

KÜLTÜREL BİR PRATİK OLARAK GRAFİTİ VE SOKAK SANATI: ATINA ÖRNEĞİ*

Graffiti and Street Art as a Cultural Practice: The Case of Athens

Arş. Gör. Hande ARAL**

ÖZ

Halktan doğan imgelerin, görsellerin toplumsal anlamları üzerine düşünmek ve onları etnografik bilgi nesnesi olarak kabul etmek kültürü anlamada zengin bir çerçeve sağlamaktadır. Bu bağlamda grafiti ve sokak sanatı hem kendine özgü halk bilgisi olan kültürel bir birim olarak hem de toplumsal kurumlara ilişkisi bakımından değerlendirilmeye uygundur. Kültürel bir ifade biçimi olarak grafiti, 1960'larda kentlin imkânlarından yoksun olan gençliğin varlığını ilan etme biçimi olarak New York'ta doğmuştur. Getto mahalleler ve trenlerde başlayan kentsel izler, 1980'lerde dünyanın pek çok kentinde görünürlük kazanmaya başlamış ve bu süreç içerisinde de hâkim kültürle çeşitli ortaklıklar kurarak günümüze ulaşmıştır. Buna paralel olarak altkültürel doğasından uzaklaşmış; "sanat" olma niteliği ile ön plana çıkmıştır. Kendine özgü yordam ve taktikler ile gündelik hayatı yaratıcılıkla dönüştüren bu pratiğin bugün bir tür "ehlileşme" ve popülerleşmeye uğradığı; sanat galerileri, müzeler, belediyeler ve çeşitli kuruluşlarla iş birliğinin arttığı söylenebilir. Bu çerçevede çalışmanın amacını, söz konusu kültürel alanın Yunanistan'ın başkenti Atina'da nasıl deneyimlendiğini, değişimin yansımalarını ve üretimdeki dinamikleri anlamak oluşturmaktadır. Bölgedeki kentsel izlerin yoğunluğuna dair medyanın ilgisi, 2008 sonrasında büyüyen politik ve ekonomik kriz atmosferinin grafiti ve sokak sanatı üretimini arttırdığına yönelik akademik çalışmalar, tarihi ve radikal politik hareketlere konu olan, tüm duvarları grafiti ve sokak sanatı ile kaplı Exarchia isimli özgün bir semte sahip olması bu çalışma için Atina'nın seçilmesinin altında yatan sebeplerdir. Araştırmanın örneklemi çerçevesinde etnografik bir yöntem izleyerek Atina'da yaşayan 15 grafiti ve sokak sanatçısıyla derinlemesine görüşmeler ve doğal gözlem yapılmıştır. Saha araştırmasında, Atina grafiti ve sokak sanatının üretimdeki dinamikler ve motivasyonlar açısından melez bir karakterinin olduğu; sosyo-ekonomik yapının çoğunlukla bu kültürel ifade alanının gündemini belirlediği; grafitiden sokak sanatına geçerken toplumsal alanda "kabul görme"ye doğru bir gidişatın olduğu anlaşılmaktadır. Sahada aktörlerin her biri, birbirinden farklı motivasyonlarla özgün tarzını yaratmaya ve yarıştırmaya çabalamakta, öte yandan tarzları tüketim kültürünün bir ögesi hâline gelmekte ve piyasa mekanizmasına eklenmektedir. Fakat bu durum söz konusu grubun kendine özgü tarz ve kültürünün son bulduğuna değil, oyunun kurallarının değiştiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler

Grafiti, sokak sanatı, kültür, altkültür, Atina.

ABSTRACT

Thinking about the social meanings of images and visuals arising from the public and accepting them as objects of ethnographic knowledge provides a rich framework for understanding culture. In this context, graffiti and street art are worth considering both as a cultural unit with its own folklore and in terms of its relationship with social institutions. Graffiti as a form of cultural expression was born in New York in the 1960s as a way of proclaiming the existence of youth who were deprived of opportunities in cities. Urban traces that started in ghetto neighborhoods and trains started to gain visibility in many cities of the world in the 1980s and it has reached today by establishing various partnerships with the dominant culture. Parallel to this, it has moved away from its subcultural nature; "art" feature has become prominent. It can be said that this practice, which transforms daily life with creativity with its unique procedures and tactics experiences a kind of "taming" and popularization and cooperation with art galleries, museums, municipalities and various organizations has increased. In this context, the aim of the study is to understand how the relevant cultural area is experienced in Athens, the capital of Greece, the reflections of change and the dynamics in production. Media attention on the density of the urban traces in the region, academic studies demonstrating the effect of growing political and economic crisis after 2008 on the increase of production in graffiti and street art, the neighborhood Exarchia which is the central location of historical and political movements with its walls covered with graffiti and street art are the reasons why Athens was chosen for this study. Within the framework of the sample of the study, an ethnographic

* Geliş tarihi: 23 Aralık 2019 - Kabul tarihi: 28 Şubat 2021

Aral, Hande. "Kültürel Bir Pratik Olarak Grafiti ve Sokak Sanatı: Atina Örneği" *Milli Folklor* 129 (Bahar 2021): 217-228

** Beykent Üniversitesi, İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul/Türkiye, handearal@beykent.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2717-5698.

method has been adopted and in-depth interviews and natural observations were conducted with 15 graffiti and street artists living in Athens. In the field research it was found that Athens graffiti and street art exhibits a hybrid character in terms of production methods and motivations; the socio-economic structure dominates the agenda of this cultural expression field and there is a trend towards “public recognition” in the social sphere in the transformation of graffiti into street art. While each of the actors in the field strives to create and compete their unique style with different motivations, on the other hand, their styles become an element of consumption culture and are integrated into the market. However, this situation indicates that the rules of the game have changed, not that the unique style and culture of the group in question have come to an end.

Key Words

Graffiti, street art, culture, subculture, Athens.

Giriş

Toplumda paylaşılan alışkanlıklar, idealler, gelenek-görenekler, kimlikler, birlikte yaşamın yolu ve çevreye uyuma dair her şey halkı ve kültürü tanımlamakta ve sürekli yeni pratiklerin oluşumunu beraberinde getirmektedir. Öte yandan, topluma özgü yaşam faaliyetleri homojen, üzerinde uzlaşmış ilişkiler ve değerler dizisinden oluşmamaktadır. Hâkim kültürel yapı içinde geliştirdiği birtakım ayrı yaşam kalıplarıyla ayrışan pek çok altkültürel alan ve yeni grup doğmaktadır. Alan Dundes’in (1998: 144) bakış açısıyla, kurulan gruplar ise kendine has yeni “halk bilgileri” oluşturmaktadır.

Bu çerçevede her biri kendine has gruplar salt kendi iç dinamikleri etrafında değil, mevcut toplumsal bağlam içinde şekillenmektedir. Bir başka deyişle, çevre ve eylem arasında bir tür arabulucu rol oynayan, kendilerine özgü bilgisi olan grup kültürleri tesadüfi olaylar yoluyla rastgele değil, birtakım sosyo-ekonomik durumlarla etkileşim içerisinde biçimlenmektedir (Fine 1979: 735-737). Bu sosyal bağlam içinde gruplar tarz ve ritüelleri yoluyla mevcut yapıyı eleştirebilmekte, değişim talep edebilmekte; İlhan Başgöz’ün folklorun işlevleri arasına eklediği “protesto” işlevini kullanabilmektedir. Dolayısıyla halk ürünleri sadece kültürü sürdürmeye ve düzeni korumaya yönelik değil; baş kaldırma, değerlere karşı durma, toplumsal değişim arzusunu bildirme gibi işlevler de üstlenebilmektedir (Başgöz 1996: 1-2). Protesto ve düzeni eleştiren işlevsel bir tavra sahip olması ise onların aynı zamanda tehdit olarak tanımlanmasına; Hebdige’nin tartışmaya açtığı şekilde ehlileştirilmesine ve uyum için yeniden yorumlanmasına sebep olabilmektedir. Hebdige, altkültürel oluşumlardaki bu ehlileştirilme sürecinin kitle tüketim nesnelere dönüştürülme ve hâkim kurumlarca (medya, hukuk, siyaset vb.) “etiketlenme” olarak iki basamakta gerçekleşebileceğini belirtmektedir. Nihayetinde grupların kültürel ürünlerinin sembolik meydan okumalar ile başlayan yolculuğu; kaçınılmaz olarak yeni gelenekler, yeni metalar ve endüstriler yaratmaktadır (Hebdige 2004: 90).

Tüm bunlar çerçevesinde, bu çalışmada kendine özgü yol, yordam ve ritüeller üreten grafiti ve sokak sanatı, grup kültürü ve halk bilgisi oluşurması bakımından etnografik bir araştırma nesnesi olarak işlenmeye uygundur. Söz konusu alan, Peter Burke’nin (2017: 9-13) hatırlattığı türden “belli bir dönemin düşünce ve tasvir yapılarını okumayı mümkün kılan” bir çeşit tanıklık, Başgöz’ün yaklaşımıyla sosyal problemlerin ifade edildiği bir halk ürünü (Bekki 2019: 750), Dundes’in (2007: 360-363) -“latrinalia” (tuvalet duvar yazıları) şeklinde bahsettiği- yetişkin dünyasının kısıtlamalarından kaçışın yeri olarak değerlendirilmeye açıktır. 1960’larda kent imkânlarına eşit erişim hakkı olmayanlar, sosyal durumlarla baş etme ve kentte “ben de varım” demenin bir yolu olarak grafiti ve sokak sanatını kendine bir araç olarak seçmiş, bir kimlik etrafında buluşmuşlardır. New York mahalle ve trenlerinde başlayan kentsel izler, 1980’lerle birlikte dünyanın pek çok kentinde görünür olmaya başlamıştır. Görünürlüğün ve tanınırlığın artması ile birlikte de

kentsel izlerin serüveni hâkim kültürel değerlerle ve kentle çelişmekten bir nevi uzlaşmaya doğru bir yol izlemiştir. İlgili literatürde, grafiti ve sokak sanatının doğasından uzaklaştığını; markalarla iş birliği ve reklam ilişkilerini, müze ve galerilerde yer almasını, sanat akımı hâline gelmesini konu edinen tartışmalar olmakla birlikte; bu kültürel grubun aktörlerinin deneyimlerine, üretimdeki kaygı ve niyetlerinin nasıl şekillendiğine ve sosyo-politik çevrenin rolüne odaklanan etnografik çalışmaların görece azlığı dikkat çeker. Çalışma, buradan hareketle oldukça dinamik olan bu kültürel ifade biçiminin nasıl tecrübe edildiğine ve ritüellerine Atina kenti özelinde etnografik bir bakış açısı ile odaklanmaktadır.

Grafiti ve Sokak Sanatının Tarihsel Seyri ve Dönüşümü

Bir iletişim biçimi olarak doğan grafiti, insanların dış dünya ile bağlantısını gösterdiği ilkel dönemdeki anlamından günümüze dek olan yolculuğunda üretim, yöntem ve amaç bakımından pek çok dönüşüm geçirmiştir; insanın varlığını ilan etme biçimi olmaktan daha fazlası hâline gelmiştir. Bu geniş yelpaze içinde, çalışma kapsamında grafiti sadece modern dönemdeki anlamı ile değerlendirilmektedir. Modern anlamı ile grafitinin doğuşu sanayi kentleri ve kente göçlerin başlangıcı ile ilişkilidir. Bu bakımdan grafiti, etnik grupların yoğun olarak yaşadığı kentlerde; mesaj verme kaygısı ve politik içerik barındıran, bireysel slogan ve cümlelerin kendine özgü formlar aracılığı ile kamusal yüzeylere aktarıldığı bir kanal olması yönü ile görünürlük kazanmıştır (Erdoğan 2009: 34). New York merkezli denilebilecek bu görünürlüğün ardında 1960'lı yıllarda artan toplumsal hareketlilik ve öğrenci hareketlerinin de payı bulunur. Söz konusu yıllarda, duvarlar hem siyasal aktivizmin hem de kentteki genç nüfusun varlığını duyurma aracı olmuştur. 1970'li yıllara gelindiğinde, gelir adaletsizlikleri, ırkçılık ve insan hakları ihlalleri beraberinde grafiti, break dans, diskjockey (DJ) ve rap olarak dört unsurdan oluşan hip-hop kültürünün ortaya çıkışı grafitinin yayılışını hızlandırmıştır (Üçer 2013: 251). 1980'li yıllara gelindiğinde, grafiti New York merkezli olmaktan çıkarak kitlesel bir nitelik kazanmış; yazarlar giderek mobilize olmuş, "grafitinin altın çağı" (Hwee Kan 2001: 20) gibi tanımlamalar yapılmıştır. Grafitinin dünyaya açıldığı ve üretiminin arttığı bu yıllar aynı zamanda grafiti "temizliği" ve cezalandırmaların da yoğunlaştığı bir dönemdir. Öyle ki 1989 yılında New York'ta "Temiz Tren Hareketi" başlatılmış; grafiti ile kaplı tren/metro hatları temizlenmiştir (Saka 2012). 1990'lara gelindiğinde ise grafiti Amerika kültürünün neredeyse ana akım bir parçası hâline gelmiştir. Grafiti, Nike ve Sprite gibi marka reklamlarında kullanılmaya başlamış, gençlik kültürünü hedef alan bir pazarlama stratejisi takip edilmiştir (Hwee Kan 2001: 20). 2000'lerin başında, internetin kitlesel bir nitelik kazanmasıyla grafitinin sokak ve insanlarla bağı kuvvetlenmiş, grup içi iletişimden toplumla diyalogun arttığı bir döneme geçilmiştir. Nihayetinde bu tarihsel seyir, suç çeteleri ile ilişkilendirilen "vandalizm" etiketli grafitiden, toplumla diyalogu ön planda tutan ve görsel seyir zevki yüksek kentsel manzaralara; sokak sanatına doğru bir geçişi takip etmiştir. Bu aşamada sokak sanatına doğru yaşanan bu genişleme ile ilgili en kritik değişim, sermayenin bu kültürel pratiğe kendini dâhil etme becerisindeki artış olmuştur (Coraline 2015: 27). Bu değişim sürecinde grafiti suçlu altkültürü ile özdeşleştirilmeye devam etmiş; sokak sanatına ise grafitiyi sokaklardan temizlemenin ve kentsel peyzajı süslemenin aracı olmaları eklenmiştir. Dolayısıyla, bu iki kültürel fenomen arasında sadece basit teknik ve yönetsel ayrılıklar değil; kentsel mekânı dönüştüren sosyolojik ayrımlar söz konusu olmuştur.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmanın örneklem grubunu kartopu örnekleme metodu ile seçilen, Atina'da yaşayan 15 grafiti ve sokak sanatçısı oluşturmaktadır. Araştırma evreninin anonim kalmayı

tercih eden ve yasa dışı statüde hareket eden grafiti ve sokak sanatçılarından oluşması nedeni ile kartopu örneklem metodu örneklem grubuna ulaşmada elverişli bir araç olmuş; bir kişi aracılığı ile diğer bir başka kişiye ulaşmayı sağlamış ve güvenilirlik sorununu aşmayı kolaylaştırmıştır. Bu metodun yetersiz kaldığı bazı durumlarda ise sosyal medya platformlarında hesabı olan kişilerle ön görüşmeler yapılarak bir anlamda “alana giriş” için rıza alınmış ve ardından derinlemesine görüşmeler ve doğal gözlem yapılmıştır. 12 kişi ile yüz yüze derinlemesine görüşme, 3 kişi ile de anonim kalma talepleri doğrultusunda e-posta aracılığı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışmada görüşleri yer alan sanatçılardan bazıları gerçek adlarını kullanmakla birlikte önemli bir kısmı gizlilik tercihleri nedeniyle bu sahada kullandıkları rumuzları ile yer almaktadır. Görüşmeler, Eylül 2017-Ocak 2018 tarih aralığında gerçekleştirilmiş; her biri ortalama bir saat sürmüş, İngilizce-den Türkçeye deşifreleri yapılarak elde edilen verilerden bulguların yorumlanması sırasında yararlanılmıştır.

Krizin Kültürel İfade Alanına Yansımaları

2000’ler ve sonrasında Atina’nın kriz olgusu etrafında bir dizi tartışmaya sıkça konu olduğu söylenilebilir. Söz konusu olgu, finansal birikim, yeniden üretim, parlamenter demokrasi, politik temsil gibi birbirine bağlı birkaç düzeyde tartışılmaktadır (Bader’den aktaran Tulke 2013: 16). Özellikle de 2008 ve sonrasında yoğunlaşan kemer sıkma politikaları ve protesto dalgaları Atina’nın ve gündelik hayatın gündemini yoğun biçimde belirlemektedir. Bu duruma paralel bir şekilde hem krizin gündeliğe getirdikleri hem de ana akım siyaset ve medyanın dağıttığı söylem Atina duvarlarına yansımakta, kentsel izler krizle beraber çoğalmaktadır (Avramidis 2012; Stampoulidis 2016; Tulke 2013; Zaimakis 2015). Atina kent merkezine varıldığında karşılaşılan manzara da bu dışavurumun boyutlarını doğrular: neredeyse tüm duvarlar bir tuval ya da gazete işlevi ile değerlendirilmektedir. Görüşmeciler de bu doğrultuda politik içerikli grafiti ve sokak sanatı – özellikle “stencil”¹ – çalışmalarının arttığı üzerinde uzlaşmaktadır. Atinalı grafiti sanatçısı George Gounezos durumu şöyle ifade etmektedir: “*Kriz elbette ki çok etkiledi. Büyük bir artış oldu. Bu bir kamusal sanat türü ve ülkenin durumu etkiliyor.*” Kentin elektrik kutularını, duvarlarını, trafik levhalarını, terk edilmiş binaların pencerelerini kullanarak yalnızca “1 Euro”, “1€” bazen ise “One Euro” yazan One Euro’nun ise grafitiye başlama hikâyesi ekonomik krize bağlı olarak gelişmiştir:

Ailem krizden etkilendi. Üç kardeşiz ve geçimi sağlayabilmek için Amerika’ya göç ettik. Sonra onlar orada kaldı ve ben geri geldim Atina’ya. ‘1 Euro’ yazmaya 17 yaşında başladım. Çevremdeki insanlar ‘hiçbir şey’ için (1 euro için) kavga ediyordu. Burada insanlar minimum paralar ile aile geçindirmeye çalışıyor. Kriz ile ilgili sarkastik bir şey yapmak istedim (11 Ocak 2018).



Fotoğraf 1: Atina / One Euro,
Kaynak: Yazarın Kendi Çektiği Fotoğraf, 11 Ocak 2018

Grafiti ve sokak sanatı, krize karşı bir ifade biçimi, çelişiklere dikkat çekme ve çözüm yolu olarak bir alan sunabilmektedir. Buna bağlı olarak mevcut toplumsal sorunları eleştirel bir tutumla işleyen kamusal sanat üretimleri de artmaktadır. Sokak sanatçısı STMTS bu durumu şöyle ifade eder:

Kriz toplum için büyük bir sorun ve evet bir dereceye kadar işimde etkisini hissediyorum. En ünlü işim de ekonomik kriz hakkında olan ile başlıyor; Yunanistan'daki kriz hakkında (tabii Yunanistan'a özgü bir şey değil). Toplumsal problemler hakkında durumlar oluştuyorum. Aynı zamanda kriz ile birlikte yeni pek çok şey doğdu. Farklı sesler, farklı estetikler. Çok fazla kontrast var; kirli-temiz yerler, göçmenler, farklı binalar ve estetikler. Kaos. İlham verici benim için (STMTS, 26 Aralık 2017).



Fotoğraf 2: Atina / STMTS,

Kaynak: Yazarın Kendi Çektiği Fotoğraf, 28 Eylül 2017

Kriz, kültürel ifade alanını beslemesi yönü ile yorumlanmanın dışında grafitinin alt-kültürel doğasını değiştirmesi bakımından da dikkat çekmektedir. Atina grafiti sahnesinde en eski yazarlardan -"writer"²- biri olarak bilinen, Lune 82, Atina'nın "grafitinin dünyadaki yeni Mekke'si" olarak tanımlanmasına atıfta bulunarak, bu tanımlamaya krizin yol açtığına ancak bu durumun tamamı ile olumlu değerlendirilemeyeceğine değinmektedir:

Atina yeni Mekke deniyor. Turizm ofisleri bundan faydalıyor aynı zamanda. Benim için evet grafitinin Mekke'si çünkü çok kolay yapmak (yasal yaptırımlar bakımından). Fakat kalite düşük. Krizin sonucu. Krizin sosyal sonuçları. Toplum yıkılıyor, sanat da (17 Aralık 2017).

Açık bir biçimde görülmektedir ki kriz olgusu, işlenen temalar düzeyinde, üretim yapılacak olan bölgenin seçiminde, üretim yapan aktörlerin sayısında ve medyanın da alana ilgisinde hatırı sayılır değişimleri getirmiştir. Söz konusu ifade alanının bu denli ilgi çekmesi ve gündem olmasına eş olarak da sanatın yüceltici unvanından faydalanmak ve birtakım avantajlara sahip olma şansı bazıları için cezbedici olmuştur. Dreyk the Pirate durumu şöyle ifade etmiştir: "*İnsanlar burada çok para olabileceğini keşfetti (ki bu her zaman kötü değil) ve bunu yükselttiler. Özellikle 2007- 2008 yılında telefonum her gün röportaj için çalıyordu.*" Dreyk, kriz ve siyasallaşan kentin bazı kişiler tarafından ünlü olmak için bir fırsat olarak kullanılabildiğini paylaşır:

Kriz sonrası yeni kuşak (Bleeps gibi) bunun avantajlarını kullanmak istediler. Banksy olmak istedi o mesela. Politik grafiti yapmak, ünlü olmak için en kısa yol olabiliyor. Bir iki ay içinde şehirde ünlü olabilirsiniz ve sosyal medya aracılığı ile de dünyada (11 Kasım 2017).

Dreyk'in bahsettiği biçimi ile politik ekseninde üretim yapmak, şöhret sağlayarak bir moda etkisi yaratabileceği gibi aynı oranda kültür endüstrisinin de ilgisini çekebilmektedir. Nihayetinde, eleştirel bir sanat yapmak özgünlük/otantiklik sağlayabileceği gibi bu özgünlük aynı zamanda güncel sanat piyasasının satın almak istediği şey olmaktadır. Bu sosyal bağlamın bir sonucu olarak da ilgili kültürel alanın dinamiklerinin, ritüellerinin, üretim motivasyonlarının türlü değişimlere uğraması kaçınılmaz bir hâle gelmektedir.

Grafiti ve Sokak Sanatı Arasındaki Ayrımlar

Grafiti ve sokak sanatı kültürüne dair en temel karışıklıklardan biri, her iki kavramın birbirinin yerine kullanılmasıdır. Kamusal mekânda gerçekleşmesi ve izleyici – sanat arasındaki mesafeleri yakınlaştırması bakımından her ikisi de pek çok ortaklığa sahip olsa da nihayetinde farklı kamusal sanat türleridir. Teknik, niyet ve işlev bakımından farklılık göstermenin yanı sıra oluşumu bakımından da sokak sanatı, grafitinin bir alt kümesi olarak gelişmiştir. Günümüze geldiğimizde ise sokak sanatı grafitiye oranla daha baskın bir pozisyon kazanmış; pek çok grafiti sanatçısı ise sokak sanatı tekniği ve niyetine dönük üretimler yapmaya başlamıştır. Bu değişimin ardında yatan nedenler sadece teknik değil; krizin bu alana yansımaları başlığında bahsedildiği gibi politik, ekonomik kaygılar ile de şekillenebilmektedir.

Dolayısıyla sanatçıların söz konusu tanımlama ve ayrımları nelere dayalı olarak yaptığı grafiti ve sokak sanatının hem politik-ekonomik zeminine hem de grup kültürü ve iki tür arasındaki hiyerarşilerin nasıl kurulduğuna dair fikir verebilmektedir. Atina grafiti sahnesinde en eski nesil grafiti sanatçılarından biri olarak tanınan Billy Gee, grafitiyi sadece bir dışavurum değil, yaşam biçimi ve hip-hop kültürünün bir bileşeni olarak tanımlamaktadır. Grafitiden sokak sanatına doğru artan ilgiyi ise ağırlıklı olarak pazarlama ve reklam dünyasına geçiş olarak değerlendirmektedir:

“Her pazar grafitiye giderim arkadaşlarımla; kaykay ve grafiti. Bu bir ritüel. Gerçek sokak sanatı, grafitidir. Grafiti, sanatın son devrimidir. Her şey grafitiden geliyor. Sokak sanatını ve bu kültürün bir pazarlama hâline gelmesini Banksy başlattı. Steve Lazarides (küratör) onun itici gücü oldu. Herkes ‘sokak sanatı’ demeye başladı. Sokak sanatı hoş bir isim ve ‘cool’. Vandalizm değil. Galeriler yaptı bunu. Atina’da da böyle (30 Aralık 2017).

Sosyal ve politik alanla daha yoğun bağ kuran grafitinin “vandalizm” olarak etiketlenildiği ve yerine sanat galerilerince görsel seyri ön plana çıkarılan sokak sanatının teşvik edildiği görüşünü Lune 82 ise şöyle ifade etmektedir:

Bugünlerde grafiti kurumsallaştırılıyor. Sanat kurumları kendi kreasyonları gibi görüyor ama değil. Grafiti getto, fakir çocuklardan doğmuştur. İsyankârdır. Galeriler, sanat eleştirmenleri ve şirketler grafitiyi kurumsallaştırdı ve ‘sokak sanatı’ olarak tanımladı ve üretimler arttı (17 Aralık 2017).

Bu kültürün içindeki bazı sanatçılar ise grafitinin kendi içine kapalı, yazarlar arası anlam dolaşımının olması yönüyle “sıkıcı” olabildiğini ve yenilik arayışının bir sonucu olarak sokak sanatı ile üretimde bulunmayı tercih ettiklerini belirtmektedir. Grafiti yazarlığından gelen fakat son yıllarda yalnızca sokak sanatına yönelen Dreyk the Pirate bunu yenilik arzusu peşinde olmak olarak ifade etmektedir:

Grafiti sadece sen ve diğer grafiti yazarları arasında bir iletişim, kod biçimi gibi. Sokak sanatı ise daha çok halka açık bir alan. Sosyallik açısından farklı. Grafiti sadece grafiti yazarları için. Ben de ‘tagging’ ile başladım. Grafik tasarım okuluna

gitmek benim bakış açımı değiştirdi. Bir de internet dışarıdaki dünyada neler döndüğünü gösterdi; İspanya, Fransa vb. Bir şeyler değişiyor (11 Kasım 2017).



Fotoğraf 3: Atina / INO,

Kaynak: Yazarın Kendi Çektiği Fotoğraf, 5 Aralık 2017

Yenilikleri ve değişimi izlemenin gerekliliğine inanan bir başka sanatçı Fikos ise grafiti, sokak sanatı ve mural olmak üzere üç dönem ayrımı yapmakta; en üst mertebeye mural’i – duvar resimciliğini yerleştirmektedir. Öte yandan, grafitiyi “yorucu” ve “dağınık”; sokak sanatını ise “temiz” olarak değerlendirmektedir:

Grafiti bir başlangıçtı. Daha çok ‘tagging’ ile ilgili ve ismini her yere daha fazla koymak ile ilgili. İkinci evre sokak sanatıdır. Daha fazla artistik ve sanat yönü olan. Stencil gibi türler bunun içindedir; daha politik formlar. Bugün ise sokak sanatından daha farklı bir form var; mural (neomuralizm de diyebiliriz). Bir yönü ile sokak sanatı tabii ki. Artık Atina’nın ihtiyacı olan şey, daha temiz duvarlar ve olumlu imajlar ve mesajlar içeren bazı güzel büyük boyutlu duvar resimleridir. Sosyal ve politik yorumlarda bulunan grafiti sanatçıları çizimleri aracılığıyla dedikodu yapıyor ve sanatları devrimci değil (30 Ekim 2017).

Grafitiden sokak sanatına, toplumsal alanda “kabul görme” ve kurumsallaşmaya giden yolda iki tür arasında bir diğer ayrım hukuki çerçevede yapılmaktadır. Çalışmanın sahası süresince de sanatçılar bu ayrıma dikkat çekmiş; grafitiyi yasa dışılık, sokak sanatını yasaya uygunluk ile betimlemiştir. Bu kapsamda, grafiti “hızlılık”, “gece çalışma” ve “grup çalışması” gibi nitelermeler ile tarif edilmiştir. Atina özelinde bu iki tür arasındaki ayrımlar değerlendirildiğinde, grafitinin grup kültürüne daha sıkı bağlılık ve kolektivite içerdiği, altkültürel değerler ve hip-hop kültürü ile ilişkilendiği, aktivist kimliğin bir parçası olduğu; sokak sanatının ise, çeşitli kurum ve kuruluşlarla iş birliği hâlinde kentsel peyzajı renklendirmeye, toplumla diyaloga açık bir tür olduğu yönündedir. Fakat bu ayrımların sahaya dair genel bir betimleme olduğunu, kültürel bir faaliyeti kategorilere ayırmanın her zaman net ve sağlıklı saptamalara ulaştırmayacağını da eklemek gerekmektedir.

Müze ve Sanat Galerileri ile İlişkiler: Direniş mi İş birliği mi?

Nispeten içe kapalı, kendi altkültürel grubu içerisinde diyalog kurmaya dayalı grafitinin ve ona kıyasla daha geniş bir kitlenin ilgisine ve yorumlamasına açık olan sokak

sanatının “vandalizm” olarak mı yoksa “sanat” olarak mı değerlendirileceği bağlama göre değişmektedir. Grafiti kültürü gettolarada yaşayan insanların kentlerdeki ayaklanmalarının bastırılması sonucunda (Baudrillard 2008: 144) ve bir yönüyle müzelerin kurumsal ve muhafazakâr yaklaşımına tepki olarak doğmuş olsa da bugün geldiği aşamada Museum of Modern Art (New York), Tate Modern (Londra), Pera Müzesi (İstanbul) gibi pek çok köklü sanat kuruluşuyla temas halindedir.

Atina grafiti ve sokak sanatı sahnesi için de dünyadaki eğilime paralel bir durum söz konusudur; sokağın aktörleri çeşitli müze ve galerilerle iş birliği kurabilmektedir. Sokağın dinamiklerine bağlı yönetilemez bir form olması fakat bu muhalif karakterinin sanat galerileri ve müzelerde bir tür “ehlileştirme”ye uğraması sahada farklı bakış açıları ile değerlendirilmektedir. Sanatçıların bir kısmı bu değişim ve kurumlarla ilişkilenebilir. Günün gereklilikleri olarak, bir diğer kısım ise altkültürel değerlerin dışına çıkış olarak yorumlanmaktadır. Fakat bu yeni sayılabilecek ilişki biçiminin de sekteye uğradığı eklenmektedir. Sanatçılara hatırı sayılır ücret kalemleri doğuran sanat galerileri ve benzeri kuruluşlar hem krizin etkisiyle güç kaybetmiş hem de sosyal ağların yükselişiyle sanatçılar da belirli kitleler yaratmaya başlamıştır. Billy Gee durumu şöyle özetlemektedir:

Eski günlere bakarsak, güç galerilerdeydi: ‘Satın alacak insanlara sahibim, bağlantım var; ağım var bu yüzden bana ihtiyacın var.’ diyorlardı. Fakat şimdi bu sosyal medya ile değişti, ‘benim kaç bin takipçim var’ oldu. Grafitiyi ‘cool’ bir isimle ‘sokak sanatı’ yaptılar ama galeriler de darda (30 Aralık 2017).

Sokak sanatçısı Olga Mavrommati ise gerek kira ödemeleri gerekse de komisyon oranları ile birlikte sanat galerileriyle iş birliği kurmanın pek çok zorlu yüzü olduğunu ifade etmektedir:

İnanılmaz fiyatlar. Geçen hafta bir galeri ile görüştüm; (hoşlanmıyorum galerilerden de ama neyse) artık satın alacak bir müşterileri olmadığını söylediler. Sattıkları her bir ürün başına da %50 pay alıyorlar. Ve bazen de galeriye para ödemek zorunda kalıyorsun. Ortalama 200 Euro kadar kira parası. Bu yüzden galeriler ile anlaşmak zor (22 Ocak 2018).

Öte yandan sanat kurumlarının düzenlediği bu tür etkinliklerin “sokak sanatı” olarak adlandırılması ve pazarlanması da bir başka sorun olarak değerlendirilmektedir:

Galeri ve müzelerin neden bunu ‘sokak sanatı’ olarak adlandırdığını anlamıyorum. Sokakta yapılan bir iş değil, sokak sanatı halka açık olandır. Ve sokak sanatı satmak için değil paylaşmak içindir. Bu sokak sanatı değil, başka bir şey (22 Ocak 2018).



Fotoğraf 4: Atina / Wild Drawing (WD), “Dedicated to the poor and homeless people here & around the globe.” (Burada ve dünyadaki evsiz ve fakir insanlara adanmıştır.)

Kaynak: Yazarın Kendi Çektiği Fotoğraf, 12 Kasım 2017

Mural çalışmaları ile ünlü olan Wild Drawing (WD) de galeri ve müzelerde bulunmanın sokak sanatının ruhunun dışında bir tavır olduğunu belirtmektedir: “*Sokak sanatı iç mekâna maruz kaldığında, sokağın güçlü ve canlı ruhundan uzak bir şey olur.*” (7 Kasım 2017). Bu eğilimle birlikte sokağın dinamiklerinden, belirsizlik, tehlike ve sürprizlerden uzaklaşılır; sokağın adrenalini bertaraf edilir. Aynı zamanda grafiti ve sokak sanatı kültürünün belirgin özelliklerinden biri olan “geçiciliği” ve sokağın şartlarına bağlı bir ömür fikri de ortadan kalkar.

Grup Folkloru Bağlamında Sahadan Yansıyanlar

Utley’in “*nerede ne zaman bulunursanız oradaki sözlü gelenek folklordur*” yaklaşımı (2005: 136), Dundes’in en az iki kişiden oluşan ve en az bir ortak öğeyi paylaşan herhangi bir grubun “halk” olabileceği, kendi bilgisini ve geleneklerini üretebileceği biçimde genişlettiği “halk” tanımı (1998: 143), Fine’nin her grubun kendine ait bir kültür – “ideoculture” oluşturduğu ve deneyimlerle sosyal gerçekliği kurduklarına dair vurgusu (1979: 734) gibi halk biliminin inceleme alanını genişleten yaklaşımlar göz önünde bulundurulduğunda grafiti ve sokak sanatı kültürü bu bakış açıları etrafında incelenmeye uygun bir çalışma sahası sunar. Kendine özgü ritüel, gelenek, ortak hedef, yöntem, dil ve jargon, etik kurallar vb. bakımından grafiti ve sokak sanatı incelenmeye açık dinamik bir alandır. Söz konusu alan sokaktan doğan altkültürel bir form olması nedeniyle anonimlik, doğaçlama ve öngörülemesizlik özellikleriyle ön planda olsa da kendine has kod ve kurallar taşır.

Bu kültüre dair en temel ortaklıklardan biri aktörlerinin kendine özgü bir rumuz belirlenmesidir. Erken dönemlerde, PHASE 2, SHADOW 137, SUPER-KOOL 223 vb. gibi rumuzlar, kendi isim kısaltmalarından veya çizgi romanların içinden seçilmiş ve sonlarına -karıştırılmamak üzere- yaşanan caddenin numarası eklenmiştir. Bireysel değil de “crew” olarak adlandırdıkları grup olarak bir arada bulduklarında ise rumuz, S2K; “Shot to Kill” örneğinde olduğu gibi grubun adının bir kısaltması olmuştur. Rumuz, yazarın (writer) ya da grubun (crew) kültürdeki imzası olması bakımından önemlidir; sokaklardaki egemenliğini işaret eder. Grafitinin temelini oluşturacak olan rumuz seçildikten sonra sprey boya ile kendine has stillerde “tag”³ hâlini alacaktır. Sahada görüşülen kişilerin rumuzlarını belirlemede ya Yunan mitolojisi, sevilen roman/film karakteri vb. yazılı/görsel materyallerden yola çıktıkları ya da bu iletişim biçimine duydukları hisleri özetleyen sözcükleri seçtikleri anlaşılmaktadır. Bazen de kaligrafik bakımdan daha zengin olacağına inandıkları sözcükleri seçmek iyi bir tercih olarak değerlendirilmektedir.

Bu sahada grup kimliğini kuran bir başka unsur, kullanılan teknik ve malzeme seçimleridir. Grafiti kültürü içinde karakter ve stilleri yarıştırmada sprey kullanımı esas kabul edilir. Bunun dışında malzeme kullanımı bir anlamda “grup geleneğinin dışına çıkılması” olarak yorumlanır. Fakat saha görüşmeleri bu kuralın da katı bir kural olmadığını, yeni nesille birlikte değiştiğini ve özgün stilini yansıtan farklı tercihlerin görülebildiğini gösterir. Öte yandan sprey dışı malzeme kullanımı grubun toplumsal alanda kabul görme ve hukuki yaptırımlara uğramama olasılığını artırır. Dreyk the Pirate durumu şöyle özetlemektedir:

Her malzemeyi kullanabilirim. Fırça da kullanıyorum. Kalemleri kullanmayı da çok seviyorum. Sprey ile başladım ama sonra bıraktım çünkü daha pahalı. Bir de önemli bir nedeni aslında şu: Yunan halkı seni sokakta elinde sprey ile gördüğünde hemen illegal bir şey havası doğuyor, kızabiliyorlar. Ama fırça ile aynı şeyi yaptığında ‘Ah ne kadar harika!’ diyorlar. Sprey ile polis gördüğünde %99 durdurur ve bakar. Ama fırça ile görürse %30 ihtimalle durdurur, sorgular (11 Kasım 2017).

Grubun kendine özgü “sokakta iş yapma kuralları”, usulleri de vardır. Örneğin temel bir kural olarak, yazarlar birbirinin çalışmasını (piece) bozmamalı, üzerine kapatmamalıdır. Fakat pratikte bu tür kuralların -çeşitli sebeplerle- her zaman işlemeyebileceği de sahada not düşülenler arasındadır. Atinalı grafiti sanatçısı Billy Gee bu durumun sebebinin “*Yeni nesil grafiti yazarlarının eski ve zorlu şartlardaki üretimini bilmemesi ve o kolektif kültürün bir parçası olmaktan çıkmış olmak*” şeklinde yorumlar. Eski nesil sanatçıların sıkça dikkat çektiği nokta yeni neslin grup kültüründen kopmuş ve daha bireysel kaygılarla çizim yapması üzerinedir. Fakat bu grup kuralının dışına çıkışın bir diğer nedeninin alandaki rekabet/savaş (battle) olgusu olduğunu eklemek gerekir. Kişiler (writer)/ gruplar (crew) arası rekabette kaybetmenin bedeli, çizimin üzerinin türlü yollarla kapatılması olabilmektedir. Alana dair diğer bir ağız birliği edilen usul, kutsal ve tarihî yerlere zarar vermemektir. Fakat daha radikal tutumla hareket eden bazı aktörler için bu kural da mekânı özgürleştirme niyetiyle ihlal edilebilmektedir. Sıkça, bu kültüre dair sözsüz kuralların zayıfladığı ve ardında grafitiden (ve hip-hop kültüründen) sokak sanatına geçiş ve popülerleşmenin olduğu vurgulanır. Bu noktada, eski nesilden gelen görüşmecilerin ortak vurgusu, her şeyin başı olan grafitiden beslenmeksizin bu kültürün içinde yer almanın bu alanı kısırlaştırdığı, onun ritüellerini kaybettiği yönündedir:

Yeni jenerasyon yüzeyleri dolduruyor ama çoğunlukla kültürün içinde değil. Neden yapıldığı, tarihinin ne olduğu vb. bilmiyorlar. Amaç bundan ün sahibi olmak. Kökleri, kültürünü bilmeli. Aksi hâlde sokak sanatı projesine dönüşüyor (Lune 82). Billy Gee'nin ifadesi ile de “Grafiti, hip-hop, kaykay, breakdanc, kıyafetler, saç stilimiz, dergiler... Biz çok güçlüydük. Her şeyi birlikte öğrendik. Ve her şey adım adımdı.

Vurgulanan “birlikte öğrenme” hâli grup bağlarını da kuvvetli tutan fakat bugün zayıflayan bir durum olarak işaret edilir. Nihayetinde kültürel bir birim olarak bu gruplar dönüşmekte; altkültürel bir pratik olmaktan popülerleşmeye uzanmaktadır. Fakat böylesi bir gidişatın olması grafiti ve sokak sanatının grup folkloru bağlamında anlamını yitirdiğini değil; üretim ritüellerinin, alan kurallarının ve tarzların değiştiğini göstermektedir.

Grup folkloru bağlamında söz konusu kültürel alanda ortaklığı sağlayan faktörlerden biri de söz dağarcığı, jargondur. Dağarcığın önemli bir kısmı “throw up”⁴, “wild style”⁵, “heaven spot”⁶, “bombing”⁷ vb. olarak örneklendirilebilecek teknikleri ve tarzları, bir kısmı da alandaki ilişkiler, rekabet ve kıdem gibi sosyal durumları içerir. Örneğin, kendini “writer” olarak tanımlayan aktörler alandaki yetenek ve cesaretleri ölçüsünde ün kazandığında erkekler için “king” (kral), kadınlar için “queen” (kraliçe) ifadesi kullanılır. Bu unvan ve onaylanma ise alanda bir başka kral/kraliçe tarafından verilir. Bir diğer faktör olarak, yazarlar ve gruplar arası yarış “battle” olarak isimlendirilir. Bu rekabette çizimlerin nicelik veya nitelik yönünden değerlendirilmesi dışarıdan kişi ya da gruplarca yapılar ve kaybeden ismini yazmayı bırakmak ya da boya parası vb. materyalleri ödemek durumunda kalabilir. Bu rekabetin ardında bazen çalışmaya zarar verilmesi, üzerinin çeşitli yollarla kapatılması (cross) olabilir. Bu ve bunlara benzer hem işin teknik boyutunu hem de kültürel ilişkileri imleyen geniş ve küresel denilebilecek ortak bir dağarcık vardır. Sahiplenilmiş bu ortak dağarcık, ilgili kültürel grubun kimlik inşasında, grup içi iletişimi hızlandırmada ve sosyal bir topluluk olmada işlev görmektedir.

Sonuç

Toplumsal bir ürün olarak kentsel mekân halktan doğan ürünlerin, De Certeau'nun (2009) deyişi ile “gündelik hayat taktikleri”nin doğduğu yerdir. Bu noktada grafiti ve sokak sanatı günlük yaşamın zorluklarından kaçışın bir aracı ve kurulu düzene yönelik eleştirilerin ifade edildiği kültür ürünü olarak doğmuş; zaman içerisinde küresel bir ifade

biçimi hâline gelmiş, hâkim kültürel yapılarla çeşitli ortaklıklar kurarak günümüze ulaşmıştır. Söz konusu araştırma kapsamında sahadaki aktörlerin, bu dönüşüm sürecini nasıl deneyimlediklerini ve toplumsal koşulların grup dinamiğindeki etkisini etnografik bir perspektifle anlamak çalışmanın amacını oluşturmuştur.

Kentin ve araştırma sahasının arka planında tekrar eden ana sosyal olgu, kriz ve sosyal sonuçlarıdır. Toplumsal çerçeveye bağlı olarak duvarlar sosyo-politik durumları takip etmekte, bir iletişim kanalı olarak kullanılmaktadır. Bu anlamda Başgöz'ün bahsettiği folklor ürünlerinin “protesto” işlevi kullanılarak kurulu düzene dair eleştiriler dile getirilmektedir. Çalışma bölgesinin seçimi, kullanılacak yöntem ve malzemeler, üretim motivasyonları gibi pek çok karar gerek örtük gerek açık biçimde onları çevreleyen toplumsal bağlam doğrultusunda verilmektedir. Öte yandan, kriz sonrası artan üretim; sanat piyasası, medya ve sermayenin de Atina grafiti ve sokak sanatı sahnesine ilgi göstermesini sağlamış ve alan çekicilik kazanmıştır. Bu süreçte grafiti ve sokak sanatı arasındaki ayrımlar da belirginleşmiş; sokak sanatı daha “makbul” kabul edilmiştir. Hâlihazırda küresel olarak da böylesi bir eğilim mevcuttur; sokak sanatı yoğun bir ilgiyle kentsel peyzaj malzemesi olarak işlev görmektedir. Tüm bu tartışmalar etrafında ilgili kültürel pratiğin melez bir özellik gösterdiği; bir diğer deyişle belediyeler, sanat galerileri ve müzelerle iş birliği kurulduğu gibi protesto işlevinin de sürdürüldüğü söylenebilir.

Çalışma, etnografik bakış açısı ile sınırlı bir sahanın durumunu betimlemekle birlikte ilgili alan farklı perspektiflerle de değerlendirilmeye açıktır. Her ne kadar grafiti ve sokak sanatı küresel ölçekte gözlenen kültürel bir ifade alanı olsa da grup ölçeğinde, yerel olarak kendine has yollar izlemektedir. Bu çerçevede, başka kültürlerin mevcut toplumsal bağlamlarının kent duvarlarına nasıl yansıdığını, sanatçıların grup aidiyetini nasıl kurduğunu ve sürdürdüğünü, alandaki hiyerarşilerin neden ve nasıl kurulduğunu, geleneksel sanat üzerinde ne tür bir etkinin olduğunu, grafiti ve sokak sanatı terminolojisi ve jargonunun grup kültüründeki yerini ve etkisini, kodların nasıl işlevler üstlendiğini inceleyecek olan yeni araştırmalar alana verimli tartışmalar sunabilecektir.

NOTLAR

1. Stencil: Karton, kâğıt vb. materyallerin kesilmesiyle oluşturulan şablonlardır. Hız kazandırması ve pratikliği sebebi ile tercih edilmektedir. İngiliz sokak sanatçısı Banksy ağırlıklı olarak bu tekniği kullanmaktadır.
2. Writer: Grafiti kültürü içerisinde, grafitiyi uygulayan kişi, “writer”- “yazar” olarak isimlendirilmektedir. Çalışmanın devamında bazı noktalarda söz konusu kişilerden “yazar” olarak bahsedilmektedir.
3. Tag: Grafiti kültürünün temelini oluşturan tag, sanatçının belirlediği rumuzunu sprey boya kullanarak yazmasıdır. Sanatçının bu kültürdeki imzasıdır.
4. Throw Up: Tag veya seçilen sözcüğün kabarcık (bubble) stilinde yazımıdır.
5. Wild Style: Grup kültüründen uzak kişilerin okumasının zor olduğu, harflerin karmaşık ve birbirine kenetli biçimde stilize edildiği yazı türüdür. Ustalaşması zor ve saygı duyulan bir stildir.
6. Heaven Spot: Ulaşılması zor olan otoyol levhaları, üst geçitler vb. yerlerde iş yapmayı tanımlar. Ün ve etkiyi büyütür.
7. Bombing: Bir bölgede (veya tren vagonlarında) hızlı bir şekilde birden fazla yüzeyi boyamaktır. Yazmaya çıkmak (writing) anlamında da kullanılır.

KAYNAK KİŞİLER

- Billy Gee, Mülakat Tarihi: 30 Aralık 2017.
 Dreyk the Pirate, Mülakat Tarihi: 11 Kasım 2017.
 Fikos, Mülakat Tarihi: 30 Ekim 2017.
 George Gounezos, Mülakat Tarihi: 10 Kasım 2017.
 Greg Papagrigroui (Blaqk), Mülakat Tarihi: 28 Aralık 2017.
 İakovos Volsov, Mülakat Tarihi: 7 Aralık 2017.
 Lotek, Mülakat Tarihi, 30 Ekim 2017.
 Lune 82, Mülakat Tarihi: 17 Aralık 2017.
 Olga Mavrommati, Mülakat Tarihi: 22 Ocak 2018.

One Euro, Mülakat Tarihi: 11 Ocak 2018.

Simple G, Mülakat Tarihi: 6 Ocak 2018.

STMTS, Mülakat Tarihi: 22 Aralık 2017.

This Is Opium, Mülakat Tarihi: 10 Kasım 2017.

Tona, Mülakat Tarihi: 18 Ocak 2018.

Wild Drawing (WD), Mülakat Tarihi: 7 Kasım 2017.

KAYNAKÇA

- Avramidis, Konstantinos. "Live Your Greece in Myths": Reading the Crisis on Athens' Walls" (2012) Erişim Tarihi: 7 Aralık 2017. http://www.professionaldreamers.net/_prowp/wp-content/uploads/Avramides-Reading-the-Crisis-on-Athens-walls-fld.pdf
- Başgöz, İlhan. "Protesto: Folklorun Beşinci İşlevi (Fonksiyonu)". *Folkloristik Prof. Dr. Umay Günay Armağanı*, Ankara: Feryal Matbaacılık, 1996, 1-4.
- Baudrillard, Jean. *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. Çev. Oğuz Adamır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2008.
- Bekki, Salahaddin. "Prof. Dr. İlhan Başgöz'ün Yayımlanmamış Bir Eseri [Türk Folkloruna Giriş] Üzerine". *Folklor/Edebiyat* 100 (2019): 743-751.
- Burke, Peter. *Afişten Heykele Minyatürden Fotoğrafa Tarihin Görgü Tanıkları*. Çev. Zeynep Yelçe. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2017.
- Coraline. "The Streets Are Alive" (2015) Erişim Tarihi: 11 Ocak 2018. <https://thebarbarianreview.files.wordpress.com/2015/01/barbarian-4-web-3-the-streets-are-alive.pdf>
- De Certeau, Michel. *Gündelik Hayatın Keşfi 1*. Çev. Lale Arslan. İstanbul: Dost Kitabevi Yayınları, 2009.
- Dundes, Alan. "Halk Kimdir?". Çev. Metin Ekici. *Millî Folklor* 37 (Bahar 1998): 139-153.
- _____. *Meaning of Folklore: The Analytical Essays of Alan Dundes* (Edt. Simon J. Bronner), Utah: Utah State University Press, 2007.
- Erdoğan, Gizem. "Kamusal Mekânda Sokak Sanatı: Graffiti İstanbul, Beyoğlu, Yüksek Kaldırım Sokak İncelemesi". Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, 2009.
- Fine, Gary Alan. "Small Groups and Culture Creation: The Ideoculture of Little League Baseball Teams". *American Sociological Review*. Vol. 44, (1979): 733-745.
- Hebdige, Dick. *Alt kültür – Tarzın Anlamı*. Çev. Sinan Nişancı. İstanbul: Babil Yayınları, 2004.
- Hwee Kan, Koon. "Adolescents and Graffiti". *Art Education*, 54(1) (2001): 18-23.
- Saka, Yonca. "Banksy: Politik Sanatın Uzlaşmacı Yüzü" (8 Aralık 2012) Erişim Tarihi: 11 Kasım 2017. <https://www.e-skop.com/skopbulten/banksy-politik-sanatin-uzlasmaci-yuzu/994>
- Stampoulidis, Georgios. "Hope Wanted Wall Writing Protests in times of Economic Crisis in Athens". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İsveç: Lund University, 2016.
- Tulke, Julia. "Aesthetics of Crisis: Political Street Art in Athens in the Context of the Crisis". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Berlin: Humboldt University, 2013.
- Utlely, Francis. "Folklorun Tanımı". Çev. Saltık Özkan. *Millî Folklor* 65 (Bahar 2005): 130-136.
- Üçer, Merve Betül. "Müzikte Anlamın Yeniden Üretimi, Hip-Hop Kültürünün Türkiye'deki Görüntüleri Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme". II. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı – I, s. 249-263, 2013.
- Zaimakis, Yiannis. "Welcome to the Civilization of Fear': On Political Graffiti Heterotopias in Greece in Times of Crisis". *Visual Communication*, (2015): 373-396.