

Grafiti kot oblika vizualne komunikacije v subkulturi pisanja grafitov

Abstract

Graffiti as a form of visual communication within the subculture of graffiti writing

The essay specifically explores the communication role of graffiti. The main question is: what is one writer telling others with his graffiti? The research was conducted in the city of Pula, in the period from March to April 2015, by observing and interviewing two of Pula's writers. Research results show that a writer, through his graffiti, primarily sends a message of his existence, and also a message about his way and style of writing. The way and style of writing are exactly the things that will create the reputation of a writer, since they are indicators of experience and quality of work and consequently of hierarchical position within the subculture. By recognising the value of someone else's graffiti, the writer who observes will understand in which way he should treat it. Factors which contribute to a higher hierarchical position are recognition, frequency of leaving marks in urban areas and location selection. The last factor, location, is very important since it shows to whom the writer is speaking (local or outside writers), but it also shows the writer's innovation or risk exposure, which will contribute to the graffiti's value and respect from other writers.

Keywords: subculture, graffiti, graffiti writing, graffiti writer, communication

Martina Marinović is a student of cultural studies at Faculty of Art, University of Rijeka. (mmarinovic1@ffri.hr)

Povzetek

Članek raziskuje komunikacijsko vlogo grafitov. Osnovno vprašanje je: Kaj je tisto, kar pisec grafitov sporoča drugim piscem? Raziskava je bila opravljena od marca do aprila 2015, in to tako, da sta bila spremljana in intervjuvana dva puljska grafitarja. Rezultati raziskave kažejo, da pisec grafitov na prvem mestu pošilja sporočilo o svoji navzočnosti, nato pa o svojem načinu in slogu grafitiranja. Prav način in slog risanja sta tisto, kar določenemu piscu zagotavlja ugled glede na to, da odraža njegove izkušnje in kakovost dela, s tem pa tudi njegov položaj v hierarhiji subkulture. S prepoznavanjem vrednosti tujega grafitu bo pisec opazovalec ugotovil, kako je treba obravnavati opazovani grafit. Dejavniki, ki prinašajo višji hierarhični položaj, so tudi prepoznavnost, pogostnost puščanja svojih sledov v urbanih prostorih in izbira lokacije zanje. Zadnji dejavnik, lokacija, je zelo pomemben, ker se v njem kaže, koga pisec grafitov nagovarja (lokalne ali zunanje grafitarje), obenem pa odraža inovativnost ali celo piščevo izpostavljanje tveganju, ki pripomore h kakovosti grafitu in spoštovanju pri drugih piscih grafitov.

Ključne besede: subkultura, grafiti, grafitiranje, pisec grafitov, komunikacija

Martina Marinović je študentka na Oddelku za kulturne študije Filozofske fakultete Univerze na Reki. (mmarinovic1@ffri.hr)

Uvod

Kot nespregledljiv del sodobne urbane kulture so grafiti čedalje pogostejše predmet akademske razprave. Čeravno mnogi prepoznajo vlogo grafitov kot komunikacijskega sredstva, se to večinoma nanaša na grafite, ki jih najdemo v obliki pisanih sporočil na zidovih, ki izražajo stališča ali občutke avtorja in so namenjeni širšemu občinstvu.

V članku sem se osredinila na grafite, katerih avtorji tvorijo subkulturo pisanja grafitov; subkulturo, ki je razvila svoja nenapisana pravila in družbeno hierarhijo in katere praksa sestoji iz kreativnega oblikovanja črk na javnih površinah. Ta subkultura se zdi izjemno zanimiva za raziskovanje tudi zato, ker se komunikacija in dialog med njenimi nosilci odigrava izključno prek zapisanega vzdevka na zidu, ne da bi bil nujno potreben fizični kontakt med njimi. Lokacija, na kateri se nahaja grafit, ter način in slog, v katerem je narisana, določata, kako ga morajo vrednotiti in obravnavati drugi grafitarji. Poudarjam, da v tem članku nisem raziskovala oblik, ki se nanašajo na spisane parole političnih, športnih ali žaljivih vsebin, kot tudi ne izdelkov *street arta*. Obravnavane so izključno tiste oblike umetniškega oblikovanja črk, ki svoj pomen ohranjajo v ožjem krogu subkulture grafitiranja, konkreten vidik te kulture, ki sem jo raziskala, pa se nanaša na grafit kot medij komunikacije med nosilci subkulture. Vprašanja, ki so me vodila skozi raziskavo, so: kaj pisec sporoča s svojim grafitom, kateri so osnovni elementi grafita, kaj posamezni pisec grafita lahko ugotovi iz tujega grafita in kako lokacija grafita vpliva na njegov pomen. Skušala sem ugotoviti, kateri pomen želi pisec inskribirati v svoj grafit, pa tudi kaj pisec lahko »prebere« iz grafita drugega pisca. Da bi našla odgovore na zastavljena vprašanja, sem marca in aprila 2015 izvedla terensko raziskavo na območju mesta Pulj. Raziskavo sem izvedla v obliki opazovanja z udeležbo ter polstrukturiranih intervjujev z aktivnima puljskima piscema grafitov. Da bi čim bolje prikazala raziskovalno temo in ugotovitve, sem fotografsko dokumentirala primere grafitov, ki sem jih izbrala za »branje njihovih znakov« s stališča piscev grafitov.

Kaj so grafiti?

Termin grafit etimološko izvira iz grške besede *grafo* – pišem in iz italijanske besede *graffiare* – opraskati (Lalić, Leburić in Bulat, 1991: 29). Etimološki izvor besede jasno označuje, da gre za risanje in pisanje. Po splošni definiciji je grafit »vrezan, vtisnjen napis ali risba na zidu ali kakšni drugi površini« (Botica, 2000: 215). Poudariti je treba, da še danes ni popolne in natančne definicije grafita, obstaja pa veliko definicij, ki pojasnjujejo nekatere različne vidike tega fenomena. Grafiti na javnih površinah se namreč pojavljajo v več oblikah in se nanašajo tako na urbane umetniške oblike kot tudi na razne slogane, s katerimi se srečujemo in ki pogosto lahko imajo šaljiv ali romantičen pomen, ali pa nosijo neko politično

sporočilo, s katerim posamezniki izražajo svoj protest proti družbeni realnosti (Lalić, Leburic in Bulat, 1991).

Kot je bilo že omenjeno, se ta članek ukvarja izključno s tem, čemur pravimo pisanje grafitov. Laično povedano je grafitiranje ulično gibanje, katerega najpomembnejša značilnost je kreativno oblikovanje črk na javnih površinah. Cilj grafitiranja je zapis svojega vzdevka, puščanje čim več sledi in na čim popolnejši način, po pravilih izražanja, ki veljajo za grafitiranje. Črke in besede postanejo vizualni znak, ki daje piscu zasluženost integriteto (Duda, 2008: 74–75).

Sodobno grafitiranje je doživelo razcvet v 70. letih prejšnjega stoletja na območju New Yorka. Z uporabo vzdevkov v kombinaciji s številkami svojih ulic so mladi grafitarji začeli zbujati pozornost s tem, da so se podpisovali na lokacijah v svojih naseljih in zunaj njih – najpogosteje v podhodih in v podzemni železnici (Duda, 2008 : 77). Takšno podpisovanje je dobilo ime označevanje (*tagging*). Na začetku je bilo to podpisovanje z markerji, sčasoma pa so črke označevalcev postajale čedalje večje, nenavadne in stilistično kompleksnejše; označevalci (*tag*) so se razvili v večje in učinkovitejše izdelke. Najbolj razburljiv čas grafitov je bil čas poslikave vagonov newyorške podzemne železnice (Duda, 2008; Ley in Cybriwsky, 1974). To početje je zelo kmalu postalo fenomen, o katerem je pisal ves svet, mladi grafitarji pa so postali urbane legende (Ley in Cybriwsky, 1974).

Subkultura piscev grafitov

Da bi razumeli, kako se odvija komunikacija v subkulturi piscev grafitov, je treba najprej pojasniti, katere so pravzaprav značilnosti te skupine. To, kar združuje akterje, je, kot je bilo že omenjeno, praksa izpisovanja kreativno oblikovanih črk v urbanih prostorih. Elementi, za katere menim, da so najpomembnejša koda skupine pri njenem opredeljevanju kot subkulture, so vsekakor žargonski slovar in nenapisana pravila obnašanja med akterji glede na to, da so grafiti v funkciji njihove medsebojne interakcije. Skupina je strukturirana s svojevrstno notranjo hierarhijo (Stewart, 1994). Na začetku bom na kratko pojasnila osnovne pojme, ki jih uporabljajo pisci grafitov. Grafitarji so namreč razvili specifičen jezik, katerega pojmi so razumljivi vsem pripadnikom te subkulture. Z lastnim jezikom pisci označujejo obnašanje v subkulturi, pravila, slog, tehnike risanja itd.

Pisci grafitov z različnimi nazivi ločujejo med več vrstami grafitov. Že omenjeni *tag* je najpreprostejša oblika – z njim pisec grafita podpisuje sebe ali svojo skupino (*crew*), čim pogosteje in na čim več površinah, da bi bili na grafitarski sceni, na kateri delujejo, čim bolj opazni. Naslednja stopnja je *throw up*. To je nekoliko zahtevnejša oblika, pri kateri so črke večje in bolj razvite in variirajo odvisno od želje samega pisca. Po navadi se izvaja v dveh barvah in ne zahteva veliko časa. In naprej – *piece* zahteva več časa in ga grafitarji pogosto vnaprej načrtujejo in skicirajo. To je kompleksen grafit, ki vsebuje barvne prehode, efekte, slike in karakterje, in

katerega slogovno razvite črke so po navadi razpoznavne in se povezujejo z določenim piscem. Najvišja raven je *burner* – grafit močnih barv, ki je tako živ, da »gori z zidu«. V mestih po navadi obstajajo dovoljene lokacije – t. i. *hall of fame* –, kjer rišejo tisti grafitarji, katerih izdelki so prepoznani kot kakovostni.



Hall of fame, dovoljen kraj v mestih, kjer rišejo najbolj večji pisci. Lokacija: Bulevar na Stoji, Pulj, 2. april 2015 (Foto: Martina Marinović)

Glede notranje hierarhije članov skupine, udeleženci poudarjajo dva položaja: *king* in *toy*. *Toy* je začetnik ali risar brez izkušenj (Stewart, 1994: 211). Njegove črke so še nerazvite in – kot poudarja eden od sogovornikov – načina, kako stvari delujejo v skupini, ne pozna dovolj. *King* je izkušen pisec, napredoval je med grafitarji in razvil svoje slogovno prepoznavne črke. Po besedah intervjuvanca je »*king* tisti, ki izstopa s svojim avtentičnim slogom, ki je občutno napredoval v primerjavi z drugimi grafitarji, tako pri konstrukciji črk kot tudi pri uporabljenih barvnih kombinacijah, kreativnosti in originalnosti.« (Intervjuvanec 1, 1. april 2015) *King* teži k temu, da bi postal *all city king*, kar doseže tako, da riše čim več in je vseprisoten na legalnih in tudi na ilegalnih lokacijah v svojem mestu. Zaradi svojega statusa *kingi* odredjajo pravila in se postavljajo na vodilna mesta posameznih grafitarskih scen. To, kar ima *king*, je – subkulturni kapital.¹ Pisec pridobi subkulturni kapital s svojimi izkušnjami in kakovostnim risanjem in sam določa svojo umeščenost v strukturi. Z dvigom lastnega subkulturnega kapitala se zvišuje status grafitarjev v tej subkulturi. Žargon vsebuje tudi druge izraze, kot je *bitter* – tisti, ki krade ideje,

¹ Ena ključnih točk v razvoju postsubkulturnih teorij je uvedba koncepta subkulturnega kapitala, ki ga uporablja Sarah Thornton. Posedovati subkulturni kapital pomeni imeti določeno znanje, zaradi katerega akter pridobi določen status v očeh relevantnih subkulturnih udeležencev (Thornton, 1995).

crew – skupina piscev, ki imajo skupni *tag* in logo in so po navadi iz iste četrti ali mesta. Za največjo kršitev velja *crossing*, to je prekrivanje enega grafita z drugim.

Pri pisanju grafitov je seveda najpomembnejši sam grafit – njegova pomembnost pa izhaja iz tega, da je medij komunikacije med akterji. Cilj te raziskave je prav v to: kakšno sporočilo pošilja narisani grafit, kaj označuje. V nadaljevanju članka bom skušala s pomočjo rezultatov raziskave odgovoriti na ta vprašanja.

Grafit kot oblika vizualne komunikacije v grafitarstvu

Po Vrančiču (2012) je vizualno komuniciranje v javnem prostoru sestavni del likovne kulture vse od najzgodnejših človeških skupnosti. Kot sodobne oblike takšne komunikacije avtor navaja tudi *street art*, to je grafite. Vendar tudi tokrat upošteva samo tiste vrste grafitov, katerih komunikacija je usmerjena k širšemu občinstvu, kot na primer *street art*. To ni presenetljivo, saj se grafiti pojavljajo v javnem prostoru, v urbanih okoljih, zato se predvideva, da nosijo neko sporočilo, namenjeno javnosti. Ključno pa je, da je izpisovanje grafitov vrsta zasebne komunikacije (to je komunikacije med pisci grafitov) v javnem prostoru. Vrančič pravilno opozarja, da je pri tovrstnih vizualijah javnega prostora mogoč zaplet v klasični formuli komunikacijskega procesa, in opozarja na problem dekodiranja sporočil, saj v javnem prostoru sporočilo ni nujno »čitljivo« vsem (Vrančič, 2012: 16). Prav to velja za grafitiranje, kjer se komunikacija odigrava v javnem prostoru, a so sporočila usmerjena izključno drugim piscem.

Da bi raziskala grafite kot medij komunikacije v subkulturi pisanja grafitov, sem marca in aprila 2015 izvedla terensko raziskavo na območju mesta Pulj. Raziskavo sem izpeljala v obliki opazovanja z udeležbo in polstrukturiranih poglobljenih intervjujev. Ker v omenjenem mestu trenutno ni veliko aktivnih grafitarjev, se je število intervjuvanih piscev omejilo na dva, ki bosta ostala anonimna.² Ker gre za majhen vzorec, se moramo zavedati, da generalizacije o raziskovanih vidikih pisanja grafitov niso mogoče. Vendar menim, da sta izbrana sogovornika po svojem profilu, bogatih izkušnjah in vzpostavljeni interakciji s pripadniki hrvaške grafitarske scene sposobna dati odgovore, ki vodijo k cilju raziskave. Kot že rečeno, vprašanja, postavljena na začetku raziskave, so bila: Kaj pisec grafitov sporoča s svojimi grafiti? Kateri so osnovni elementi grafita? Kaj lahko posamezni pisec razbere z grafita drugega avtorja grafita? Kako lokacija grafita vpliva na njegov pomen?

Prvo, na kar opozarjajo pisci, je, da je določen grafit enega pisca izključno sporočilo drugemu piscu. Rahn (2002: 109) poudarja, da je grafit pravzaprav medij,

² Na tem mestu moram poudariti, da pri proučevanju grafitov v raziskavi nisem upoštevala zgolj dela dveh intervjuvanih puljskih piscev, temveč tudi druge, s čimer sem dobila širši vpogled v obravnavano temo.

skozi katerega se oblikuje občutek skupnosti, njegov pomen pa ostaja znotraj te skupnosti oziroma subkulture. Pisci grafitov ne rišejo za širšo javnost, ne iščejo reakcije širše javnosti; oni rišejo »zase« in za druge »pisce«, vzpostavljajo dialog z drugimi pisci, ki jih morda nikoli niti niso fizično spoznali: »To počnemo za nas, ne za vse ... mislim, ok, če nekoga zanima, bo prišel pogledat grafit in skušal razumeti, kaj piše ..., a tega ne delamo zanje, temveč zase.« (Intervjuvanec 1, 23. marec 2015)

Ker je grafit osrednji medij komunikacije med pisci grafitov, je temelj za identifikacijo določenega pisca. Grafit vzpostavlja identiteto, ključna je pri tem dominantna vloga imena. Pisec sam izbira svoje ime, torej vzdevek, ki ga bo izpisoval po zidovih in po katerem ga bodo prepoznali drugi. Sarah Giller (1997) piše, da si pisci izbirajo ime, s katerim opisujejo svojo osebnost in s katerim želijo narediti vtis na druge. Enega sogovornika sem vprašala, kaj je pomembno pri izbiri imena.

To so neke naključne besede ... ni bistveno, ali opisujejo mojo osebnost, moj vzdevek npr. ne govori nič o moji osebnosti. Bistveno je, prvič, da je vzdevek kratek – da sestoji iz treh, štirih črk. Če je črk preveč, to jemlje preveč časa, ko se ga riše. Prav tako je pomembno, da so črke dobre – da se jih lahko oblikuje na različne načine in da so raznolike. (Intervjuvanec 1, 23. marec 2015)

Iz primera torej vidimo, da se citiranemu piscu zdi pomembnejši umetniški potencial črk kot pa izražanje določene plasti njegove osebnosti. Toda ime je naposled prepoznano kot identiteta pisca in ne kot oseba, ki ga je napisala. Pisec ustvarja svojo identiteto skozi inskripcijo in repeticijo izbrane besede.

Osnovno sporočilo, ki ga pisec pošilja s pogostim podpisovanjem svojega imena, je sporočilo o eksistenci, tj. o obstoju določenega pisca. Ta si najbolj prizadeva za prepoznavnost pri drugih piscih, s čimer se strinjata oba sodelujoča v tej raziskavi. Vsak pisec želi biti prepoznaven v svojem mestu in izrabi vsako priložnost, da bi pustil sled na neki javni površini. Glavni svetovni nazor piscev je torej eksistencialistični: pisati, obstajati in biti tu, ob elementih larpurlartizma.

Razen tega da želijo pisci drugim piscem s svojimi grafiti predvsem poslati sporočilo o obstoju, navzočnosti, se pomen določenega grafita ne konča pri tem. Pisec iz različnih elementov grafita razbira osnovne značilnosti grafita in njegovega avtorja. Vsak pisec teži k ustvarjanju lastnega ugleda, ki je odvisen od prepoznavnosti njegovega sloga in pogostnosti puščanja sledov (Stewart, 1994: 212). Za pisca je temeljnega pomena prav to, da s svojim grafitom pokaže lastno spretnost risanja in doseženo stopnjo znanja oziroma veščine. Pisec, ki opazuje nekogaršnje delo, prepozna te značilnosti po – na primer – tehniki risanja, konstrukciji črk in kompleksnosti grafita.

Pri ogledovanju grafita drugega avtorja bo pisec najprej opazil ime avtorja. Čeprav širša javnost po navadi težko prebere in razvozla besedo, ki je napisana, pisec ime hitro dekodira. Poleg *piecea* ali *burnerja* namreč pisec po navadi pusti še svoj *tag* in *tag* svojega *crewja*. Če avtor grafita sicer ne deluje v mestu, kjer je



Pogosto *tagiranje crewja* v središču Pulja, ki daje vedeti, da *crew* deluje na tem območju. Lokacija: središče mesta Pulj, 19. april 2015 (Foto: Martina Marinović)

napisal grafit, bo h grafitu tudi ime mesta ali države, kjer sicer deluje. Piscem se zdi pomembno, da poleg grafita napišejo tudi letnico, ko je ta nastal. Pogosto se namreč soočajo z brisanjem grafitov in njihova dela na zidu ne ostanejo dolgo. Zato zapisana letnica priča o tem, kako dolgo se grafit nahaja na zidu – če je obdobje dolgo, to vsekakor pripomore k pomenu grafita.

Prav tako grafit izkazuje kakovost dela svojega avtorja, njegov način in slog risanja. Z risarskim slogom avtor drugim piscem sporoča, kako izkušen je, kako več je pri obvladovanju risbe, določa pa tudi njegov položaj v hierarhični strukturi skupine. Grafit je piščevo ime, napisano v določenem slogu – kot ne obstajata dve identični imeni, ne obstajata niti dva identična sloga. Vsak pisec teži k razvoju svojega lastnega sloga risanja in k temu, da postane slogovno prepoznaven:

Prizadevam si, da ne rišem vedno isto, zmeraj skušam biti inovativen. Mislim, da mi uspeva razvijati svoj slog oblikovanja črk (...). Všeč mi je, ko nekdo takoj po slogu črk na grafitu ve, da sem to napisal jaz (...). To štejem za uspeh. (Intervjuvanec 2, 2. april 2015)

Glede na povedano lahko rečemo, da je bistvo vsakega sloga individualiziranje črk. Za pisca je ključno, da se njegove črke razlikujejo od drugih in da so prepoznavne kot značilne za njegov slog.

Pri ogledu grafita pisec ugotavlja, ali je njegov avtor *toy* ali *king*, samo s tem pa tudi ve, kako je treba obravnavati ta grafit – tj., ali sme risati prek njega, ali ne. Kot sem izvedela od intervjuvancev, po pravilu *toy* ne sme risati prek dela, ki je boljše od njegovega, medtem ko *king* sme risati prek izdelka, za katerega je prepričan, da je manj kakovosten kot tisti, ki ga bo ustvaril on:



Primer *crossinga*. Na fotografiji je videti, da se pod sedanjim grafitom nahaja grafit, ki ga je pisec prekril. Lokacija: Sv. Katarina, Pulj, 19. april 2015 (Foto: Martina Marinović)

Če gre *toy* prek boljšega grafita, to lahko pomeni, da nima spoštovanja ..., vendar mislim, da gre včasih za to, da kot začetniki ne razumejo, kako stvari delujejo. Zbuditi hočejo pozornost, vendar to počnejo na zgrešen način ... Mislijo, da jih bodo drugi tako opazili ... Bodo, vendar v negativnem pomenu. (intervjuvanec 2, 2. april 2015)

Po pravilih se prek *kingovega* dela ne sme risati, čeprav obstajajo primeri, ko je to upravičeno. Tako je na primer logično, da *king* sme risati prek svojega dela; razen tega to lahko počne tudi kakšen drug član iz njegovega *crewja*, če je tako dogovorjeno. Enega od intervjuvancev sem vprašala, kako ugotovi, ali je avtor nekega grafita *king* ali *toy*, tj. kako grafit izraža raven kakovosti dela nekega avtorja:

Ko vidim *burner*, vem, da ga je narisal nekdo, ki je izkušen – *king*. To prepoznam recimo po čistih linijah, dobro vkomponiranih barvah, po količini detajlov, po ozadju, ki se ujema z grafitom ... Zgradba črk je kakovostna in ideje so inovativne. Pogosto je v grafit tudi dobro vključen pomen. Poleg tega je *king* nekdo, ki ves čas in povsod riše – nekdo, ki se temu resnično posveča. (intervjuvanec 1, 23. marec 2015)

V nasprotju s *kingom* pa grafite *toya* zaznamujejo nezadostno razvita tehnika risanja, nerazvite črke in slaba kombinacija barv ... »*Toy* je tisti začetnik, ki si kupi sprej in gre celo mesto počekcat z nekimi slabimi *tagi*.« (Intervjuvanec 1, 23. marec 2015)

Vloga lokacije grafita v medsebojni komunikaciji piscev grafitov

V praksi grafitarske subkulture pomen prostora izhaja iz dejstva, da samo prakso definira prav prostor, in to urbani prostor, toda ta dejavnik ima pomembno vlogo tudi, ko govorimo o razbiranju sporočila, ki ga pisec s svojim grafitom sporoča drugim. Izbor lokacije, kamor bo pisec narisal svoj grafit, določa namreč tudi to, koga želi pisec nagovoriti, in kaže na njegovo smelost, izvirnost in inovativnost.

Leta 1974 sta David Ley in Roman Cybriwsky objavila esej z naslovom *Urban graffiti as territorial markers*, v katerem avtorja grafito obravnavata kot označbe območja določene skupine. V raziskavi, ki sta jo v 70. letih izvedla na območju Philadelphije, sta avtorja ugotovila, da določen grafit dobi svoj pomen šele, ko je vključen in kako se povezuje s prostorom, v katerem se nahaja. Različne četrti v Philadelphiji poseljujejo različne etnične skupine, ki se med seboj pogosto spopadajo za ozemlje, zato so pripadniki posameznih tolp svoj teritorij začeli označevati – z grafiti. Grafiti in *tagi* so označevali, katera skupina ima posest nad katerim



Grafiti, narisani po zidovih, ki se nahajajo na vhodu v mesto. Na zidu so grafiti piscev, ki so aktivni del grafitarske scene v Pulju. Lokacija: vpadnica v Pulj, 23. april 2015 (Foto: Martina Marinović)

ozemljem. V tem pogledu lahko grafito in njihove pisce razumemo kot strogo lokalizirane, tj. da določeni pisec ali *crew* deluje zgolj v enem mestu ali četrti in razglašča »lastništvo« nad njim. Zanimalo me je, ali imata tudi moja intervjuvanca takšno stališče; se lahko danes grafiti obravnavajo kot »označevalci prostora«?

Izbira lokacije, na kateri bo pisec narisal svoj grafit, je odvisna od občinstva, na katero meri, vendar so to najpogostejše mesta ali predmestja, glede na to, da

se tam nahaja največ tistih, ki bodo grafit videli. Z aktivnim delovanjem v urbanih središčih se možnost, da bo posamezni pisec prepoznan, povečuje, ter pridobi določen status v notranji strukturi subkulture. Če deluje v mestih, kjer je promet najgostejši, bodo pisca prepoznali drugi lokalni akterji, laže pa ga bodo opazili tudi tisti pisci, ki niso iz tega mesta ali so se tam znašli zgolj po naključju. Način interakcije pisca s prostorom se namreč razlikuje od interakcije, ki jo imajo s prostorom nepisci. Tako bo pisec, ki prihaja v drugo mesto, večino svoje pozornosti namenil opazovanju grafitov in po tem presojal lokalne pisce s tega območja. Takole to komentira eden od udeležencev: »Seveda, če prevladujejo neakovostni grafiti, to pomeni, da je grafitarska scena šibka in nerazvita ... Ali če imamo veliko neizkoriščenih dobrih zidov – če bi bilo veliko dobrih piscev, bi bili ti zidovi zapolnjeni.« (Intervjuvanec 1, 23. marec 2015) Torej, pisci z aktivnostmi v svojem mestu sporočajo, v kolikšni meri je tam razvita ali nerazvita grafitarska scena.

Medtem ko so po eni strani pisci resnično privrženi svojemu mestu, pa po drugi strani želijo biti prepoznavni tudi zunaj meja svojega mesta. Duda (2008: 77) meni, da pisci gojijo lokalpatriotizem in si prizadevajo čim več delovati v svojem mestu. V tem pogledu bi lahko razumeli, da določeni pisec z risanjem na določenem prostoru razglša »lastništvo« nad tem teritorijem. Vendar sem med pogovorom s pisci ugotovila, da ni nujno tako:

Da, morda nekako res hočem povedati, da sem jaz ta, ki riše v tem mestu, vendar ne tako, da prepovedujem drugim, da bi risali ... Razlog, zaradi katerega si prizadevam čim več in čim bolje risati v svojem mestu, je, da si želim, da bi se vtis o grafitarski sceni v tem mestu izboljšal, da bi se videlo, da tukaj obstajajo aktivni pisci. (Intervjuvanec 2, 2. april 2015)

Poleg tega pisci v svojem mestu zelo radi gostijo pisce iz drugih mest in držav, sami pa izkoristijo vsako priložnost, da pustijo svojo sled v kakšnem drugem mestu, bodisi v obliki preprostega *taga* ali velikega *pieca*. Drugače je, ko gre za odnos *toya* in *kinga*: »Če sem jaz prvi nekam prišel in narisal svoj grafit, ni mogoče, da bi zdaj tukaj risal *toy*. Potem ja, potem je to moja lokacija.« (Intervjuvanec 2, 2. april 2015) Ko gre za *crew*, potem je ta po navadi povezan z enim krajem – mestom ali četrtjo, kjer živijo člani skupine in do katerega čutijo pripadnost, medtem ko je pisec kot posameznik fleksibilnejši. Vendar glede na to, da sem raziskavo izvajala na območju mesta Pulj, kjer grafitarska scena ni tako razvita in kjer ni veliko *crewjev*, nisem mogla v celoti dobiti vpogleda v problematiko boja za teritorij med pisci. Odkrila sem, da takrat, ko določeni pisec prvi nekaj nariše na kraju, na katerem še ni grafitov, potem ta lokacija postane »njegova«, tam pa lahko rišejo samo člani njegovega *crewja*, če ne pride do dogovora, ki tudi drugim dopušča, da rišejo na tem mestu.

Kot najpomembnejši dejavnik za določanje lokacije, na kateri se bo risal grafit, respondenti navajajo vidnost. Kot je bilo že omenjeno, to mora biti kraj, za kate-



Grafit puljskega pisca Etika. Lokacija: zapuščena tovarna v industrijski coni, Pulj, 23. april 2015
(Foto: Martina Marinović)

rega se predvideva, da se bodo tam znašli tudi drugi pisce. Ti si prizadevajo risati v javnem mestnem prostoru, tj. v notranjosti mesta, pri čemer se nanašajo zlasti na druge lokalne pisce. Vendar upoštevajo tudi pisce iz drugega mesta, ki bi ga utegnili obiskati. Zato se kot lokacije izbirajo tudi ceste, tj. vpadnice v mesto. Na teh točkah pisce pogosto puščajo svojo sled, da bi prihajajočim piscem sporočili, da so del grafitarske scene tega mesta.

Da bi se dokazali in bili opaženi, se pisce preizkušajo tudi v risanju na izzivajočih, fizično težko dostopnih mestih. Na takšnih krajih v mestnem prostoru je risanje pogosto protizakonito, kar šteje kot dodatni »plus«, ker priča o tem, da se je pisec izpostavil »tveganju«. Pri nezakonitem risanju grafitov pisce najpogosteje uporabljajo *tage* in *throwupe*. Najboljši primer nedovoljenega mesta za risanje je gotovo vlak. Pisec se odloči za risanje po vlak, ker to pomeni, da bo grafit postal premičen in ga bo videlo več ljudi, saj bo potoval skozi več krajev (Duda, 2008 : 79). Čeprav se eden od intervjuvancev zaveda te norme o nezakonitem risanju, kljub temu daje prednost legalnemu risanju:

Ilegalno ni tisto, kar me privlači. Prvič, ilegalno pomeni, da moraš risati hitro, da te ne bi ulovili ... Toda kakovost, ki jo dosežem v desetih minutah, me ne more zadovoljiti. Raje v miru rišem ves dan na nekem legalnem kraju in da grafit na koncu izgleda, kot je treba. (Intervjuvanec 1, 23. marec 2015)

Dovoljene lokacije so običajno *hall of fame*, na katerih mestne oblasti dovoljujejo grafitiranje, ali pa kakšne zapuščene točke in ruševine, kjer so grafiti pravzaprav najpogostejši in so kraj srečevanja množice grafitov. Razlog je v tem, da na teh lokacijah, kjer imajo narisani grafiti dolgo življenjsko dobo, ni čuvajev, ki bi prebarvali ali prepovedali grafito. Tukaj so pisci tisti, ki odločajo, kateri grafit mora biti prebarvan. Takšne lokacije pisci najpogosteje obiskujejo, da bi sami razstavili svoj izdelek na zidu, pa tudi da spoznajo delo drugih piscev. Kljub vsemu kot poseben dejavnik pri izbiri lokacije izstopata izvirnost in inovativnost. Bistveno je, da je to kraj, ki ga drugi pisci še niso prepoznali kot dobrega in se bo tako določen pisec drugim pokazal kot inovativen, kar je ocenjevalna značilnost vsakega pisca.

Na koncu sem, na sprehodu z enim svojih intervjuvancev, na lovu za grafiti na zapuščenih krajih obstala pred grafitom v opuščeni tovarni v Pulju in svojega »vodnika« vprašala, kaj lahko prebere iz tega grafito:

Najprej prepoznam črke in *tag* pisca – to je puljski pisec Etik, podpisal pa je tudi svoj *crew* – HK. *Fresh* je, piše leto 2015. Njegova tipika je združena s prvo črko – to je dobra kompozicija. Je prav čist grafit, ima neko ravnotežje ... To je delo *kinga*. Črke so prepoznavne za Etika, nekako agresivne so ... Posebne so, tipične za pisca. (...) Kar se tiče kraja, to je notranjost opuščene tovarne ... Ni ravno na vidnem mestu, okrog njega ni drugih grafitov. V tem je fora, tako dober grafit na tako skritem kraju. Gotovo ga nihče ne bo *crossal* ... To je zdaj njegovo mesto. (Intervjuvanec 1, 23. april 2015)

Sklep

S proučevanjem grafitov kot medija komunikacije v subkulturni skupini piscev grafitov sem ugotovila, da je osnovno sporočilo, ki ga pisec hoče sporočiti drugim piscem, kdo je in kako riše. Pisec bo torej najprej skušal sporočiti drugim, da obstaja, in težil k temu, da ga drugi prepoznajo. To lahko doseže z razvijanjem svojega prepoznavnega sloga črk in puščanjem svojih sledi na čim več mestih in v čim večji količini. To odreja status in položaj določenega pisca v skupini, ki bo v zameno predpisala njegovo ravnanje do grafitov drugih piscev – na primer, ali sme ali ne sme risati čez neki izdelek. S svojim grafitom pisec sporoča drugim, kako kakovosten in razvit je njegov slog risanja. Poleg elementov grafito, ki se nanašajo na podpis avtorja, *crewja*, ki mu avtor pripada, in letnice nastanka grafito, je ključen element za »branje« grafito tudi lokacija, na kateri se nahaja. Če je pisec pokazal inovativnost pri izbiri lokacije, ali celo izpostavljenost tveganju, bo to pripomoglo h kakovosti grafito in spoštovanju pri drugih piscih. Lokacija, na kateri se nahaja grafit, prav tako kaže, koga pisec želi nagovoriti: lokalne akterje (za katere bo risal v mestu), ali pa zunanje pisce (za katere bo risal ob prometnicah ali vpadnicah, da bi jim sporočil, da je del grafitarske scene tega mesta).

Glede na to, da je raziskava potekala v mestu, kjer po mnenju intervjuvancev grafitarska scena trenutno ni najbolj razvita, in je malo aktivnih piscev, tema te raziskave ni mogla biti v celoti raziskana. Kljub temu raziskava prinaša koristne informacije in je lahko izhodišče za globlje raziskave te vsebine ali pa spodbudi druge raziskave s področja pisanja grafitov.

Prevedla Tatjana Greif

Literatura

- BOTICA, STIPE (2000): *Suvremeni hrvatski grafiti*. Zagreb: Založba Pavičić.
- EHO (2013): *Epohe i smjerovi u umjetnosti*. Dostopno na: <http://www.eho.com.hr/news/epohe-i-smjerovi-u-umjetnosti/6984.aspx> (22. april 2015).
- DUDA, KATERINA (2008): Graffiti writing kao oblik subkulturne prakse. *Diskrepancija* 10(14): 72–82.
- GILLER, SARAH (1997): *Graffiti: Inscribing transgression on the urban landscape*. Dostopno na: <http://sunsite.icm.edu.pl/graffiti/faq/giller.html> (22. april 2015).
- LALIĆ, DRAŽEN, ANČI LEBURIĆ IN NENAD BULAT (1991): *Najsmo ljudi. Grafiti i subkultura*. Zagreb: Alineja.
- LEY, DAVID IN ROMAN CYBRIWSKY (1974): Urban Graffiti as Territorial Markes. *Annals of the Association of American Geographers* 64(4): 491–505.
- RAHN, JANICE (2002): *Painting without permission: Hip hop graffiti subculture*. Westport: Bergin&Garvey.
- STEWART, SUSAN (1994): *Crimes of Writing: Problems in the Containment of Representation*. Durham, London: Duke University Press.
- THORNTON, SARAH (1995): *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.
- VRANČIĆ, JOSIP (2012): *Vizualne komunikacije javnog prostora*. Dostopno na: <http://www.designcentercroatia.org/knjige/%5Bznakovita%5D.pdf> (15. maj 2015).