka ih je oblijepila duhovitim prigodnim naljepnicama ("Ne bacajte glaso-ve u smeće!"). Za *street-art* posuda za otpatke je neslućajan izbor. Priručna, a Poruka je ono što je u kanti i na njoj. Mali grafitni *tag*-ovi, na njoj i *street-art* intervencije integriraju se s opušcima i ubačenim otpacima. *Street-art* je tu poput fermenta i specijalne arome urbanog recikliranja. Pa i doslovce: iz kontejnera za papir recikliranjem se fragmenti namijenjeni otpadu recikliraju za *street-art* galeriju.

Zone postave

Uvijek: poziva se staviti još nešto, dopuniti u *puzzle*. Tupa metalna ili siva boja poledina prometnih znakova i kućišta jest "šok" za šaroliku iskoristivost gradskog prostora. Desetak godina "Zagrebačke ceste – signalizacija", "Pismorad" (tvrtke koje su proizvode ili održavaju signalizaciju) na poledini svakog prometnog znaka stavljaju svoju naljepnicu. Umjesto žigova na urudžbirane materijale stavljaju samoljepive naljepnice. Iznad glave pogledom u nebo na poledinama prometnih znakova smještaju se i plijene pozornost već zadugo plesni centri, ručna pletenja, i druge jasne i zagonetne poruke. U ovoj najvišoj zoni postave *street-art* elementa (bez pomagala dohvatne samo za košarkaše, skakače i penjače), ne nalaze se "rezanci" (oglasi s odrescima za trganje). Ova najviša zona (gdje se simbolički teži visini *art* pozicije) nije potpuno intaktna, ali je najsigurnija. Nije neobično da se *street-art* ekspoziti dohvaćaju upravo ove zone koju izravno ne napadaju antigrafičarske ekipe i konkurenti. U svim zonama SA elementi izloženi su vremenu trajanja i prilika. Vjetar ih dere, odvija, kiša ih ispire, prašina se taloži. Naljepnice se pritom deformiraju u 3D elemente (kavkih i ima u brikolažnim izvedbama). No "loše vrijeme" za *street-art* nije kiša, hladnoća, vrućine niti prekopavanja ulica....

