

Универзитет *Синерџија*, Факултет драмских и филмских
умјетности, Бијељина, Република Српска

DOI 10.5937/kultura1963176D
УДК 003.6.079:7.04(73)"196/..."
316.772.2:316.334.56

оригиналан научни рад

ГРАФИТИ КАО ИЗРАЗ БУНТА

Сажетак: Чињеница да су подељена мишљења око тога да ли графите треба прихватити као савремени уметнички израз, или сматрати њихово присуство у јавним просторима чином вандализма, указује на страх од немогућности успостављања контроле над порукама које њихови аутори шаљу. Без обзира на то да ли су у писаној или ликовној форми, да ли представљају поруку социјалне критике или само име графитера, поруке графита нуде јединствено значење. Пратећи траг графита Мачке широког осмеха, чија је појава преправила Париз током друштвених промена почетком овог века, француски редитељ Крис Маркер промишља протесте на улицама Париза проналазећи потврду слогана из 1968. да поезија настаје на улици. Настали као уметност потребе, као језик оних којима су били ускраћени други, конвенционалнији, видови изражавања, графити утичу на колективно понашање људи, извршу њихову перцепцију стварности и упућују на нов начин размишљања, попут савести друштва које је почело да заборавља важне аспекте живота. Схватајући их као средство комуникације, рад се бави овим феноменом анализирајући га кроз сегменте које сваки чин комуникације подразумева.

Кључне речи: графити, комуникација, уметност улице, уметност и демократија, тумачење дела

Документарним филмом *Le fond de l'air est rouge (A Grin Without a Cat, 1977)*, француски редитељ Крис Маркер (Chris Marker), понудио је слику револуционарних покрета који су уздрмали Југоисточну Азију, Јужну Америку, али и западно друштво шездесетих и седамдесетих година прошлог века, указујући на не тако давно време када је изгледало да су велике промене могуће. Реферишући на наслов првог филма, двадесетседам година касније Маркер снима *Chats perchés (The Case of the Grinning Cat, 2004)*, смештајући причу у Париз у период од 2001. до 2004. године. Маркера поново занимају бројни протести, овај пут изазвани нападом на Америку 11. септембра, ратом у Ираку, али и локалном политичком ситуацијом и поновним избором Жака Ширака

(Jacques René Chirac) за председника Француске. Оно што ове догађаје обједињује, Маркер у филму примећује, јесте појава графита велике жуте мачке на најмање очекиваним местима – крововима високих зграда, метро станицама, али и на паролама француских демонстраната. Пратећи траг ове Мачке широког осмеха, налик на Мачка Церекала из *Алисе у земљи чуда* Луиса Керола (Lewis Carroll), која је почела да преплавује Париз, Маркер промишља и протесте на улицама Париза. Можда је она, Маркер размишља, симбол нове, политизоване генерације, а можда и само ехо воље народа за коју је једна претходна генерација у одређеном тренутку била спремна да се бори. Овакав маштовити израз јавног незадовољства за њега оправдава слоган из 1968. да поезија настаје на улици.¹

Током студентских протеста у Паризу 1968. године, графити су играли важну улогу у изношењу идеја протестаната, а самим тим и у разумевању разлога њихове борбе. Иако је овај догађај скренуо пажњу на графите као вид изражавања мишљења, феномен писања по зиду као израза бунта настао је много пре 20. века. Стари Римљани су своје незадовољство владавином Цезара изражавали писањем порука на зидовима грађевина римског Форума, док су хришћани поруке урезивали у зидове паганских храмова и у катакомбама. У новије доба, графити су обележили сваку већу револуцију, а слогани исписивани по зидовима могли су бити упућени непријатељу, али и служити за индоктринацију народа од стране власти, попут оних намењених застрашивању Јевреја у Немачкој током Другог светског рата. Графити су обележили и револуције које су уследиле – у Португалији, Шпанији, Јужној Африци и Мексику, па и бурна политичка и ратна дешавања у нашој земљи деведесетих година прошлог века, а исписивање слогана почињало је постепено да прераста у изражавање сликом и да добија форму мурала.

Чињеница да историја графита датира још из периода праисторије, у ком су настали цртежи на зидовима пећина, говори о суштинској људској потреби за комуникацијом. Околности великих друштвених промена током којих су се јављали нуди и модел за њихово тумачење. Маркеров филм може нам послужити као одличан повод за размишљање о графитима као начину изражавања, о порукама које нам шаљу и односу који успостављају са окружењем. Без обзира на то да ли су у писаној или ликовној форми, да ли представљају поруку социјалне критике, или само име графитера,

1 Marker, C. (Director) (2004) *Chats perchés* (International title: *The Case of the Grinning Cat*) [Motion Picture], France: Les Films du Jeudi, Arte France.

поруке графита нуде јединствено значење. Схватајући их као средство комуникације, рад ће се бавити овим феноменом анализирајући сегменте који сваки чин комуникације подразумева – пошиљаоца, поруку, медиј, примаоца и циљ.

С обзиром да су графити као културни феномен први пут скренули пажњу социолога, психолога и теоретичара уметности шездесетих година двадесетог века, и овај рад ће се бавити њиховом анализом почевши од овог периода. Иако су се графити од тада развијали и у Америци и Европи готово симултано, у највећем делу рада ће Америка бити коришћена као модел за разумевање овог феномена, пружајући плодно тле за њихов настанак, али и за проблем ограничавања слободе изражавања коју графити прокламују.



Слика 1

Графитери – потрага за идентитетом

Сиромаштво, расизам, насиље, чија је појава у драстичном порасту захватила Америку педесетих година прошлог века, довели су до фрагментације друштва и стварања гета. У оваквој атмосфери, у Бронксу ће настати током седамдесетих година хип-хоп култура као јединствен израз сиромашне омладине, обухватајући музику (реп и дицејинг), плес (брејкденсинг) и графите. Такмичења у овим вештинама пружала су креативно ослобађање од фрустрација које је изазивало незадовољство животом и давала могућност признања да је неко од њих био најбољи у нечему. Хип-хоп је настао као последица социјалних, културних и политичких неједнакости које је Америка свесно подржавала. Подразумевао је сопствени уметнички израз, вредносни систем и жаргон, помоћу којих је доказивао своју моћ опстајући у оквиру већег система, одбијајући асимилацију. На своје присуство указивао је истицањем искуства и обичаја заједнице и етничких група у оквиру којих је настао, а која су одударала од искуства доминантног профила америчког друштва. Иако су графити настали међу млађом популацијом

претежно афро-америчког и порториканског порекла, временом су се са хип-хоп културом поистовећивали и припадници радничке класе, који такође нису били пожељни у WASP друштву.² Није прошло много времена ни пре него што су графити постали пракса људи различитог порекла, чији је једини циљ био да учине да се њихов глас чује. Врло брзо, они су постали пракса у земљама широм света, посебно оним у којима су класне разлике, или незадовољство друштва владајућим системом, биле посебно изражене.³

Почетак графита у Њујорку везан је за крај шездесетих година, када је извесни Хулио (Julio), који је живео у 204. улици, почео да исписује своје име *Julio 204*, прво у њујоршком метроу, а затим и у свим деловима града. Када је седамнаестогодишњи Грк, Деметриос, препунио Њујорк тегом *Taki 183*, јавност је почела да се интересује за значење ових порука, а интервју са њим објављен 1971. у часопису *The New York Times* постао је први чланак који се бавио овом темом. У року од годину дана, стотине младих људи нашло је свој израз у исписивању свог имена у метроу. Циљ је био остављање трага, потврде њиховог присуства у свету.⁴

Метро је у овом процесу имао симболичну улогу, као „комуникациона мрежа којом имена и поруке графитера циркулишу градом”.⁵ Возови који су саобраћали на најдужим релацијама, имали су предност. Тег састављен од надимка, најчешће у комбинацији са бројем улице у којој графитер живи, давао је могућност стварања новог идентитета, кроз који ће се графитер ослободити раније анонимности и постати поштован међу људима са којима живи. Оно што је исписивање графита чинило привлачним био је и феномен групе, у оквиру које би деловао одређени број графитера. Група је пружала осећај идентитета, припадности и важности, задовољавајући тако потребе посебно изражене код адолесцената, чији су графити и били интересна сфера.⁶

2 WASP (White Anglo-Saxon Protestant) се користи као израз за класу белих англо-саксонских протестаната у америчком друштву. Иако она више не обухвата доминантну већину, израз указује на друштво у ком привласт остварују белци који не припадају мањинским групама.

3 Silver, T. (Director) (1983) *Style Wars* [Motion Picture], USA: Public Art Films.

4 Cooper, M. and Chalfant, H. (1996) *Subway Art*, New York: Henry Holt & Company, p. 16.

5 Исто, стр. 25

6 Исто.

Порука као знак присуства у друштву

У својој књизи *Комуникација и култура*, Јасна Јанићијевић говори о људској комуникацији као стваралачкој активности, „пошто су људи способни да покрећу, подстичу и утичу на свет око себе и тиме да стварају и дограђују тај исти свет, односно своју околину, коју тумаче и на коју стално дају одговоре”.⁷

Мета графитера били су јавни простори, што је и давало смисао њиховом писању. Градови и јавни простори представљају конкретне симболе структура моћи које су их створиле. Зато не чуди да су графити у Њујорку схваћени као озбиљно угрожавање осећања безбедности. Америка је улагала милионе долара како би прикрила присуство графита, а тиме и присуство незадовољства које је међу припадницима њеног друштва неконтролисано брзином расло.⁸ Било је јасно да су графити били њихов израз отпора због осећања изолованости са којим су били приморани да живе и зато је требало „решити” проблем уклањањем његових последица. За графитере, то је значило потврду да јавни простор треба да служи искључиво интересима виших друштвених класа. Исписивање графита по фасадама зграда значило је и директан сукоб сиромашних и богатих, али и младих и старих – супротних категорија којима су (претежно) припадали графитери и власници некретнина. Исписивање графита по фасадама зграда био је и одговор графитера на мане модернизма и неуспех његове идеје да архитектура одражава плуралитет друштва. Њихова порука била је да заслужују право да утичу на изглед средине у којој и они живе.

Циљ графита није био да мењају свет, већ да живот учине подношљивијим. Графити су се уклопили у рутину свакодневног живота, смањујући несклад између окружења и потреба и идентитета људи који су у њему живели. Представљали су попрште борбе која је требало да уздрма успостављени однос у друштвеном поретку. Задовољство које су пружали било је „задовољство стварања властитих значења друштвеног искуства и задовољство у избегавању друштвене дисциплине блока моћи”.⁹ Градске улице и метро били су простор у ком се стратегија те борбе спроводила. Трбало је понудити свакодневни отпор, који блоку моћи никада неће

7 Janićijević, J. (2000) *Komunikacija i kultura: sa uvodom u semiotička istraživanja*, Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, str. 9.

8 Silver, T. (Director) (1983) *Style Wars* [Motion Picture], USA: Public Art Films.

9 Fisk, Dž. (2001) *Popularna kultura*, Beograd: Clio, str. 59.

дозволити да се опусти и помисли да је остварио коначну победу. Он није тежио радикалној промени, већ популарној, подразумевајући трајан процес одржавања силе одоздо, њеног самопоштовања и идентитета, и ублажавање грубих крајности моћи.

У Србији су, током деведесетих година прошлог века, графити представљали важно поприште борбе грађана и владајућег система. У време када је све медије присвојила владајућа партија, зидови су били место надмудривања власти и опозиције. Током бомбардовања 1999. године, улице Београда, али и других градова Србије, биле су преплављене графитима који су давали коментар на тренутна дешавања. Графитери у Србији, за разлику од оних у Америци, себе нису сматрали за отпаднике друштва, већ за њену интелектуалну елиту.¹⁰

Медиј је порука (Маршал Маклуан)

Ниједан канал преношења поруке није неутралан. Све што се преноси дубоко је условљено каналом или медијем кроз који је саопштено. У случају графита, канал преноса поруке нуди и контекст кроз који је могуће ове поруке и читати. Улице су саме по себи места културних пракси и битан су сегмент помоћу ког људи успостављају смисао својих живота. Уметност у јавном простору може да постане глас култура са маргине, као гласило мањина, као опозициона странка. Графити су настали као уметност потребе, подразумевајући јефтин материјал и доступан простор, као израз оних којима су били ускраћени други, конвенционалнији, видови изражавања.

Тим Кресвел (Tim Cresswell), у свом есеју *Дискурс ноћи – производња/потрошња значења на улици*, говори о простору улице у ком се одвија велики број различитих врста писања, уписивања. То је простор у ком наилазимо на огромну количину речи и слика, било да су то рекламе, инструкције, политичке поруке, часописи, забрањени плакати, монументални мурали и натписи, графити. Већина тих натписа на улици преузима форму директива и команди – „купи ово, пређи улицу сада, отворено, затворено” и нуди једносмерни ток информација и дезинформација, што је, по њему, анти-теза јавном простору у којем се одвија дискусија и склапају спорузуми.

10 О графитима код нас видети: Радошевић, Љ. (2006) *Историјско-теоријска расправа о појави и развоју графита у Београду од 1996. до 2005.* (дипломски рад), Филозофски факултет, Универзитет у Београду.

Графите, као и билборд бандитизам, Кресвел сврстава у *дискурс ноћи*, који се одвија „када људи читају (конзумирају) окружење и затим остављају трагове своје потрошње. Дискурс ноћи је производња и потрошња простора улице”.¹¹ По њему, јавна, ангажована уметност покушава да корумпира свакодневне градске просторе приписујући им скривене гласове политичког дискурса. Она је анонимна, ту је да је сви виде, егзистира на отвореном, на улици, на местима свакодневице.

Термин *дискурс ноћи* Кресвел преузима из есеја Кери Џејкобс (Karrigie Jacobs), коју у свом раду и цитира:

*Док дневни дискурс из године у годину постаје све „тањи” и баналнији, док политичари исказују све мање аутентичних осећања и мишљења, а радикалне политичке изјаве ишчезавају из мејнстрим медија, улични постери постају засебан медиј у коме контроверзна мишљења могу за себе да пронађу општу публику. Можда је „дискурс ноћи” последњи облик политичке дебате.*¹²

Кресвел говори о графитима као изразу искуства и идеја људи који живе на улицама, али их не поседују, као што не поседују ни куће или радна места. Графити креирају солидарност између ових људи. Њихова значења су пре свега повезана са њиховом привременом локацијом, а настају и стварањем тензије између оригинала (постојеће слике, натписа, објекта) и интервенције графитера. Графити постављају питања, наводе на размишљање и подстичу дијалог, који се огледа у додатним интервенцијама на графиту. Ефекат неочекиваног, о ком говори Кресвел, јесте да изазива људе да погледају поново у просторе које је графит привремено наружио. Зато бисмо графитима могли приписати карактеристике које Пјер Лајак (Pierre Lajak) даје *уметностима улице*, које, за разлику од *уметности на улици*, које претпостављају постојање публике која прати радњу на одређеном месту, „изокрећу уобичајену физиономију града уз помоћ неуобичајеног понашања или неочекиваних поступака пред људима који бивају истог тренутка одвраћени од свог пута”.¹³

Исписујући графите у јавном простору, графитери улазе у дијалог са људима које не познају, али који живе у истом

11 Kresvel, T. Diskurs noći - proizvodnja/potrošnja značenja na ulici, u: *Prizori ulice: Planiranje, identitet i kontrola u javnom prostoru*, urednik Fajf, N. (2002), Beograd: Clio, str. 369-384.

12 Исто, стр. 370

13 Lajak, P. Šalon na ulici, u: *Urbani spektakl*, uredila Dragičević-Šešić, M. i Šentevska, I. (2000), Beograd: Clio, str. 73-98.

граду као и они, чије мишљење, попут њиховог, нема могућност да допре до великог броја људи. Служећи се различитим техникама и нивоима значења у стварању графита, графитери успостављају комуникацију са локалном заједницом, играјући улогу њених гласноговорника. Графити су остваривали своју друштвену функцију тиме што су утицали на колективно понашање људи, били намењени широкој публици заузимајући видљиво место у њиховом животном простору и изражавали аспекте колективног искуства, а не индивидуална и лична осећања својих аутора. Као средство комуникације, на тај начин, графити потврђују суштину комуникације као прелаза од индивидуалног ка колективном и остваривања *заједништва*.¹⁴

Циљ комуникације: Графити као демократски начин изражавања

У својој књизи *Уметност и демократија*, Жоел Заск (Joëlle Zask) покушава да покаже како су уметнички, естетски и демократски критеријуми слични. Демократија за њу нема чисто политичку конотацију, већ подразумева скуп институција чија је улога да штите, подстичу или обнављају развој индивидуалности сваког појединца, подједнако уметника као и сваког другог грађанина.

Уметност по њој треба да има за циљ индивидуацију појединца. Она није политичка на начин на који су је замислили фашисти или нацисти, јер сврха уметничког дела не треба да буде преношење политичких слогана. Чак и авангарде 20. века, без обзира на њихов уметнички домет, по њој су подржавале друштвени и политички ангажман само преко прокламовања радикалне аутономије њихове уметничке праксе. „Оне нису ставиле уметност у друштво и политику, већ су ставиле друштво и политику у уметност, за коју важи да је виша манифестација Истине и апсолутне Реалности.”¹⁵ По њој, уметничка дела су:

[...]друштвено и политички ангажована тако што смештају посматрача, укључујући и свог конструктора, у ситуацију која омогућава опажање онога за шта друштвена стварност, чинећи његову животну средину, представља велику препреку за његову индивидуацију – дакле његову хуманизацију. Другим речима, дела могу да нас наведу да учествујемо у откривању друштвених услова из угла у коме се ови показују као опредељења, било да то, уосталом, чине предлажући иступе, прибегавајући

14 Видети: Janićijević, J. нав. дело, стр. 19.

15 Zask, Ž. (2004) *Umetnost i demokratija*, Beograd: Clio, str. 208

*провокацији, преврату или исмевању, славећи подсветове или надсветове, или пак указујући на оно неправедно или искварено у друштвеној машинерији.*¹⁶

Циљ графита је управо то. Они изврћу нашу перцепцију стварности и указују на нову могућност размишљања о стварима, које нам се путем регуларних канала комуникације свакодневно представљају као једини исправни. Медији су зато битан фактор за формирање неке поткултуре, која се меша у процес који води од реалних догађаја до њиховог пласирања кроз медије. Припадници поткултуре стављају у први план оне садржаје који су потиснути из медија, свест о неправди, о подређеном положају, о разлици, чинећи то на друштвено неприхватљив начин, кроз кршење свих могућих норми – одевање, понашање, закон. За многе графитере, графити представљају одбијање масовне културе и трагање за смисленијим начином живота. Графити као алтернативан начин уметничког изражавања, били су и најприкладније средство за слање оваквих порука и успостављање комуникације са истомишљеницима. Графите зато можемо посматрати и као савест друштва које је почело да заборавља важне аспекте живота.

Заск у својој књизи описује процес индивидуације кроз уметност следећим речима:

*[У]право радећи на мењању мене самог под утицајем деловања на услове мог постојања, ја указујем (предлажем) другоме пут деловања на услове који подједнако погађају и њега, а који су нам заједнички. Напредујући у мом уметничком раду, показујем пример начина на који деловање на ове услове производи нову средину, затим како та нова средина може да направи места за нова искуства, како коначно мој целокупни пут омогућава да се да дубљи смисао мојим активностима и тиме мојој индивидуацији.*¹⁷

Рецепција поруке

Жоел Заск говори о уметности као о односу, који је и њен основни смисао. То може бити однос између природе и представљања, идеје и материје, институција и људи, људи и њихових културних представа, симболичних размена.

Јавно значење уметности не лежи у потпуно јасном садржају (одређена тема, порука и намера) или у слободном процвату личности које би стваралаштво дозволило (спасење путем уметности); она лежи у самој

16 Исто, стр. 218.

17 Исто, стр. 229-230.

*уметничкој пракси која је нераздвојиво стварање и пријем, изражавање и представљање, континуитет и иновација. Уметници, њихов сензибилитет, пријемчивост, напори које чине да би се суочили са стварношћу, препознали мане или утопије датог, представили их симболично и саопштили, управо су грађа за њихово уметничко стварање. Њихов ангажман је ризик који лично преузимају.*¹⁸

У контексту графита, а полазећи од тврдњи Заск, чини се значајним управо однос стварања и пријема, који нам још ближе може објаснити овај феномен.

Говорећи о великом броју дефиниција комуникације, Јасна Јанићијевић скреће пажњу на четири групе под које се ове дефиниције могу подвести. Поред оних које акценат стављају на појмове *заједништва* и *интеракције*, ту су и теорије које комуникацију посматрају као *наговарање*, као и онај тип теорија које, још шире, под овим појмом подразумевају било који тип *утицаја* или *одговора*.¹⁹

Графити окупирају јавни простор непосредно поред рекламних порука, чији је циљ да нас убеди да купимо неки производ, односно да прихватимо стил живота који пропагирају. Слично, графити нуде сопствени поглед на свет, најчешће супротан оном који нуде рекламе, због чега билборди постају графитерима једна од најчешћих испирација за интервенције на порукама које ови шаљу. Овај билборд бандитизам, по мишљењу Тима Кресвела, упушта се у субверзивни дијалог, исказујући нова мишљења или указујући на оно што постојеће рекламе већ говоре. „Знаци и поруке више се не могу узимати здраво за готово, а посматрач, видевши графите, мора да заузме промишљен (пре него несвестан) став.”²⁰

По речима Јасне Јанићијевић, улога реципијента поруке не мора да буде пасивна, већ он може бити и иницијатор поруке, тако што ће одлучити којем извору ће се приклонити, а којем не. Избором извора поруке којем ће се прикључити, реципијент, она даље тврди, „доказује да одговара и делује на своју околину кад прима поруке, једнако као и сам комуникатор који састављајући поруку одговара на околину која у себи садржи и примаоце те поруке.”²¹ За разлику од медија попут телевизије или радија, графити нуде могућност да се реакција реципијента, односно дијалог између

18 Исто, стр. 230-231.

19 Јанићијевић, Ј. нав. дело, стр. 18.

20 Kresvel, Т. нав. дело, стр. 380.

21 Јанићијевић, Ј. нав. дело, стр. 13.

пошиљаоца и примаоца поруке, остварује кроз исти медиј којим је порука и послата.

Иако је тешко утврдити ефекат који графити имају на своје реципијенте, јер се за разлику од ефекта рекламне поруке не може мерити порастом потражње за рекламираним производом, о њиховом могућем утицају на свест људи говори чињеница да су извршили значајан утицај на индустрију забаве. Свет адвертајзинга постепено је преузео естетику графита, коју је видео као начин допирања до младих као циљне групе својих производа. Графитери су ангажовани као графички дизајнери познатих компанија, које се и данас често окрећу овој естетици. Велике компаније као што су *Sony*, *IBM* или *Nike*, су своје рекламе урадили у виду графита на фасадама зграда како би се приближили млађој популацији, док је реклама фирме *Fila*, урађена истим стилем, прекривала градске аутобусе. За разлику од исцртавања возова или фасада од стране графитера, сврха натписа иза којих стоје ове компаније у капиталистичком друштву очигледно представља сасвим валидно оправдање да овај чин не буде сматран вандализмом.

И мада су на самом почетку у Америци графити схваћени као озбиљан знак губљења контроле над подређеним категоријама друштва, о чему сведочи и масовна медијска кампања вођена под слоганом *Make Your Mark In Society, Not On It (Оставите траг у друштву, не на друштву)*²², овај став ипак није остао и конзистентна политика америчког друштва. Током Заливског рата 1990–1991, у нападу америчке војске на ирачки конвој, погинуло је преко хиљаду ирачких војника и цивила. Новински извештаји о овом догађају помињали су графите које су амерички војници остављали на уништеним превозним средствима непријатеља. Председник Џорџ Буш (George H. W. Bush) је у једном од својих јавних наступа цитирао ове графите као доказ храброг и независног духа америчке омладине која служи интересима своје земље.²³ Дистинкција између ових „добрих графита” и „лоших графита” против којих се Америка бори, сугерише да је суштина проблема везаног за феномен графита у ствари слобода говора коју пропагирају.

Једну од најпознатијих уличних галерија графита представља Берлински зид. Експресивни, ведри цртежи на западној

22 Bennetts, L. Celebrities Join Mayor in New Battle Against Graffiti Writers, April 30th 1982., October 2018., <https://www.nytimes.com/1982/04/30/nyregion/celebrities-join-mayor-in-new-battle-against-graffiti-writers.html>

23 Cavan, S. (1995). The Great Graffiti Wars of the Late 20th Century. 1995., October 2018., <https://www.graffiti.org/faq/greatgraffitiwars.html>

страни контрастирали су сивој површини зида Источног Берлина, све до његовог пада, симболично указујући на разлику између два супротстављена друштва. Тек након уједињења Источне и Западне Немачке, настали су цртежи на источној страни остатка срушеног зида, данас названог *East side gallery* (*Галерија источне стране*). Графити Берлинског зида представљају експлоатацију онога што се сматрало уличним вандализмом, због јасне политичке пропаганде. Данас, као највећа туристичка атракција Берлина и Немачке уопште, величају демократију западног система, док он још увек кажњава оне који помоћу графита изражавају своје мишљење.

С обзиром на то да се стил графита развијао на рачун угрожавања државне имовине, не чуди да су графити скоро у свакој земљи сматрани илегалним. Ипак, до које мере ће бити толерисане њихове поруке протеста владајућем вредносном систему, зависиће увек од количине слободе говора која ће у том друштву бити оцењена као довољна.

Читање графита – код

У покушају да ставе под контролу настајање нових графита, а под притиском јавности која је у све већем броју одобравала овај вид уметничког изражавања, власти у многим земљама нашле су решење намењујући одређене зидне површине за цртање графита. Међутим, одређивањем места на ком ће се графити наћи доводи се у питање њихова сврха, која се тиме своди претежно на њихову декоративну функцију. Такође, дозвољавање графита на одређеним површинама, истовремено, одузимало је графитерима осећај да раде нешто противзаконито, који је пружао додатно узбуђење њиховој активности, али и употпуњавао смисао поруке коју су графитима желели да пошаљу.

Ниједан вид комуникације не можемо посматрати као изолован систем, не узимајући у обзир контекст у ком се јавља. За разумевање графита пресудан је пре свега канал преноса поруке, који истовремено нуди и контекст за њихово тумачење. Као добар пример може нам послужити рад енглеског аутора Бенксија (Banksy), који је направио девет графита на палестинској страни зида који дели Израел од Палестине, покушавајући да дочара свој став да зид претвара Палестину у највећи отворени затвор на свету. Толерисање графита само на унапред одређеним површинама ускраћује могућност оваквог настанка значења у интеракцији графита и места на ком је урађен, без које графити попут ових девет Бенксијевих не би имали никаквог смисла.

У својој књизи *Kod*, Умберто Еко (Umberto Eco) даје дефиницију кода по којој он подразумева „конвенцију која утврђује видове узајамног повезивања присутних елемената једног или више система које разумемо као план израза и одсутних елемената неког другог система (или више система накнадно доведених у везу с првим) који разумемо као план садржине.”²⁴

Када графит нуди коментар на објекат на ком је настао, за шта је као пример наведена Бенксијева серија графита на израелском зиду, није тешко протумачити његову поруку, јер нам је код већ дат. У осталим случајевима, суочавамо се са оним што Еко назива *естетским порукама*, које карактерише отвореност и вишесмисленост, па за Ека они представљају празну форму у коју реципијент уноси значење. За разлику од традиционалне уметности, која се одређује као уметност затворене структуре, модерну уметност (у коју свакако спадају и графити) карактерише отворена структура. У *Отвореном делу* Еко тврди: „Отвореност и динамизам једног дела састоји се, напротив, да оно постане расположиво за разне интеграције, конкретне стваралачке допуне.”²⁵ Зато по њему и код, „чак и кад је правило, није правило које ’затвара’, може да буде правило-матрица које ’отвара’, које омогућава стварање бесконачних појава, дакле он је почетак ’игре’, једног неконтролисаног вртлога.”²⁶

Схватање отворености уметничког дела пружа и нови поглед на улогу реципијента у процесу тумачења дела, јер аутор пружа уживаоцу дело на довршење. Крис Маркер у свом филму *Chats perchés*, додељујући себи управо ту улогу, може нам послужити као пример за ову тврдњу. Приказ Мачке, чије појављивање Маркер прати, у филму је схваћен као метафора која се односи на политичка дешавања у Паризу. По речима Ека, „када се једном протумачи, метафора припрема другачије гледање на свет, али да би се она протумачила треба се запитати не *зашто*, него *како* нам она приказује свет на нови начин”.²⁷ Он сматра да је један исказ метафоричан зато што је интенција његовог аутора да он буде такав. Разумемо ли једну метафору, онда разумемо и зашто ју је њен аутор одабрао, а то долази као последица тумачења. Метафорично тумачење настаје у интеракцији

24 Еко, У. (2004) *Kod*, Beograd: Narodna knjiga, str. 86

25 Цитирано у: Петровић, С. Теоријско-методолошке претпоставке пројекта: проблеми рецепције уметности, у: *Рецепција уметности: истраживање типова укуса београдских студената*, уредио Петровић, С. (1996), Београд: Филолошки факултет, стр: 7-37.

26 Еко, У. нав. дело, стр. 15.

27 Еко, У. (2001) *Granice tumačenja*, Beograd: Paideia, str. 150.

тумача и метафоричног текста, а исход тог тумачења, тврди Еко, допуштају како природа текста, тако и општи оквири енциклопедијских знања у извесној култури.

Критеријум оправданости схватања неког исказа као метафоричног може пружити само општи контекст у коме се исказ појављује. С обзиром да је Мачка урађена у форми графита, што одмах асоцира на израз бунта и реакцију на постојећи систем вредности, не чуди да је редитељ одлучио да њену појаву у тренутку великих друштвених промена схвати метафорично.

Еко у својој књизи говори о вези метафоре и научног открића и, уопштено посматрано, између метафоре и сазнања, као најупадљивије црте модерне метафорологије. И док научно објашњење неке појаве тежи извођење универзалног закона, али и накнадној провери помоћу експеримента, метафорично тумачење, мада не може имати за последицу универзални закон, како тврди Еко,

*[...] мора да претендује на то да, ако је тумачење задовољавајуће, оно мора да оправда не само метафорични исказ, него и читав контекст у коме се овај појављује (може се узети да је неки исказ метафоричан ако остатак контекста оправда то тумачење). Другим речима, метафорично тумачење тражи законе који важе за дискурзивне контексте, док научно откриће тражи законе за светове.*²⁸

Слично, Маркеров филм можемо схватити као врсту експеримента током ког редитељ проверава тачност свог схватања значења одређеног графита. Он прати његово појављивање паралелно са све бројнијим протестима који захватају Париз, а који за повод имају не само локалну политичку ситуацију, већ и догађаје ван граница Француске, попут 11. септембра или рата у Ираку. За Маркера је најупечатљивији широки осмех који чини да ова мачка изгледа као да се са висине смеши на оно што се на улицама дешава. Потврду своје идеје о њиховој узајамној вези Маркер налази када се слика Мачке коју је до тада у форми графита примећивао на улицама Париза, нађе на транспарентима француских демонстраната, па чак и постане део политичких слогана.²⁹ Мачка која је сада имала и крила и маслинову гранчицу у устима, симболизовала је мир за који су се залагали противници рата у Ираку.

28 Исто, стр. 155-156.

29 Један од слогана био је и *Make cats, not war*, парафраза познатог антиратног слогана *Make love, not war* (*Будите љубав, а не рат*), који је шездесетих година обележио америчке протесте због Вијетнамског рата.

Маркер у филму поставља питање и порекла овог лика, па мада констатује да је присутан у *Алиси у земљи чуда* и анимираним филмовима јапанског аниматора Мијазакија (Hayao Miyazaki), он не изводи закључак о његовим карактеристикама. Ипак, његово тумачење овог графита током филма, ствара код гледаоца пре свега осећај његове свеприсутности, односно свеприсутности логике и разума које нас стварност често наведе да заборавимо.

Закључак

Умберто Еко прави разлику између контекста и околности. По њему, „контекст је средина у којој се дати израз појављује заједно с другим изразима који припадају истом систему знакова. Околност је спољашња ситуација у којој неки израз, заједно са својим контекстом може да се појави”.³⁰ Ратови, друштвене кризе, демонстрације, попут оних у Маркеровом филму, представљају околности у којима је могуће затећи графите. Значење израза бунта које им се приписује, оно је што њихову појаву у таквим околностима чини сасвим очекиваном.

Смисао који графити имају за своје ауторе најбоље је сумиран у последњем поглављу Бенксијеве књиге, у којој овај тренутно најцењенији аутор графита у свету размишља о овој форми изражавања служећи се примерима сопствених радова. У поменутом поглављу, Бенкси даје извод из дневника пуковника Мервина Вилета Гонина (Mervin Willett Gonnin), који је био међу првим британским војницима који су ушли у немачки концентрациони логор Берген-Белсен. Поред хорора који је затекао у логору, Гонин у дневник бележи и своје изненађење сазнањем да је са пакетима помоћи британског Црвеног крста стигла и велика количина ружева за усне. Гонин описује жене у логору које су и даље шетале без одеће, или лежале у креветима без спаваћице и постељине, али са црвеним кармином на уснама. По њему, то је био знак да је неко ипак марио за то како се ови људи осећају, а кармин је, по његовим речима, био оно што им је полако враћало назад њихову људскост.³¹

Инспирисан овом причом, Бенкси је урадио црно-бели графит логораша, на ком су једини детаљи у боји њихове јарко црвене усне. Као што пуковник Гонин тумачи улогу коју је кармин имао у животима логораша, тако и Бенкси прави поређење дајући спрејевима фарбе којима се цртају графити сличну улогу у животима њихових аутора.

30 Еко, У. (2001) *Granice tumačenja*, Beograd: Paideia, str. 265.

31 Banksy (2006) *Wall and Piece*, London: Random House UK, p. 202.

ЛИТЕРАТУРА:

- Banksy (2006) *Wall and Piece*, London: Random House UK.
- Bennetts, L. Celebrities Join Mayor in New Battle Against Graffiti Writers, April 30th 1982., October 2018., <https://www.nytimes.com/1982/04/30/nyregion/celebrities-join-mayor-in-new-battle-against-graffiti-writers.html>
- Cavan, S. (1995) *The Great Graffiti Wars of the Late 20th Century*. 1995., October 2018., <https://www.graffiti.org/faq/greatgraffitiwars.html>
- Cooper, M. and Chalfant, H. (1996) *Subway Art*, New York: Henry Holt & Company.
- Еко, У. (2001) *Granice tumačenja*, Beograd: Paideia.
- Еко, У. (2004) *Kod*, Beograd: Narodna knjiga.
- Fisk, Dž. (2001) *Popularna kultura*, Beograd: Clio.
- Janičijević, J. (2000) *Komunikacija i kultura: sa uvodom u semiotička istraživanja*, Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Kresvel, T. Diskurs noći – proizvodnja/potrošnja značenja na ulici, u: *Prizori ulice: Planiranje, identitet i kontrola u javnom prostoru*, urednik Fajf, N. (2002), Beograd: Clio, str. 369-384.
- Lajak, P. Šalon na ulici, u: *Urbani spektakl*, uredila Dragičević-Šešić, M. i Šentevska, I. (2000), Beograd: Clio, str. 73-98.
- Marker, C. (Director) (2004) *Chats perches* (International title: *The Case of the Grinning Cat*) [Motion Picture], France: LesFilms du Jeudi, Arte France.
- Петровић, С. Теоријско-методолошке претпоставке пројекта: проблеми рецепције уметности, у: *Рецепција уметности: истраживање типова укуса београдских студената*, уредио Петровић, С. (1996), Београд: Филолошки факултет, стр. 7-37.
- Радосевић, Љ. (2006) *Историјско-теоријска расправа о појави и развоју графита у Београду од 1996. до 2005.* (дипломски рад), Филозофски факултет. Универзитет у Београду.
- Silver, T. (Director) (1983) *Style Wars* [Motion Picture], USA: Public Art Films
- Zask, Ž. (2004) *Umetnost i demokratija*, Beograd: Clio.

Vesna Dinić Miljković
University *Sinergija*, Faculty of Drama and Film Arts,
Bijeljina, Republika Srpska

GRAFFITI – THE ART OF RESISTANCE

Abstract

There is no consensus when it comes to graffiti. The fact that we balance between considering them art and considering their invasion of our public space vandalism, tells mainly about our fear of inability to control the messages they send. But whether consisting of an artist's name or a high quality drawing, graffiti messages carry a common meaning. Following the trail of Monsieur Chat, a graffiti cat smiling from Paris rooftops at the protestants during the social upheaval of 2001, the French director Chris Marker reflected on these post 9/11 events, reminding us that, just like in 1968, poetry gets born in the streets. Graffiti initially emerged out of necessity, as a language of those deprived of other, more conventional means of expression. They serve a social function by expressing the society's shared values, instead of individual beliefs of their creators. By invading our public space they alter our perception of reality, provoke critical thinking and awake our social conscience. Regarding graffiti as a mean of communication, this paper reflects on this phenomenon by analysing different segments of communication process.

Key words: *graffiti, communication, street art, art and democracy, interpretation*



Снежана Јовчић Олђа, *Пањ*, 92 x 70 цм, 2016.