

# **STREET ART I GRAFFITI**

**Litery, słowa i obrazy  
w przestrzeni miasta**



WŁODZIMIERZ MOCH

# **STREET ART I GRAFFITI**

**Litery, słowa i obrazy  
w przestrzeni miasta**

BYDGOSZCZ 2016

R E C E N Z E N C I

dr hab. prof. IS PAN Grażyna Bobilewicz

dr hab. prof. UKW Grażyna Sawicka

K O R E K T A

Elżbieta Rogucka

T Ł U M A C Z E N I E

Katarzyna Szalla-Neumann

S K Ł A D

Adriana Górską

P R O J E K T O K Ł A D K I

Marta Rosenthal-Sikora

© Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Gospodarki & Włodzimierz Moch  
85-229 Bydgoszcz, ul. Garbary 2

ISBN: 978-83-64628-45-0

## Spis treści

Od <i>linguistic turn</i> po <i>iconic turn</i> . Założenia wstępne	7
Podziękowania	15
CZĘŚĆ PIERWSZA	
Ewolucja graffiti i street artu	17
1. Sztuka publiczna, sztuka miasta, sztuka ulicy	19
2. Tradycja i teraźniejszość graffiti w Polsce	21
3. Graffiti a street art	31
4. Komiks jako gatunek pośredni między graffiti a street artem	38
CZĘŚĆ DRUGA	
Lingwistyczno-kulturowy portret graficiarza i streetartowca	43
1. Liternictwo jako wyraz autoekspresji, oryginalności i znak tożsamości graficiarza	45
2. Graficiarze i streetartowcy jako subkultura buntu i kreacji	53
3. Autoportret graficiarza i streetartowca w zwierciadle języka	64
4. Językowo-kulturowy wizerunek graficiarza w tekstach raperów i rockmanów	72
5. Charakterystyka słownictwa graficiarzy i streetartowców	84
CZĘŚĆ TRZECIA	
Społeczno-polityczne treści i formy przekazów sztuki ulicy	93
1. Apoteoza wolności jako przeciwnieństwa politycznej i społecznej opresji	95
2. Wykładniki tożsamości kulturowej i narodowej w erze globalizacji w polskim, litewskim oraz łotewskim graffiti i wlepkarstwie	107
3. Antysystemowa kontestacja na przykładzie graffiti i street artu z Polski, Litwy, Łotwy i Rosji	116
4. Street art przeciw globalizacji, korporacjonizmowi i konsumpcjonizmowi	126
5. Graffiti przeciw dezintegracji duchowej	132

CZĘŚĆ CZWARTA	
Graffiti i street art jako czynniki zmiany krajobrazu kulturowego miasta	139
1. Rewitalizacja, estetyzacja i kulturowe osvajanie przestrzeni miasta	141
2. Utylitarne funkcje graffiti i street artu	166
CZĘŚĆ PIĄTA	
Strategie i praktyki artystów ulicy	173
1. Działania subwersywne jako wyraz buntu i prowokacji kulturowej	175
2. Działania performatywne jako wyraz gry kulturowej	195
3. Relacje między słowem a obrazem jako forma dyskursu kulturowego	199
CZĘŚĆ SZÓSTA	
Znaczenie graffiti i street artu we współczesnym świecie i w kulturze	211
1. Nowa sztuka miasta	213
2. Podsumowanie	219
CZĘŚĆ SIÓDMA	
Słownik polskiego graffiti i street artu	227
1. Wstęp	229
2. Hasła	232
Literatura	277
Adresy wykorzystanych stron internetowych	287
Abstract	291

## Od *linguistic turn* po *iconic turn*. Założenia wstępne

Jako uczestnicy świata kultury zachodniej żyjemy w epoce nadmiaru wszystkiego, zwłaszcza obrazów<sup>1</sup>. Coraz częściej można usłyszeć opinię, że wizualna inwazja, jakiej poddana jest codziennie nasza świadomość, prowadzi u człowieka do jego cyfrowej demencji. Ta, z kolei, wywołuje negatywne skutki w postaci zo-bojętnienia na wszelkie bodźce, czy to wizualne, czy werbalne, a kulturę zamienia w jarmark, na którym prawie wszystko ma tę samą (niską) wartość. Nie znaczy to jednak, że obrazy należy generalnie eliminować z otaczającego nas świata, gdyż wartość niektórych jest nie do przecenienia, jeśli chodzi o ich potencjał artystyczny i kulturotwórczy. Wiele z nich wszak ma status dzieł sztuki. Przeciwnie – trzeba brać je w obronę, nawet jeśli takiej wysokiej rangi nie reprezentują, ale za to ich podstawową funkcją staje się tworzenie więzi społecznych<sup>2</sup>.

Współczesna *cywilizacja obrazu* nie rezygnuje jednak, wbrew pozorom, ze słowa. Co prawda, jesteśmy od kilku dekad w kulturze świadkami zwrotu wizualnego/ikonicznego/obrazowego/piktorialnego<sup>3</sup> (z ang. *visual<sup>4</sup>/iconic/pictorial/pictural turn*) w kulturze, traktowanego także jako coraz bardziej dominująca perspektywa badawcza w naukach humanistycznych<sup>5</sup>, jednak słowo, nawet w postaci zatomizowanej – jako artystycznie przetworzony zbiór nieukładających się w treściową całość liter, jak w graficiarskim *liternictwie*<sup>6</sup> – nie zniknęło z krajobrazu

<sup>1</sup> Mówienie o obrazach, jak pisze H. Belting, stało się w ostatnich latach modne, ale brak mu ostrości, gdyż są one zrównywane z obszarem wizualnym lub znakiem, a takie podejście odbiera im znaczenie symboliczne. Obraz ma zarówno wymiar zewnętrzny, jak i wewnętrzny i jest wynikiem osobowej lub kolektywnej symbolizacji, a nie tylko wytworem percepcji: „żyjemy z obrazami i rozumiemy świat w obrazach” (2007, 11-13).

<sup>2</sup> Tak uważa, między innymi, R. Drozdowski, który jednocześnie zwraca uwagę, że nie wszystkie obrazy pełnią taką społecznotwórczą rolę. „Złe obrazy” (do których zalicza także graffiti) nie budują relacji społecznych i należałoby ograniczać ich liczbę w sieci, gazetach, telewizji itd., w imię dbałości o bardziej zrównoważony rozwój i sprawiedliwszą redystrybucję społeczną nadwyżek (2013, 40-42).

<sup>3</sup> Określenie zwrot *piktorialny* zostało po raz pierwszy użyte przez W. J. T. Michela (2009).

<sup>4</sup> Zdaniem H. Beltinga *visual turn* „przesuwa akcent z obrazu na performans” (za Bachmann-Medick 2012, 418).

<sup>5</sup> O owym zwrocie i jego konsekwencjach mówiono podczas konferencji „Więcej niż obraz”, która odbyła się w Krakowie w dniach 19-21.09.2013 r. w ramach II Zjazdu Polskiego Towarzystwa Kulturoznawczego – zob. <http://www.wh.agh.edu.pl/konferencje/ptk/papers.php>, dostęp 20.02.2015 r.

<sup>6</sup> Terminy i specjalistyczne określenia związane z graffiti i street artem są objaśnione w *Słowniku graffiti i street artu* (na końcu pracy). Jeśli użyto ich po raz pierwszy lub stanowią przedmiot rozważań terminologicznych, to zostały wyróżnione kursywą. W taki sam sposób są zaznaczone cytaty napisów stanowiących część kompozycji graffiti i street artu lub podpisy pod przedstawiającymi je zdjęciami w albumach, stworzone przez samych artystów.

kulturowego miast i jego sfery wizualnej. Nie zniknął także tekst traktowany jako niezbywalny element przekazów nowej sztuki i reklamy, choć często występujący w postaci hybrydalnego połączenia słowa z obrazem. Pojawia się on także jako byt intencjonalny i wyobrażony w formie interpretacji zawartych w wytworach sztuki i kultury odniesień intertekstualnych, nawet wtedy, gdy mamy do czynienia jedynie z „czystym” przekazem wizualnym. Wynika to stąd, że obraz także jest tekstem i ma swoją retorykę. Można więc, co najwyżej, mówić o detronizacji logocentryzmu, ale nie o zaniku znaczenia słowa w rzeczywistości kulturowej i społeczno-politycznej. Ponadto, nie można zapominać o tym, że jako element kultury młodzieżowej sztuka ulicy jest również przejawem kultury dziania się/działania, niosącej przekazy o charakterze werbalnym i niewerbalnym.

Transdyscyplinarne studia, zainicjowane jakiś czas temu w kulturoznawstwie, językoznawstwie, antropologii i innych dziedzinach nauki, dają możliwość interesującego ukierunkowania badań nad zmieniającą się rzeczywistością i funkcjonującymi w jej obszarze formami kultury. Połączenie różnogatunkowych perspektyw widzenia zjawisk kultury współczesnej na styku obrazu, słowa, performansu, coraz mocniej praktykowane w humanistyce, przynosi ich coraz pełniejszy ogląd. Tym tendencjom badawczym sprzyja postępująca *narratywizacja obrazu* (jako jedna z konsekwencji *narrative turn*), który, jak w sztuce publicznej, wchodzi w interakcje z otoczeniem i sam je pobudza, stając się niezbywalną częścią życia społecznego.

Niniejsza praca jest nową, pierwszą w polskiej humanistyce próbą przedstawienia graffiti i street artu przez pryzmat języka (głównie słownictwa) jako zjawiska o charakterze społeczno-kulturowym i artystycznym. Ujmując ściślej, ta nowa perspektywa poznawcza, opierając się na teoretycznych założeniach lingwistyki kulturowej i tekstologii, polega na połączeniu płaszczyzny kulturoznawczej z lingwistyczną analizą tekstu i obrazu funkcjonującego w otwartej przestrzeni miasta, kierując się głównie założeniami *linguistic turn*, *interpretive turn* i *iconic turn*, z uwzględnieniem kontekstu kulturowego i społecznego, jaki towarzyszy sztuce ulicy. Dzięki jej zastosowaniu zostały wyeksplikowane i uporządkowane tematycznie oraz formalnie najważniejsze zjawiska obu pokrewnych dziedzin, ich strategie działania i praktyki twórcze. Pojawia się coraz więcej opracowań rozpoznających przestrzeń miasta pod kątem funkcjonowania w niej zjawisk z dziedziny sztuki, zwłaszcza o charakterze socjologicznym i kulturoznawczym (wiele wykorzystano w tej pracy), jednak brakuje takich, które zbadałyby relacje między słowem a obrazem z perspektywy głównie semantyczno-semiotycznej. Autorzy zapominają, że głównym składnikiem miejskiej ikonosfery jest, obok obrazu, słowo i wszelkie komunikaty werbalne, składające się na przekazy kultury. Jako specjaliści innych dziedzin nie mają kompetencji, aby sztukę ulicy rozpoznawać jako *tekst kultury*, a więc zarówno w warstwie językowej, jak i wizualnej. Ta praca, koncentrująca się na znaczeniach oraz na sferze powiązań między obrazem a słowem, tę lukę stara się wypełnić. Lingwistyka kulturowa, jak żadna inna dziedzina, nadaje się do ca-



łościowego ujmowania zjawisk kultury symbolicznej, łącząc swe metody badawcze z wypracowanymi przez inne nauki humanistyczne, zwłaszcza *cultural studies*, wraz z pojawieniem się kolejnych *zwrotów kulturowych*.

Takie podejście badawcze zarysowuje główne cele tego opracowania:

- 1) syntetyczny opis polskiego graffiti i street artu w ich różnorodnych treściach, odczytanie zawartych w nich przekazów i wizji świata, przekonań o człowieku i otaczającej go rzeczywistości społeczno-politycznej, z uwzględnieniem społecznego tła i kulturowego kontekstu, w którym funkcjonują obie dziedziny oraz ogólnosięwiatowych procesów kulturowych, takich jak globalizacja czy etniczacja; ujawnienie i opis różnego rodzaju odniesień zawartych w pracach graffiti i street artu;
- 2) wyróżnienie i opisanie przyjętych przez twórców ulicy strategii i technik artystycznych i społecznych oraz efektów ich działań w sferze publicznej;
- 3) pokazanie uwikłań, w jakie sztuka ulicy – jako element kultury alternatywnej<sup>7</sup> – wchodzi z realnym światem, z jednej strony, prowadząc akcje kulturowego oporu, a z drugiej – ulegając procesom postępującej komercjalizacji;
- 4) opis języka używanego przez graficiarzy i streetartowców oraz funkcji, jakie on pełni jako socjolekt, narzędzie komunikacji i wypowiedzi (przekazów) oraz element samych prac artystycznych – badanie wielofunkcyjności kodu językowego, jakiego używa sztuka ulicy z perspektywy lingwistyki kulturowej, wydobycie jego cech swoistych;
- 5) stworzenie najdokładniejszego i najobszerniejszego w dotychczasowej polskiej leksykografii słownika gromadzącego określenia związane z graffiti i street artem;
- 6) wykorzystanie perspektywy komparatystycznej w celu uchwycenia paralel między polskim graffiti i street artem a sztuką miasta w innych krajach, głównie wschodniej Europy, takich jak Litwa, Łotwa, Rosja, ale także w Egipcie, RPA czy Anglii. Takie podejście badawcze nie było dotąd praktykowane na gruncie rodzimym, zatem stanowi *novum*, bo przynosi próbę odpowiedzi na pytanie, czy twórczość polskich artystów ulicy jest zjawiskiem oryginalnym i wyróżniającym się na tle dokonań twórców z innych krajów i obszarów kulturowych, czy raczej powiela wzory już zastane.

Baza empiryczna pracy została odczytana jako zbiór *tekstów kultury*. Są to „wytwory aktywności kulturowej człowieka, takie jak – poza utworami literackimi – także filmy, sztuki teatralne, kompozycje muzyczne, obrazy, dzieła plastyczne, te, które stały się nośnikami pewnych idei i mają zdolność oddziaływania

<sup>7</sup> Do najbardziej adekwatnych należy definicja J. Wertenstein-Żuławskiego, którego zdaniem *kultura alternatywna* to zespół wzorów kulturowych autonomiczny wobec kultury dominującej i stanowiący odrębną całość, ale niektóre oficjalne wzory są przez k. a. przejmowane i przeformułowywane (1990, 10).

na wyobraźnię i emocje” (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009, 72)<sup>8</sup>. Za takie można z pewnością uznać analizowane tu dzieła twórców sztuki ulicznej, nawet jeśli nie w pełni stały się jeszcze dobrem zbiorowym (w sensie zadomowienia w społecznej przestrzeni), ale swoją oryginalnością, heterogenicznością treści, rodzajem ideowych przesłań, niejednokrotnie także dobrym poziomem artystycznym zasługują na krytyczną refleksję. Te kryteria przesądziły o doborze artystów i ich dzieł do analizy, a samo podejście badawcze dodatkowo uzasadnia postawa samych twórców, zwłaszcza graficiarzy, dla których ważniejszy od artystycznego kształtu dzieła jest zawarty w nim przekaz<sup>9</sup>. W swoich badaniach nad subkulturami autor stara się odpowiadać także na zbliżoną do przedstawionej propozycję metodologiczną Jerzego Bartmińskiego i Wojciecha Chlebdy, postulujących „interdyscyplinarność współczesnego językoznaństwa i jego otwarcie na inne nauki humanistyczne” (2008, 11-27). To naturalne podejście, gdyż inter- czy też transdyscyplinarność jest w nie wpisana, na przykład w badania nad kulturą ikonyczną<sup>10</sup>, a perspektywa językowa jest w refleksji humanistycznej najważniejsza<sup>11</sup>.

Przyjęcie założenia, że do tekstów kultury należy zaliczyć także „zachowania społeczne realizujące pewien społecznie utrwalony wzorzec”, umożliwiła rozszerzenie pola badawczego (Głowiński, Kostkiewiczowa i inni 1998, 575). Takie wzorce sztuka ulicy zdaje się wypracowywać, choć trudno mówić o ich społecznym utrwaleniu, gdyż mają charakter szczególny, zorientowany środowiskowo i odnoszący się głównie do ulicznych twórców. Ich zachowania społeczne, związane z uprawianiem tej formy sztuki, mają złożony charakter, gdyż są, z jednej strony nastawione na dyskurs publiczny (street art), a z drugiej – stanowią coś w rodzaju *votum separatum* (graffiti), są legalne i nielegalne, systemowe i antysystemowe. Te odmienne sposoby funkcjonowania tworzą kulturowy idiom nowej

---

<sup>8</sup> Tym samym autor opowiada się za wynikającym z tradycji filologicznej przyjęciem w opisie zjawisk artystyczno-kulturowych „tekstocentryczności”, co oznacza dla niego skupienie się na tekście i kulturowych odniesieniach w przekazywanych komunikatach, wypowiedziach słownych i wizualnych oraz ich funkcjonowaniu w szerszej perspektywie czasowej i przestrzennej, w warunkach globalizacji. Możliwe jest podejście do fenomenu sztuki ulicy, a zwłaszcza graffiti, z punktu widzenia amerykańskich badań folklorystycznych o orientacji socjologiczno-etnograficznej, traktującej lud jako grupę społeczną (zob. Rydzewska 2004), ale ta dziedzina coraz bardziej wymyka się traktowaniu jako części kultury ludowej (nawet szeroko rozumianej – jako element kultury miasta). Sztuka ulicy jest coraz bardziej wyrafinowana i nowoczesna, wolna od przesądów, w zasadzie nieobarczona tradycją, w niektórych swoich wytworach wręcz awangardowa (jest o tym mowa w dalszej części pracy), a twórcy, z których wielu ukończyło akademie sztuk pięknych – stosują wyszukane strategie subwersywnego odwracania znaczeń i praktyki performatywne. Ich prace obfitują w konteksty kulturowe i różnego rodzaju aluzje, prezentując szeroki zakres stosowanych form i technik.

<sup>9</sup> D. Paczkowski z Trzeciej Fali mówi o tym wprost: „W ogóle malowanie traktuję jako narzędzie (...) Sprawy artystyczne nie są moim priorytetem, liczy się przekaz” (GwP 77).

<sup>10</sup> D. Bachmann-Medick pisze o „refleksji o obrazie – biegnącej na wskroś przez dyscypliny” (2012, 426).

<sup>11</sup> Bachmann-Medick traktuje dominację języka (*linguistic turn*) jako stan wyższej konieczności: „ikoniczna refleksja jest zdana na wyrażanie swej krytyki w języku”, z czego wyciąga wniosek, że „zawołanie «kultura jako obraz» z pewnością nie stanie się nową nośną formułą” (2012, 426).

sztuki miasta, ale także stały się jej nierozwiązywalnym problemem. Nielegalność czy nawet anarchizm niektórych działań, zwłaszcza dotyczy to graffiti, są wpisane w jej formułę i w żadnym razie nie mogą stanowić podstawy zanegowania kulturowej i artystycznej wartości (większej lub mniejszej) wytworów sztuki ulicy i nieprzyjmowania przekazywanych przez nie treści oraz zakodowanych w nich, często w postaci symbolicznej, sensów<sup>12</sup>.

Jeszcze dalej w rozumieniu i analizie zjawisk kultury szedł wybitny rosyjski semiotyk kultury Władimir Toporow, który kojarzył ze sobą pojęcia tekstu kultury i *tekstu słownego*. W rozszerzonym o kontekst pozawerbalny znaczeniu tekst stał się dla niego „sekwencją znaków różnego rodzaju: dźwięków, gestów, kolorów, artefaktów, obrazów itd., które składają się na całość semantyczną”. Badacz dodał: „Sens (...) jest główną, konstytutywną cechą tekstu, tekst zaś staje się głównym przedmiotem strukturalno-semiotycznych badań nad kulturą” (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009, 73).

Podobnie myślą uliczni twórcy, dla których przesłanie zawarte w przekazie jest najważniejsze, a w każdym razie ważniejsze niż jego forma. Toporow uważał także, że pojęcie tekstu wyszło poza ramy kultury; tekst, jako jej fenomen i produkt zarazem, staje obok takich podstawowych kategorii, jak czas, przestrzeń i materia<sup>13</sup>. Obie badane dziedziny funkcjonują w realnej przestrzeni, która jest równocześnie zjawiskiem kulturowym niosącym ściśle określone znaczenia o niejednorodnym charakterze (Adamowski 1998, 136), dlatego ten aspekt jest szczególnie ważny. W przypadku graffiti i street artu percepcja przestrzeni, uobecnionej i swoiście zorganizowanej w dziełach artystów, łączy ich funkcje kulturotwórcze ze społecznymi (aktywizacja lokalnych środowisk), co również zostanie uwzględnione w tej pracy.

Kategoria czasu także ma w przypadku sztuki miasta duże znaczenie, zważywszy „migotliwość”, tymczasowość, zmienność i okazjonalność tego rodzaju działań i realizacji artystycznych. Są one istotnymi składnikami kultury popularnej, która stanowi przestrzeń walki na znaczenia<sup>14</sup>. W zamierzeniach twórców sztuki

<sup>12</sup> Jeden z graficiarzy, Fatsy, tę kwestię ujmuje zgodnie ze stanowiskiem wielu swoich kolegów: „Graffiti w tradycyjnej, esencjonalnej formie jest nielegalne: to manifest niezależności, stoi w opozycji do wszystkich kolaborujących z kulturą masową form aktywności. To gra, która łączy w sobie dwa elementy: warstwę estetyczną i warstwę taktyczną. Lekceważenie którejkolwiek z nich czyni tę grę nieciekawą, a przez to bezsensowną” (GGE 152).

<sup>13</sup> J. Bartmiński cytuje ważne słowa Toporowa: „Tekst ma właściwości przestrzenne (czyli mieści się w «realnej» przestrzeni, jest to bowiem cecha większości przekazów składających się na skarbiec kultury ludzkiej), a z kolei przestrzeń ma cechy tekstowe (bo przestrzeń jako taka może zostać odebrana jako przekaz, komunikat)” (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009, 73). Tego rodzaju „przestrzenność”, dosłownie i w przenośni, jest jedną z ważniejszych cech street artu.

<sup>14</sup> M. Żakowski wskazał na użyteczność podejścia U. Eco, z którym wystąpił już w 1995 r.: „Należy być może wrócić do zaproponowanego przez Umberto Eco pojęcia semiotycznej partyzantki, walki na znaczenia, aby możliwe było rozstrzygnięcie innych pojęciowych kwestii związanych ze sztuką ulicy. Ściana nie jest bowiem cichsza od telewizora, a siła umieszczonego na niej komunikatu zależy bezpośrednio od jego jakości” (2006, 85).

ulicy, którzy dobrze uświadamiają sobie obecność wszystkich tych kategorii w akcie kreacji, pojawia się jeszcze jedna cecha tekstu – ma mieć moc sprawczą i motywować do działania, przekształcania rzeczywistości miasta.

Toporow, podobnie jak Walter Benjamin, antycypował, zwłaszcza w swym znanym dziele *Miasto i mit*, postrzeganie miasta jako „wystawiającego się na odczytanie tekstu”, z właściwie „wielości tekstów nałożonych na siebie w toku historii”, niedających się jednoznacznie odczytać, ale umożliwiających indywidualną interpretację<sup>15</sup>. Takiego tekstualnego podejścia wymaga wiele prac graffiti i street artu, zwłaszcza jeśli ich autorzy wskazują kulturowe tropy zawarte w swoich pracach.

Autor pracy łączy w swoich badaniach perspektywy obu dziedzin: lingwistyki kulturowej i tekstologii, ale równocześnie stara się je łączyć z szerszym podejściem, jakie wobec badanej problematyki przyjmują takie nauki, jak socjologia, antropologia, filozofia czy historia i teoria sztuki, a przede wszystkim nowe orientacje kulturoznawcze (*cultural turns*). Trudno bowiem, przy całościowym oglądzie zjawisk związanych ze sztuką ulicy, pominąć metody badawcze i analizy oraz konstatacje badaczy z innych niż tylko lingwistyka dziedzin nauki, zwłaszcza że językoznawcy niedostatecznie, jak dotąd, je rozpoznali<sup>16</sup>.

Niemiecka badaczka Doris Bachmann-Medick w swojej książce (2012) stwierdza – z czym trudno się nie zgodzić – że *linguistic turn*<sup>17</sup>, który wywołał wszelkie inne *zwroty kulturowe* pozostaje ciągle „mega” *turn*, gdyż je przenika i stanowi punkt odniesienia dla wszelkich zmian, czyli spełnia fundamentalną rolę w humanistyce, jednak, co sugeruje, inne orientacje dochodzą coraz silniej do głosu. Dopełnia go *interpretive turn*<sup>18</sup>, który pojawił się w latach 70. XX w. w amerykańskiej antropologii kulturowej. Ujmuje on kulturę jako tekst i jest zorientowany na znaczenie. Takie semiotyczno-semantyczne podejście sprzyja zwłaszcza przyjęciu perspektywy nowego krytycznego spojrzenia na tę dziedzinę, pojmowaną jako system znaków i symboli. Formuła „kultura jako tekst” ujmuje również działania jako teksty. Jednak ta dominacja tekstualności, języka i dyskursu wywołała wśród niektórych badaczy „znaczne niezadowolenie”, dlatego pojawienie się *performative turn*, dynamizującego działanie tekstualne, gdyż przesuwał uwagę z tekstu

---

<sup>15</sup> M. Dzionek odnosi tekstualny charakter miasta do postawy i kulturowej figury *flâneura* – spacerowicza i odwołuje się do refleksji Benjamina, który „kojarzył Paryż z księgą” (2005, 102).

<sup>16</sup> Nieco szerzej o graffiti jako zjawisku kulturowo-lingwistycznym piszą jedynie E. Kołodziejek (2005) i W. Moch (2008).

<sup>17</sup> Pojęcie *linguistic turn* stworzył w latach 50. XX w. G. Bergmann, ale spopularyzował je na gruncie filozofii języka R. Rorty w 1967 r., jako redaktor tomu *The Linguistic Turn*. Zwolennicy tej orientacji wychodzą z założenia, że „język nie jest narzędziem opisu rzeczywistości niezależnej względem niego (...), lecz raczej instrumentem jej konstruowania”, a „całe poznanie tego, co realne jest już sformułowane w wypowiedziach językowych”. To językowe uwarunkowanie powoduje, że *linguistic turn* w naukach historycznych zyskał postać *narrative turn* (Bachmann-Medick 2012, 44-45).

<sup>18</sup> Pojawił się w latach 70. XX w. w amerykańskiej antropologii kulturowej.

i znaczenia na przedstawienie i praktykę performatywną, stało się „metodycznie szczególnie obiecujące” (2012, 42-48). Takie podejście jednak budzi sprzeciw zwolenników ustalonego przez wieki wysokiego statusu słowa w kulturze. Dominacja obrazu i performatywnego aktywizmu w przestrzeni miasta, sprowadzenie słowa do roli tła w przekazie ich zdaniem oznacza odchodzenie od dyskursywności lub wręcz czyni możliwym upadek kultury pisma (Skudrzyk 2005).

Jak twierdzi Bachmann-Medic, najpoważniejsze konsekwencje w spojrzeniu na życie i współczesną kulturę niesie z sobą ekspansja obrazów i związany z nią *zwrot obrazowy (iconic turn)*<sup>19</sup>, czyli myślenie obrazami i za ich pomocą, a nie refleksja nad nimi. Uznano, że obrazy mają własną siłę oddziaływania, a nie służą jedynie „czytaniu” ich i wydobywaniu z nich sensów czy podtekstów. *Iconic turn* „obejmuje cały obszar wizualnej kultury”, a obraz nie jest tylko odbiciem, lecz „wynikiem osobowej lub kolektywnej symbolizacji”. Zamierzeniem *zwrotu obrazowego* jest „utrzymywanie w ryzach zalewu obrazów dzięki ich krytycznej analizie”, a celem praktycznym – ukształtowanie się interdyscyplinarnej oraz transkulturowej nauki o obrazie uwzględniającej „emocjonalny potencjał oddziaływania obrazów”. Dokonywana w jej ramach komparatystyczna analiza kulturowa obrazu umożliwi ukazywanie „różnic między kulturami obrazowymi w zglobalizowanym świecie”. W *iconic turn* chodzi nie tylko o nowe rozumienie obrazów, ale o to, by „pojmwować świat przez obrazy”, używać ich jako narzędzi poznawczych i wzmacniać uwrażliwienie na nie. Ta orientacja odkrywa, co jest jej kolejną zasługą, że „wizualna performatywność stanowi również w europejskich kulturach ważną praktykę kulturową”. Jednak nie da się unieważnić przewagi języka i pisma, a obrazy nie zastąpią tekstów. Językowa interpretacja jest niezbędna, gdyż ikoniczna refleksja musi wyrażać swą krytykę w języku (2012, 390- 435).

Jednak język służy nie tylko interpretacji tekstów o charakterze ikonycznym, ale ciągle pojawia się gdzieś na peryferiach ikonicznej przestrzeni miasta w postaci mniej lub bardziej rozbudowanych inskrypcji pozbawionych elementów obrazowych. Żywotność takich czysto werbalnych komunikatów jest podtrzymywana dzięki ich prowokacyjnemu humorowi, przewrotności i dwuznaczności (w sferze treści), ale przede wszystkim – zróżnicowaniu gatunkowemu (w sferze formy). Beata Jarosz wskazuje różne gatunki werbalnych przekazów graffiti, których nazwy przeważnie należałoby poprzedzić prefiksem *quasi* lub *niby*: definicje (*Głupota jest pewnym sposobem używania rozumu*), informacje (*Na trasie nie ma korków*), zakazy i nakazy (*Nie deptać chodników!*, *Palenie nakazane!*), ostrzeżenia (*Uwaga na batmany!* – przed duchownymi), rady (*Ruch to zdrowie, więc się ruchajmy*), ogłoszenia i slogany reklamowe (*Oddam cnotę w dobre ręce, Ani pepsi, ani cola nie zastąpi ci jabola*), akty etykiety (*Yo Yo, Szczęść Boże*), wyznania

<sup>19</sup> Nadejście *iconic turn* obwieścił w 1994 r. historyk sztuki Gottfried Boehm. Celem tego *zwrotu kulturowego* było ustabilizowanie ogólnej nauki o obrazie wobec tekstualnej i językowej dominacji *linguistic turn*. *Iconic turn* stworzył grunt pod bardziej pojemny *visual turn*, obejmujący rozległe praktyki wizualne, kultury patrzenia i media percepcji (Bachmann-Medic 2012, 391).

*(Kocham śmierć, bo tylko ona na mnie czeka), zapowiedzi (Na pewno nie pójdę do nieba, bo mam lęk wysokości)* (2013, 86-90).

Ta wielość perspektyw widzenia graffiti i street artu stwarza trudności i bariery poznawcze w ich opisie, wymagające przyjęcia jednolitej postawy metodologicznej, ale bez ograniczającej autora ortodoksji. Przyjmując to zastrzeżenie, należy stwierdzić, że jest to opracowanie z pogranicza językoznawstwa i kulturoznawstwa, z naciskiem na perspektywę lingwistyczną w rozpoznawaniu zjawisk kulturowych. Skrzyżowanie metod lingwistyki kulturowej z wielokierunkową refleksją o kulturze obrazowej daje pełniejszy obraz współczesnej kultury w ogóle, co w przypadku stawianych sobie przez autora zadań może owocować pełniejszym i bardziej wszechstronnym oglądem fenomenu, jakim pospołu stały się na przełomie XX i XXI w. graffiti i street art. Zawarte w tej pracy analizy oraz interpretacje mają charakter lingwistyczno-kulturowy i tekstologiczny, ale starają się uwzględnić także nowe orientacje nauk o kulturze. Dotychczasowe analizy graffiti i street artu, choć interesujące, ograniczały się do opisu dokonywanego z perspektywy poszczególnych nauk, takich jak sztuki plastyczne, socjologia, antropologia itd. Korzystając z tych dokonań i uwzględniając interdyscyplinarną perspektywę badawczą oraz formułując wnioski dotyczące zwłaszcza społeczno-kulturowych funkcji sztuki ulicy, autor stwarza własną narrację o charakterze inter- i transdyscyplinarnym, starając się wnieść do wiedzy o nowej sztuce szerszą perspektywę porównawczą.

Ze względu na bogactwo materiału i skupienie się jedynie na wybranych poziomach organizacji tekstów i działań nowej sztuki ulicy – tematycznym, semiotycznym, semantycznym i strukturalno-językowym – praca nie może być traktowana jako kompletne ujęcie fenomenu kulturowego, jakim jest graffiti i street art, niemniej ma stanowić inspirację dla badaczy, aby starali się w swoich analizach uwzględniać w pełni tworzywo nowej sztuki i zawarte w niej treści – nie tylko obraz, ale i słowo z nim połączone – realnie lub domyślnie. Współobecność słowa i obrazu oraz ich wzajemne relacje mają wartość komplementarną. Warstwa ikoniczna i werbalna uzupełniają się komunikacyjnie, ujawniając przed obserwatorem bogactwo uczuć, emocji – z jednej strony oraz myśli i znaczeń – z drugiej. I jednym, i drugim artyści starają się, we wzmocnionym przekazie, nadać własną formę. Praca opiera się w dużej mierze na nowym materiale ikonograficznym udokumentowanym przez autora.

## Podziękowania

Książka jest owocem moich wieloletnich szczerych zainteresowań kulturą młodzieżową i stanowi kontynuację tematyki podjętej w poprzednim opracowaniu pt. *Hip hop – kultura miasta. Leksyka subkultury hiphopowej w Polsce* (Bydgoszcz 2008). O ile jednak punkt ciężkości tamtej pracy skupiał się na muzyce rapowej, jej wykonawcach i tekstach, o tyle w obecnej przedmiotem analiz i dokonanych ustaleń stały się graffiti i street art – nowa sztuka miasta uważana za część hip hopu. W przeprowadzeniu tego trudnego zadania badawczego pomogły mi życzliwość i zaangażowanie szeregu osób, którym składam serdeczne podziękowania za wszechstronną pomoc, liczne konsultacje i uwagi. Szczegółne wyrazy wdzięczności kieruję w stronę Zofii Sawaniewskiej-Mochowej i Michała Mocha, którzy na bieżąco towarzyszyli mi na poszczególnych etapach powstawania tej książki, a także byli jej pierwszymi czytelnikami i krytykami. Serdecznie dziękuję również moim Szanownym Recenzentkom, a zwłaszcza dr hab. prof. IS PAN Grażynie Bobilewicz – za wnikliwe korekty i wskazanie niektórych ikonograficznych źródeł rosyjskich, a także dr hab. prof. UKW Grażynie Sawickiej – za inspirację obszarem badań i cenne uwagi. Podziękowania składam także publicyście i poecie Romualdowi Mieczkowskiemu – za wskazanie niektórych miejsc wileńskiego graffiti oraz Wojciechowi Wielgoszewskiemu, który zwrócił moją uwagę na komizm zawarty w dwóch pracach toruńskiego writingu. Zdecydowana większość fotografii, w tym wszystkich z polskich miast, a także pochodzących z Wilna i Rygi, jest mojego autorstwa, jedynie zdjęcia przedstawiające graffiti i street art z RPA, Egiptu, Palestyny, Rosji oraz Anglii zaczerpnąłem ze stron internetowych, których adresy znalazły się w przypisach i literaturze przedmiotu.

*Włodzimierz Moch*

Bydgoszcz, listopad 2015 r.





CZEŚĆ PIERWSZA

**Ewolucja graffiti i street artu**



## 1. Sztuka publiczna, sztuka miasta, sztuka ulicy

Pojęcie *sztuka publiczna*<sup>20</sup>, poprzedzone często przymiotnikiem „niezależna”<sup>21</sup>, rozpowszechnia się w świecie nauki i nowej sztuki, oznaczając każdy rodzaj artystycznej interwencji i ekspresji w przestrzeni miasta, także z uwzględnieniem *graffiti*<sup>22</sup> i *street artu*, które to dziedziny starają się wejść w specyficzny rodzaj interaktywnych relacji z miejscem i jego mieszkańcami, przeobrazić je estetycznie i mentalnie, przy tym zbudować coś na kształt społecznego dyskursu, niekoniecznie jednak opartego na bezpośredniej komunikacji. Oba te pokrewne zjawiska kulturowe i artystyczne zarazem, silnie zaznaczające swą obecność w publicznej przestrzeni miasta, osiągnęły status sztuki publicznej, ale już o nowym, wyraźnie postmodernistycznym charakterze.

Należy dodać, pomijając dyskusje terminologiczne, że sztuka publiczna i sztuka ulicy/miasta<sup>23</sup> zyskują swój społeczny status nie tylko dzięki funkcjonowaniu w ogólnodostępnej przestrzeni miejskiej<sup>24</sup>, lecz także – w sferze „wykreowanej

<sup>20</sup> Sztuka publiczna pojawiła się w przestrzeni publicznej od początku zaistnienia sztuki jako takiej i przyjęła różne postacie: rzeźb, dekoracji, mozaik, witraży. Jednak jako alternatywa dla elitarnej sztuki galerii jest obecna dopiero w latach 60. XX w. Jej celem stało się kształtowanie i ożywianie przestrzeni miasta oraz nawiązywanie dialogu z odbiorcą – zob. [http://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuka\\_publiczna](http://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuka_publiczna), dostęp 20.04.2015 r.

<sup>21</sup> Jak pisze w swym albumie *graffiti i street artu* R. Schacter (2013, 9), termin *Independent Public Art*, wymyślony jeszcze w latach 1960. (taki rodzaj liczebnika porządkowego jest stosowany w wydawnictwach w języku angielskim) przez teoretyka Javiera Abarcę ze Wschodniego Wybrzeża Stanów Zjednoczonych, przewędrował wraz z rodzajem sztuki, jaki zaczął oznaczać, prawie cały świat, czego świadectwem są liczne albumy i strony internetowe zawierającego tego typu sztukę, np. <https://www.pinterest.com/pshohl/independent-public-art/> lub <http://www.artique.pl/polski-street-art/>. W albumie znalazł się także przykład niezależnej sztuki ulicy z Polski – murale Zbioka (250).

<sup>22</sup> Pojęcie *graffiti* (z włoskiego) pochodzi z greki (forma *graphein* ‘pisać’) i języka włoskiego (*graf-fiare* ‘skrobać’). WSJP podaje dwa znaczenia graffiti: 1. Jako „sztuki”: „sztuka wykonywania obrazów i napisów na murach”; 2. Jako „napisu”: „obraz lub napis na murze, wykonywany anonimowo i bez odpowiedniego zezwolenia” [http://www.wsjp.pl/index.php?id\\_hasla=4892&ind=0&w\\_szukaj=graffiti](http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=4892&ind=0&w_szukaj=graffiti), dostęp 23.03.2015 r.

<sup>23</sup> *Sztuka ulicy/miasta* to rodzaj sztuki tworzonej głównie na ulicach miasta. Graffiti, jako jej składnik, stało się sztuką przestrzeni miejskiej bardzo wcześniej. Drugim okazał się wywodzący się z niego *street art*. M. Giżycki (2002) definiuje graffiti jako anonimową i spontaniczną sztukę „sprayowania” obrazów na murach i wagonach i nazywa ją ulubioną formą ekspresji zmarginalizowanej młodzieży z etnicznych gett w wielkich miastach. Można dodać, że *street art* to bardziej zaawansowana artystycznie forma działań w mieście. Zamiast mówić o niejednoznaczności pojęcia *sztuka ulicy* (jeśli traktować je jako kalkę angielskiego określenia *street art*), lepiej uznać, że obejmuje ono zjawiska kulturowe różnego rodzaju, wraz z graffiti i *street artem*. Takie podejście dopuszcza zamienne używanie określeń *street art* i *sztuka ulicy*.

<sup>24</sup> Takie równoważne pojęcia, jak *ogólnodostępna przestrzeń miejska*, *publiczna przestrzeń* (sfera *miasta/miejska*) można rozumieć jako jednolity obszar lub szereg pojedynczych miejsc, które za-

medialnie”, w tym także, a może przede wszystkim – w internecie (Dymnicka 2010, 212), o czym świadczą galerie twórców ulicznych zamieszczone na licznych portalach internetowych poświęconych nowej sztuce miasta, a także na stronach poszczególnych autorów. Realizacji zamierzonych celów, wynikających najczęściej z indywidualnej potrzeby kształtowania historii, służyć ma anonimowość i nieoficjalność jako immanentne cechy całego ruchu, coraz częściej jednak porzucane na rzecz autoprezentacji, dokonywanej pod pseudonimem lub imieniem i nazwiskiem. Dzięki wielości przyjętych strategii, stylów, form i technik artystycznych *hic et nunc* powstają prace niosące przesłania istotne w wymiarze ideowym, coraz lepsze pod względem poziomu artystycznego. W skali globalnej ostrzegają one przed istniejącymi lub nadciągającymi zagrożeniami, w mniejszym stopniu wskazują kierunki rozwoju cywilizacyjnego i kulturowego. W sferze danego miasta, stosując różne praktyki, sztuka ulicy pełni ważne funkcje społeczno-kulturowe względem lokalnych społeczności, na przykład usiłuje integrować je wokół istotnych celów. Przede wszystkim jednak wyraża indywidualne emocje artystów i stara się je wzbudzić w potencjalnych widzach.

Graffiti i jego „dziecko” – street art są najbardziej spektakularnymi wytworami nowej sztuki<sup>25</sup>, uprawianej w otwartej przestrzeni publicznej miasta (ale eksponowanej także w zamkniętej), i jawią się jako wyraz młodzieżowej rewolucji kulturalnej, spadkobierczyni kontrkulturowego buntu późnych lat 60. XX w. w USA<sup>26</sup>. Potwierdzają to wypowiedzi samych artystów, którzy – pytani o to, dlaczego wybrali graffiti czy street art – odpowiadają, że zarówno jedna, jak i druga dziedzina są przede wszystkim obszarem twórczej wolności, co stanowi jeden z postulatów subkultur kreatywnych artystycznie, zarówno tych z lat 60.,

---

gospodarowali i użytkują mieszkańcy miasta, dzielnicy, ulicy oraz związane z nimi zasoby wiedzy, tradycji, realizowanych wartości oraz zasad zachowania.

<sup>25</sup> Dyskusja na temat znaczenia i artystycznej wartości graffiti trwa. R. Kapuściński jako jeden z pierwszych docenił ten rodzaj sztuki miasta: „Graffiti jest formą graficznego krzyku. Ktoś chce, aby jego racje zostały dostrzeżone. Ponieważ kryzys komunikacji będzie trwał wiecznie, graffiti będzie wieczne jak ogień, grad, żywioł powodzi. Będzie też istnieć z tego względu, że komunikacja ludzka staje się komunikacją wizualną, a graffiti to kolor, to uderzenie, to próba zagrania na naszych emocjach. I w pewnym sensie jako sygnał komunikacji graffiti może być bardzo pożyteczne”. Zob. [http://cameraobscura.pl/fundacja/?page\\_id=63](http://cameraobscura.pl/fundacja/?page_id=63), dostęp 14.10.2014 r. Warto przytoczyć także opinię M. Kity: „Graffiti jest najefektowniejszą i najszerzej dostępną emanacją subkultury młodzieżowej. Jest też najbardziej chyba widoczną formą ekspresji, której nie sposób nie dostrzec ani ująć jej wszechobecności, kiedy idzie się ulicami miasta” (*Miasto...* 1999, s. 72-73). Szczególnie wymowna jest wypowiedź T. Sikorskiego, niegdyś graficiarza, dzisiaj profesora sztuk pięknych, poddająca w wątpliwość artystyczną wartość nowej sztuki: „Skutki nasycania miast krzykliwą sztuką pop są trudne do przewidzenia, ale spodziewać się można, że niektóre co bardziej jaskrawe murale i inne dzieła street artu, przez swoją miałość i nachalność, mogą budzić niechęć do sztuki współczesnej, bądź – przez ich powszechność – stać się ersatzem prawdziwej sztuki. Jest jednak też nadzieja, że niektórych street art zaprowadzi dalej – do prawdziwego artu i własnego muzeum wyobraźni” (PSA2 373).

<sup>26</sup> A. Osęka nazywa graffiti „spowiedzią miasta” i uznaje za nową odsłonę buntu lat 60. XX w. (*Polskie mury...* 1991, 10).

jak i późniejszych<sup>27</sup>. Doświadczenie otwartości, „uwolnienia” miejskiej przestrzeni pozwala nowej sztuce miasta nie tylko na swobodę ekspresji i ujawnienie się, ale także na odzyskanie atmosfery ulicy i wczucie się w jej rytm. Zawarty w niej kreatywny potencjał przyczynia się do pozytywnych zmian w kulturowym wizerunku miasta i ożywienia jego społecznych funkcji.

## 2. Tradycja i teraźniejszość graffiti w Polsce

Choć sztuka ulicy pojawiła się w sferze publicznej miast amerykańskich (Ameryka Północna, częściowo także Południowa) i zachodnioeuropejskich szybciej niż w Polsce, to jej podstawowa dziedzina – graffiti ma u nas tradycję nawet dłuższą niż w Stanach Zjednoczonych, uważanych za jego ojczyznę<sup>28</sup>. Warto przypomnieć mobilizujące do walki z najeźdźcą hasła i rysunki wykonywane przez harcerzy Szarych Szeregów na murach Warszawy w okresie okupacji hitlerowskiej. Zaznaczyło się wtedy edukacyjne i aktywizujące oddziaływanie graffiti na społeczeństwo polskie, na przykład za pomocą słynnego napisu-hasła *Tylko świnie siedzą w kinie* usiłowano zniechęcić publiczność warszawską do przychodzenia do kin, w których, oprócz filmów, wyświetlano faszystowskie propagandówki. Z kolei, rysunek żółwia miał zachęcać polskich robotników do sabotowania produkcji w fabrykach wytwarzających broń dla hitlerowskiej armii, natomiast znak Polski Walczącej stał się ikoną i symbolem walki z okupantem<sup>29</sup>.

Tomasz Sikorski zauważa, że w czasie, kiedy Taki 183<sup>30</sup> wypisywał na budyn-

<sup>27</sup> *Streetarterka* NeSpoon na pytanie „Dlaczego street art?”, odpowiada: „Bo daje wolność, a przynajmniej ja czuję się dzięki niemu wolna. Mogę robić to, co kocham, bez oglądania się na cokolwiek. To jest niesamowita przyjemność, jak przejeżdżam ulicą i widzę moje prace, prace znajomych albo osób, które znam tylko ze słyszenia”, „Metro”, 13.12.2014.

<sup>28</sup> Początki graffiti sięgają paleolitu. Już w czasach starożytności mury, na których umieszczano napisy i proste rysunki, stanowiły miejsce wymiany myśli i poglądów politycznych (SnM 2013, 7, Ganz 2008, 8).

<sup>29</sup> I. Paluch przypomina tradycje *walczącego graffiti*, w tym fakt, że autorem malunków i szablonek ze znakiem kotwicy był bojownik Szarych Szeregów, Jan Bytnar, ps. „Rudy”, zaś za prekursora nalepek politycznych uznaje Aleksandra Kamińskiego, autora *Kamieni na szaniec*, który w książce *Wielka gra* (1942) zamieścił szczegółowy instruktaż dotyczący treści, wykonania i kolportażu antyhitlerowskich nalepek, ośmieszających wroga i dodających otuchy swoim (2010, 359-360).

<sup>30</sup> Jeden z pierwszych i najbardziej wpływowych graficiarzy w historii tego rodzaju sztuki, gońiec jednej z nowojorskich firm, z pochodzenia Grek. Umieszczał swój prymitywny podpis (*tag*) na ścianach budynków i wagonach metra wszędzie tam, dokąd dotarł podczas pracy. Ten fakt jest powszechnie uważany przez krytyków sztuki za początek współczesnego graffiti, gdyż po raz pierwszy zaistniało ono medialnie na szerszą skalę – zob. A. Schwartzman 1985. 21 lipca 1971 r. w „New York Times” ukazała się notatka o Takim, zwracająca uwagę na zjawisko *tagowania*. Pseudonim *Taki 183* to połączenie skróconego imienia *Demetaki/Demetrius* i numeru 183, wziętego z adresu *183<sup>rd</sup> Street* w Washington Heights, pod którym mieszkał gońiec – zob. [https://en.wikipedia.org/wiki/TAKI\\_183](https://en.wikipedia.org/wiki/TAKI_183), dostęp 20.06.2014 r.

kach Nowego Jorku swój prosty tag, w Polsce, na początku lat 70., licealista Włodek Fruczek malował na murach warszawskich kamienic, w pobliżu dawnego getta, symboliczne postacie ludzi, dając wyraz swemu zachwytowi nad fenomenem i ulotnością życia oraz poczuciu rozpacz i opresji w obliczu śmierci<sup>31</sup>. Jerzy Jarski uważa Fruczka za pierwszego polskiego graficiarza, „ale z tych szlachetnych”, traktujących graffiti jako dzieło sztuki (GwP 35). Ten przypadek przekonuje, że polskie graffiti obok charakteru politycznego miało także oblicze czysto artystyczne, motywowane filozoficznie i egzystencjalnie. Niemniej, to polityczne odniesienia przeważały, stanowiąc „głos wolny wolność ubezpieczający” w zniewolonym narodzie, który nie mógł wyrazić swych przekonań w normalny sposób. W niektórych przypadkach polityczny przekaz łączył się z czysto artystycznym. Na przykład T. Sikorski jesienią 1985 r. umieszczał na różnych obiektach w Warszawie sylwetkę syrenki odrzucającej swój militarny oręż, czyli miecz i tarczę. Jej ramiona tworzyły literę V – znak (nadchodzącego) zwycięstwa. Podobna symbolika znana była już w okupowanej Warszawie, a w latach 70. XX w. została przejęta przez opozycję demokratyczną i „Solidarność”. Jednak sam artysta traktował swe *szablony* nie jako narzędzie walki z systemem, ale jako skierowane do przechodniów „sygnały ze świata normalności” (2011, 96).

Zdaniem Piotra Rypsona, już graffiti wykonywane w okupowanej przez hitlerowców Warszawie „usankcjonowało tę formę ekspresji jako wyraz ogólnego sprzeciwu i oporu całego społeczeństwa przeciwko ciemnościom” (2011, 42), zatem polski szablon polityczny lat 80. XX w., jako manifest wolności skierowany przeciw rządowi komunistycznej władzy i jej służbom (głównie ZOMO), można uznać za kontynuację tej tradycji. Komiksowo ujmowana postać Lecha Wałęsy, w masowo powielanych na murach polskich miast obrazkach, wykonanych techniką szablonu lub *wlepki* (w tym pamiętne rysunki Jacka Fedorowicza), miała przypominać o niepodległościowych aspiracjach społeczeństwa polskiego i stanowiła symbol walki o prawa pracownicze. Jak wskazuje Rypson, do walki politycznej graficiarze wykorzystywali nawet znaki drogowe, na przykład na białym pasku znaku zakazu wjazdu umieszczano akronim *PZPR*, a na śmietniku napis *urna wyborcza* (2011, 44). W ten sposób twórcy graffiti tamtego czasu po raz pierwszy zastosowali działania subwersywne<sup>32</sup>, kwestionujące dominującą ideologię, które okazały się podstawową i skuteczną strategią stosowaną przez twórców street artu zwłaszcza w ostatnich latach<sup>33</sup>. *Subwersja*, rozumiana wtedy jako ironiczny wyraz oporu wobec opresyjnych instytucji realnego socjalizmu, zmieniła w latach wolnej Polski, czyli od 1989 r., swojego adresata; stały się nim, podobnie jak w całym zachodnim świecie, głównie międzynarodowe korporacje, ale także

<sup>31</sup> Sikorski przyjmuje rok 1970 za początek graffiti artystycznego w Polsce (2011, 6).

<sup>32</sup> Szerzej o subwersji – zob. *Słownik i podrozdział V 1*.

<sup>33</sup> T. Sikorski twierdzi, że jego szablony dla zwykłych przechodniów były apolitycznymi znakami normalności, ale dla totalitarnego systemu – przez swój humanitaryzm, indywidualizm i niezależność – okazały się subwersją (2011, 96).

polityczne dyktatury i reakcyjne ruchy o charakterze militarnym, rasowym lub seksistowskim.

Graffiti w sposób miękki, ale rozumiały dla obywateli, kontestowało system, jednak aparat politycznej przemocy początkowo reagował twardo i zdecydowanie na wszelkie przejawy demokratyzacji: siły bezpieczeństwa zamalowywały zarówno napisy o charakterze antysystemowym, jak i zwykłe, uznane za wywrotowe, hasła i znaki. Często na owych maskujących prostokątach, stanowiących „rodzaj abstrakcyjnej sfery anomii, bezmowy” (Rypson 2011, 49) pojawiały się nowe napisy, np. symbol *Polski Walczącej*, skrót *KOR* ‘Komitet Obrony Robotników’ lub krasnale Pomarańczowej Alternatywy<sup>34</sup>. Walka za pomocą malowanych na ścianach i ogrodzeniach haseł i rysunków okazała się trudna dla PRL-owskiego aparatu przemocy, powiększając z wolna, ale nieustannie obszar obywatelskiego nieposłuszeństwa i wolności. Nowe aforyzmy typu *MYŚLĄ NIE ZATRZYMASZ PAŁY, PAŁĄ NIE ZATRZYMASZ MYŚLI* trafiały łatwo do świadomości Polaków. Pełne gorzkiej ironii, sprawdzały się w społecznej konfrontacji z wojskowym reżimem generała W. Jaruzelskiego.

Krytyki jego działań dokonywano na przykład przez zestawienie zarysu postaci generała z napisem stanowiącym niemal dosłowny cytat z piosenki grupy Bajm *Józek nie daruję ci tej nocy*, przy czym imię Józek zostało zastąpione przez imię Wojtek, a wymalowana obok cyfra 13 nie pozostawiała wątpliwości, że chodziło o noc wprowadzenia stanu wojennego. Twarz generała wyobrażona jako część betoniarki pojawia się także w antyreklamie *BETONIARKI made in USSR* (zob. fotografie zamieszczone w GwP 58). Określenie *beton*, często z dodatkiem *partyjny*, służyło w tamtych i późniejszych czasach nazywaniu ludzi obozu władzy o szczególnie doktrynerskim nastawieniu, a radzieckie pochodzenie tych maszyn było oczywistą aluzją do politycznego uzależnienia władzy w Polsce od władz ZSRR.

Napisy i obrazki na murach z nawiązaniami kulturowymi i politycznymi – po raz pierwszy w takim nasileniu – stały się narzędziem walki politycznej. Niekiedy wywoływały one zastępczy dialog społeczny (zastępczy, bo ten prawdziwy w PRL-u oficjalnie nie był możliwy), np. obrazowi generała W. Jaruzelskiego jako „betonującego” polską rzeczywistość towarzyszy, zaprawiony drwiną, dopisek-pytanie

<sup>34</sup> Trafna wydaje się interpretacja T. Sikorskiego: „Krasnoludki w spiczastych czapczkach i z kwiatkiem w dłoni były desantem z planety innej świadomości. Były manifestacją jakiejś innej drogi, którą mógłby być powrót do normalności. Uśmiechające się, wymachujące kwiatkiem krasnale nie wykrzykiwały haseł politycznych, lecz manifestowały to, czego wówczas dramatycznie brakowało: ciepło, miłość, delikatność dzieciństwa, normalność, życie. Krasnale nie walczyły bezpośrednio przeciwko totalitarnemu systemowi komuchów, ale go zwyciężały, apelując nie do jakichś bezosobowych sił, nie do munduru, lecz do człowieka” (2011, 95). Na pokrewny aspekt „krasnalizmu” Pomarańczowej Alternatywy zwracają uwagę J. Wasilewski i K. Drogowska, pisząc, że celem artystów było „zaburzenie ciągłości władzy” nad przestrzenią publiczną przez „umieszczanie wizerunków krasnali na murach, mających uczynić przestrzeń surrealistyczną, a więc niezdołną do utrzymania poważnych reguł władzy” (2011, 116).

*Co chcecie od NIEGO?* – jak wiadomo, do dzisiaj trwa w Polsce dyskusja o zasadności wprowadzenia stanu wojennego. Z kolei, do młodego pokolenia trafiało ironiczne wyobrażenie Jaruzelskiego jako batmana.

Oprócz tego typu żartów o charakterze politycznym w graffiti powojennym pojawiał się dowcip językowy, który jednak, jak stwierdzają Bożena Ostromecka-Frączak i Aneta Paś, po zbadaniu napisów graffiti z połowy lat 90., był zjawiskiem rzadkim, ale kiedy już się pojawiał, zaskakiwał nieoczekiwanymi i pomyślowymi modyfikacjami, zwłaszcza w zakresie stylistyki (parafrazy, trawestacje), ale także leksyki (homonimia, polisemia), oraz zestawieniem samego komunikatu z jego lokalnym kontekstem, dającym efekt komiczny (1999, 145-154). Lech Krajewski, z kolei, daje liczne przykłady z graffiti olsztyńskiego, świadczące o tym, że młodzież sprawnie wychwycała różne właściwości przysłów, tworząc z nich antyprzysłowia, które rozumie jako „przeciwstawienie się, zaprzeczenie pewnym ogólnie przyjętym zasadom, normom, naukom, mądrościom utrwalonym w tradycyjnych przysłowiaach”. W ten sposób zmanifestowała swoją postawę wobec świata, wyraziła bunt i – równocześnie – poczucie humoru (2006, 199). Graficyerzy stosujących dowcip językowy, podobnie jak wspomnianych aktywistów antysystemowych, można uznać za prekursorów późniejszego subwertywizmu.

Polski szablon miał przeważnie charakter polityczny, gdyż w warunkach cenzury i daleko posuniętej inwigilacji, za pomocą których dyktatura starała się kontrolować sytuację w kraju, stanowił płaszczyznę wyrażania swobodnych sądów i autentyczny głos opinii publicznej. Siłą rozpędu trwał jeszcze do połowy lat 90. XX w., kiedy to w szerszej skali pojawiło się graffiti wzorowane na amerykańskim<sup>35</sup>, postrzegane jako część ruchu hiphopowego<sup>36</sup>. Jak pisze Ewa Kołodziejek, nowe graffiti miało inny wymiar kulturowy niż to dotychczasowe (trwające do momentu transformacji ustrojowej w 1989 r.), wyraźnie ukierunkowane politycznie. Nowość polegała na tym, że teksty, komentujące werbalnie rzeczywistość, zostały zastąpione komunikatami o charakterze estetycznym (2005, 133-134). Do tej zmiany doprowadziły w równej mierze tendencje o globalnym znaczeniu. Tristan Manco jako jeden z pierwszych zauważył, że pod koniec XIX w. nastąpiło przejście z typograficznych do ikonograficznych form komunikacji, a wchłanianie

<sup>35</sup> Jak pisze M. Rutkiewicz, po 1994 r. w Polsce ilość prac na murach miejskich, zarówno dużych form (*wrzutów*), jak i niewielkich podpisów dokonywanych przez writerów, czyli *tagów*, „osiągnęła masę krytyczną, stając się najlepszą reklamą nowej subkulturowej «zajawki» i przyciągając rzesze młodych naśladowców” (2011, 153). Podziela tę opinię I. Dzierżanowski, stwierdzając, że „pomimo barier w 1995 polskie graffiti nabrało rozmachu”. Sprzyjało temu upowszechnienie grubej końcówki do spreju (ang. *fat cap*), która umożliwiła szybkie malowanie dużych powierzchni. „Imperatyw wyróżnienia się i tworzenia indywidualnego komunikatu, przy swobodnym dostępie do narzędzi i technologii, spowodował twórczy Big Bang – wielki wybuch nieukierunkowanej ekspresji” (GwP 178).

<sup>36</sup> Zdaniem B. Chacińskiego, „pod koniec lat 70. hip-hop przejął ruch graffiti jako jeden z najważniejszych elementów swojej kultury”, o czym świadczą filmy z tamtego czasu, takie jak *Wild Style* czy *Style Wars*, pokazujące jedność nowojorskiego rapu i graffiti (2010, 99).



przez graffiti współczesnych sposobów obrazowania jest, zdaniem tego mistrza szablonu, dowodem na jego witalność (2004). Ważna stała się barwa *writerskiego* logo i wrzutów oraz kształt tagów, a dynamiczny w swej pstrokacizmie i szaleństwie kompozycyjnym obraz zdominował słowo. Ten nowy rodzaj „malarskiego” graffiti o wyraźnych ambicjach artystycznych spotkał się z czasem z gwałtownym sprzeciwem niektórych poważnych krytyków sztuki, ale i z aprobatą uznanych malarzy<sup>37</sup>. Niemniej, sztuka powoli stawała się środkiem komunikacji.

Nowa technika graficiarska – malowanie *liter w wild style*<sup>38</sup>, zainicjowane w Nowym Jorku na początku lat 80. XX w., zawładnęło polskim graffiti i przez następne lata okazało się dominującą jego formą na murach polskich miast, obecną obok wszechobecnych tagów. Na początku lat 90. pojawiły się pierwsze płyty polskich twórców rapu, Liroya, Wzgórza Ya-Pa 3 i Kalibra 44; od tego momentu manifesty i innego rodzaju kontestatorskie teksty stały się domeną raperów. Graffiti zaczęło wyraźnie przegrywać na polu przekazów werbalnych i dlatego szybko skoncentrowało się na wizualnych lub łączących obraz ze słowem.

Nowe przekazy stały się niejednoznaczne, wręcz czasami niezrozumiałe dla postronnego obserwatora. Jak pisze Jakub Dąbrowski: „W krzykliwym *wild style* litery przeplatają się dynamicznie i w swoich odśrodkowych kompozycjach często przypominają wizualny zapis wybuchu” (2011, 33). Pomijając adekwatną do przedmiotu opisu obrazowość tego skojarzenia, można zgodzić się z autorem, że graffiti „wyłamuje się z przyjętego w zachodniej kulturze poczucia ciągłości, linearności i jednolitości”, gdyż w swoich wytworach artystycznych jest głównie formą pisma, którego treść w zasadzie została pozbawiona znaczenia. Tym samym, „dzięki swojej nielinearnej, multimedialnej formie, ma potencjał wyzwolenia człowieka z ograniczeń kultury druku”, prowadząc go w stronę „kultury oralnej i pełni ludzkiego przeżycia”. Badacz odwołuje się do poglądów Marshalla McLuhana, który twierdził, że zachodnia cywilizacja wskutek wynalezienia druku poddaje wszystko „zasadom jedności, ciągłości i linearności” (Dąbrowski 2011,

<sup>37</sup> Charakterystyczna jest w tej kwestii negatywna wypowiedź A. Osęki: „Graffiti jest to kolorowa płatanina, jaskrawa inwazja, kolorowe płachty, pstra, zbełtana i brudna w sensie kolorystycznym materia bez konsystencji. Ta znana dziś wszystkim substancja wizualna budzi u większości obywateli wstręt, jeśli nie lęk, a ponadto degraduje otoczenie i zamienia miejsce, w którym je umieszczono, w śmietnik” – stwierdza autorytatywnie krytyk. Akcentuje on fakt, że graffiti zrodziło się w „kolorowych dzielnicach”, jak nazywa murzyńskie kwartały Nowego Jorku i nie jest to, w kontekście jego ekspresywnie negatywnej „kolorowej” stylistyki, określenie neutralne uczuciowo. Krytyk zupełnie serio używa związku wyrazowego „aerorozowe przestępstwo”, wzorując się na nazwie najbardziej znanego portalu internetowego poświęconego graffiti na świecie – *Art Crimes* i udając, że nie wie, iż to ostatnie określenie jest ironiczne, odnoszące się do działań policji i prokuratury, zwalczających w wielu krajach graficiarzy niczym najgroźniejszych przestępców (2001, 16). Innego zdania jest malarz Edward Dwurnik, który wygłasza pochwałę graffiti w wypowiedzi o wymownym tytule *To jest piękne*, podkreślając buntowniczy charakter tej sztuki (*Polskie mury...* 1991).

<sup>38</sup> Funkcjonują różne warianty pisowni tego określenia: *wild style*, *wildstyle*, *wild-style*. W pracy jest używana postać *wild style*.

33-34). Jednak to, co jedni biorą za wyzwolenie, inni uważają za odwrót od dobrze znanej tradycyjnej postaci kultury w stronę bezrefleksyjnego „gadźciarstwa”. Na przykład Zbigniew Mikołajko jej nową postać, „niezwiązaną już ze słowem i linearnym przekazem, lecz mozaikową i połączoną z obrazem” nazywa sugestywnie „czasami radosnego barbarzyństwa”<sup>39</sup>.

Osiągnięty już sukces i dalsza działalność *writerów* oraz ich następców w sposób naturalny sprzęgły się z niekontrolowanym rozwojem kolorowej rewolucji, a oni sami zostali powszechnie uznani za równoprawnych uczestników subkultury hiphopowej (obok raperów, didżejów i tancerzy breakdance’u)<sup>40</sup>. Wszystkie te grupy twórców i wykonawców połączyła wspólna wizja świata, a zwłaszcza krytyczne, choć w wielu przypadkach konstruktywne, podejście do rzeczywistości nowej Polski, wyrażane w tekstach rapowych i wypowiedziach muzyków oraz w napisach i obrazach graffiti zamieszczanych na łamach takich czasopism, jak „Klan”, „Ślizg”, „Hip-Hop Magazyn”, „Brain Damage”, „DosDedos”. Te już nie istnieją, ale funkcjonują portale i strony internetowe, na przykład „www.hip-hop.pl,gazeta”, „RapGraffitiBreakdance MHH.pl”, „Rap.pl” (maj 2014). Najsilniej identyfikacja hip hopu z graffiti w Polsce nastąpiła w momencie, kiedy dotarła tu moda na wykonywanie liter w amerykańskim stylu, konkurujących swą barwnością, atrakcyjnością form i kształtów z kolorowymi reklamami.

Jak się wydaje, hip hop wywarł wpływ równocześnie na street art i na graffiti, umacniając lokalność i wspólnotowy charakter działań artystów, a także – popierając aspiracje młodych ludzi ze zmarginalizowanych środowisk. Jakub Banasiak ujął to następująco: „Hip hop to underground skupiony na problemach – dosłownie – własnego podwórka, opiekuńczy, oferujący pozytywny rozwój, dzięki któremu można «wyrwać się z getta»”. Akceptując kapitalizm i konsumpcję oraz łącząc je z ruchem antysystemowym, co stanowi nowość na historyczną skalę, „otworzył możliwość jednoczesnego buntowania się i bogacenia na tym buncie”. Ta tendencja ujawniła się zarówno w street arcie, jak i ruchach alterglobalistycznych, a ponadto z antysystemowego buntu streetartowcy czerpią język wypowiedzi, estetykę i „ducha oddolnej rewolty” (2012, 17).

J. Dąbrowski w kwestii tych kulturowych koneksji opowiada się za poglądem, że „graffiti writing jest częścią kultury hip hopu”; mało tego: „wykazuje silne genetyczne związki z rapem i breakdance – intuicyjnymi mediami w sposób oczywisty nakierowanymi na zmysły słuchu i dotyku”, gdyż, preferując wizualność opartą na kolorze i różnorodności, eksponuje w niej rytm, kontur i efekty przestrzenne (jak w dynamicznie przeplatających się literach w wild style’u), a one

---

<sup>39</sup> Zob. felieton *Czasy radosnego barbarzyństwa*, „Wysokie Obcasy Extra” 2015, nr 1, s. 8.

<sup>40</sup> Osiągnięcie takiego statusu przez graficiarzy M. Rutkiewicz tłumaczy następująco: „Sztuce malowania liter dodał skrzydeł inny potężny powiew popkultury zza oceanu – rap [...] Hip-hop miał wszystko, czego potrzeba było młodemu pokoleniu do tego, by zmanifestować swoją odrębność. Była to kompletna, nowa, gotowa subkultura, pierwsza tak wyrazista od czasów punk rocka” (PSA2 10).

przecież podkreślają znaczenie tych zmysłów. Autor stara się udowodnić tezę, że graffiti to McLuhanowski środek przekazu, gdyż buduje poczucie wspólnoty w słuchowo-dotykowej kulturze, podobnie jak to było w kulturze druku. Jednocześnie jednak pozostaje „narcystycznym odreagowaniem presji nowoczesnego miasta, która wywołuje uczucie anonimowości i wyobcowania” (2012, 34). Realnym dowodem owej łączności między raperami i grafciarzami jest fakt, że grupy hiphopowe, szczególnie te wywodzące się z nurtu tzw. ulicznego hip hopu, bywają „upamiętniane” na murach, zwłaszcza gdy ich członkowie, co się zdarza, są równocześnie grafciarzami. Na przykład warszawski zespół HempGru na murze stadionu wyścigów konnych na warszawskim Służewcu, czyli największej galerii graffiti w Polsce, reklamował swoją płytę „Droga”.



Zdaniem Marcina Rutkiewicza, to nowe sprzężenie zwrotne w procesie artystycznej identyfikacji i wzajemnej komunikacji pomiędzy hip hopem a graffiti, w mniejszym stopniu także street artem, zastąpiło poprzedni alians subkultury punk z szablonem (PSA2 112). Malarstwo szablonowe jednak nie zanikło, lecz odrodziło się w połowie pierwszej dekady XXI w. wraz z pojawieniem się nowego pokolenia artystów, takich jak Iwona Zając czy Wojtek Wiśniewski lub Dariusz Paczkowski, którego słynny *Lenin z irokezem*, praca pomyślana, jak pisze Rutkiewicz, jako „strzał śmiechem w nadęty balon komunistycznego patosu”, w śro-

dowiskach niemieckich anarchistów stała się „symbolem odnowienia ideologii lewicowej” oraz prawdopodobnie inspiracją dla samego Banksy’ego<sup>41</sup> (PSA2 112). Dopiero jednak międzynarodowa działalność oraz innowacyjne podejście dwóch innych twórców wykorzystujących technikę szablonu, Mariusza Warasa (jako M-City) i Damiana Terleckiego (Czarnobyl), wyniosły ów szablon na poziom narzędzia umożliwiającego uprawianie prawdziwej sztuki i pokonały jego techniczno-formalne ograniczenia.

W przypadku Warasa, miejskiego pejzażysty w stylu Edwarda Dwurnika, szablon, dzięki multiplikacji pojedynczej formy i przekształceniu jej w skomplikowane wielkoformatowe kompozycje, okazał się nie tylko narzędziem, ale także interesującym tworzywem o dużej sile ekspresji. Pokazują to jego murale w przemysłowej dzielnicy kolumbijskiej Bogoty i na gdańskim osiedlu Zaspą, wprowadzając w nieciekawym, jednostajnym pejzażu miasta lekkość i fantazję<sup>42</sup>. Jednak prace Warasa nie są tylko erupcją jego niezwyklej wyobraźni, sztuką dla sztuki, lecz – w innych realizacjach – pokazują miasto jako miejsce konfliktów społecznych i politycznych<sup>43</sup>. Moc oddziaływania sztuki miasta zależy nie tylko od samej treści i formy jej realizacji, ale ma na nią wpływ także kontekst społeczny i architektoniczny miejsc, w którym się pojawiają. Obie te sfery wpływów się przenikają, wzmacniając przesłanie zawarte w dziele.

---

<sup>41</sup> Znany angielski graficiarz i streetartowiec ukrywający swą tożsamość. Jego prawdziwe nazwisko to, według jednych źródeł, Robin Gunningham, według innych – Robin Banksy. Urodził się w 1974 r. w Yate (zob. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Banksy>, dostęp 20.03.2015). Swoje kompozycje umieszcza na murach budynków Londynu, Bristolu i w innych lokalizacjach (np. w USA, Palestynie), a także na billboardach, bannerach itp. Wyróżnia go odważne umiejscowienie prac w przestrzeni zarówno zewnętrznej, jak i wewnętrznej, trudno dostępnej i dobrze strzeżonej (muzea, parki rozrywki, sklepy). Posługuje się techniką szablonu, łącząc ją z graffiti. W jego sztuce ujawnia się paradoksalne podejście do rzeczywistości i przewrotny humor. Artysta-aktywista, kulturowy prowokator, w wielu pracach łączy obraz z komunikatem tekstowym. Wzór dla wielu osób praktykujących sztukę ulicy, ikona popkultury.

<sup>42</sup> Artysta wspomina jako źródło inspiracji prace Totartu, w których pojawiała się multiplikacja różnych elementów (zob. PSA, 219).

<sup>43</sup> Trafnie pisze o tym Bożena Czubak: „Projekt [m-city] z jego anarchizującą stylistyką i włączeniem «oddolnych» inicjatyw odrzuca myślenie ufundowane na utopiiach idealnego miasta, apriorycznie i odgórnie zaplanowanego. W zamian proponuje dywersyjne praktyki będące wszak rodzajem karnawalizacji (...) Niemniej formuła projektu mieści się w zupełnie innej optyce aniżeli modernistyczne, homogenizujące koncepcje regulowania miejskich przestrzeni bądź przekształcania ich w obszary elitarnych, w gruncie rzeczy, eksperymentów. Bliżej mu do sytuacjonistycznych technik intensyfikacji doświadczeń mieszkańców miasta postrzeganego jako miejsce społecznych i politycznych konfliktów” – zob. <http://culture.pl/pl/tworca/mariusz-waras>, dostęp 12.11.2014.



Terlecki, z kolei, uczynił z wykorzystanego warstwowo szablonu narzędzie uzyskiwania niezwykle sugestywnych *fotoREALI*, czyli kompozycji przypominających hiperrealistyczne fotografie. Równie zdolnym ich wykonawcą-naśladowcą okazał się niejaki Koral, który w bydgoskim parku im. W. Witosa umieścił, w kilku wersjach, wizerunek twarzy starego człowieka.



Wraz z dokonaniem się demokratycznej transformacji ustrojowej i odzyskaniem przez Polskę pełnej suwerenności przekaz wolnościowo-anarchistyczny przeszedł do historii, a artystyczna młodzież zajęła się problemami pokolenia ery hip hopu<sup>44</sup>. Dzisiaj – w drugiej dekadzie XXI w. – działalność polskich graficiarzy i streetartowców wykazuje, w warunkach demokracji i wolności słowa, wielostylowość oraz podąża w różne strony pod względem technik artystycznych. Zawiera przekazy informacyjno-edukacyjne o wymiarze społeczno-politycznym, ujawniające się nawet w tych sferach, które, jak się wydaje, stanowią jedynie wyraz czysto indywidualnej ekspresji i manifest jednostkowego poczucia wolności oraz ujęcie dla nękażącej wielu młodych twórców frustracji. W sferze form i technik malarzkich graffiti przestaje się koncentrować tylko na malowaniu liter, lecz kieruje się także w stronę ujmowanych komiksowo lub hiperrealistycznie postaci i innych elementów figuratywnych (szablon się rozwija) lub nawet zmierza, w innych swoich realizacjach, w kierunku abstrakcji czy malarstwa 3D.

O zadaniach i znaczeniu graffiti wypowiedzieli się w duchu podobnym do tych rozważań dwaj twórcy – pisarz i znawca sztuki. Te opinie sygnalizują rozpiętość dyskursu na temat roli tej odmiany sztuki ulicy we współczesnym świecie. Były graficiarz, a obecnie profesor ASP we Wrocławiu Krzysztof Skarbek podkreśla znaczenie graffiti dla komunikacji międzyludzkiej: „W moim rozumieniu sztuki graffiti mitologiczne działanie nie jest oderwaniem się od rzeczywistości, lecz językiem porozumiewania się, wyrazistszym i bardziej uniwersalnym niż język naukowy”. Dalej autor wskazuje na pozytywne oddziaływanie graffiti na człowieka i związaną z towarzyszącymi mu formami aktywności artystycznej moc odnowy: „W swojej twórczości graficiarskiej dążyłem do budzenia pozytywnych stanów emocjonalnych. W moim kreowaniu lepszego świata jest także bunt przeciwko hipokryzji, podważanie krępujących stereotypów oraz prometejska walka o wartości, humor i miłość” (GWP 134,137).

Podobną misję, ale znacznie bardziej radykalną, niemal rewolucyjną, wyznacza graffiti hiszpański pisarz Arturo Pérez-Reverte, który nawiązał kontakt z graficiarzami i przez wiele miesięcy chodził z nimi na akcje. Podkreśla on potencjał tkwiący w sztuce ulicy oraz jej społeczno-kulturowe cele:

Grafficiarze wyruszają, aby malować, podpisywać się na murach, napić się piwa i spędzić miło czas z kolegami. Ich heroizm wynika z prostoty, a moje spojrzenie pomaga dostrzec w nich miejskich wojowników niszczących kulturowe schematy starego i tchórzliwego świata (...) Na ulicach miast na stałe zagościł bunt i wzburzenie. Stary europejski porządek społeczny nie jest przygotowany, by zmierzyć się z przyszłością. Dojdzie do poważnych zmian, których symbolem będzie właśnie graffiti (...). Nie wiem, w jakim stopniu spray graficiarski jest jak kałasznikow i w którym momencie życia

---

<sup>44</sup> M. Waras: „Uważam, że obecnie nie trzeba już o nic walczyć na murach, tamte czasy minęły i zmieniły się środki” (PSA 219).

człowiek zamienia spray na karabin. Wiem tylko, że niewiele brakuje, by tak się stało. Graffiti może prowadzić do kałasznikowa (2015, 21).

Niezależnie od motywów i intencji przyświecających samym graficiarzom, przesłania zawarte w treściach ich prac i działań stanowią podsumowanie opisu otaczającej rzeczywistości lub wręcz ujęty w puenty i obrazy komentarz na jej temat. Strategie, z uwzględnieniem których są formułowane i przekazywane adresatom, wymagają uważnej analizy dokonywanej pod kątem społecznych, politycznych i kulturowych funkcji sztuki ulicy. To ulica właśnie jest naturalnym środowiskiem działania graficiarzy i innych miejskich aktywistów, miejscem możliwych zmian społecznych dokonywanych w gwałtowny sposób. Dla badaczy zaś, którzy obserwują ich poczynania, stała się w ostatnich kilkudziesięciu latach ważną kategorią kulturową.

### 3. Graffiti a street art

Wszystkie te aspekty łączą się i ujawniają w sposób niezwykle intensywny w przypadku graffiti usytuowanego na ruchomych obiektach, takich jak pociągi czy tramwaje. Pełni ono funkcję obwoźnej galerii sztuki, która zyskuje ciągle nowe otoczenie kulturowe i społeczne<sup>45</sup>. Sztuka ulicy to fenomen twórczości w ruchu i w działaniu – powstającej w krótkich odstępach czasu i docierającej do przypadkowego widza bezpośrednio i w sposób nieoczekiwany, a do tego objawiającej się jako niezależny, nieskrępowany przez cenzurę i godny zaufania głos młodego pokolenia. Te cechy, między innymi, decydują o sile graffiti i atrakcyjności tego gatunku sztuki wśród młodzieży. Trzeba dodać, że dynamizm graffiti i street artu, oddający zmienność świata, objawia się najczęściej w samym kształcie dzieł, a nie tylko w ich „natychmiastowej” dostępności, o czym trafnie mówi malarz graffiti Szymon Urbański: „Chcę, żeby obraz był dramatyczny. Żeby coś się działo. Nie lubię statyki. Musi być dynamicznie. I zawsze, do tej pory, pokazuję postacie w jakimś ruchu. Nie akceptuję statyki, symetrii (...) Tu chodzi o siłę wyrazu. Dynamikę, przemianę (...) Na obrazach maluję ruch, zmianę. Ten zewnętrzny świat. Złudzenia. Cały zewnętrzny świat, zauważyłem, wiąże się zawsze z jakimiś negatywnymi emocjami. To jest zgodne ze światem ciągle się zmieniającym, w nieustannym ruchu” (GwP 127).

Walor mobilności graffiti zachowuje także w tych przypadkach, kiedy to widz – zwykły przechodzień, wędrując ulicami miasta, pokonując przejścia podziemne

---

<sup>45</sup> T. Sikorski, oglądając prace graficiarzy w Nowym Jorku, uświadomił sobie, że kontekst w graffiti jest bardzo ważny: „Každy kontekst – wizualny, przestrzenny, semantyczny, polityczny, nawet dźwiękowy i zapachowy. Kolorowy motyw na rozpadającym się budynku pośród śmieci i świadectw upadku działał jak śpiew skowronka w fabryce. Ten sam motyw na odpicowanej fasadzie gmachu jakiegoś urzędu byłby niczym, najwyżej irytującą, niepotrzebną szpetotą” (2011, 95).

lub też spacerując po parku, napotyka dzieła writerów. Tylko trasa marszruty decyduje o tym, jaki rodzaj ulicznej galerii tworzy się przed jego oczyma. Najbogatsza, choć częściowo zdewastowana przez firmę Adidas, która chciała całkowicie zamalować mur służewiecki, okalający tor wyścigów konnych, swoimi reklamami, ale w wyniku licznych protestów graficyści odstąpiła od tego zamiaru, znajduje się właśnie wzdłuż ulicy Służewieckiej w Warszawie. Traktowana jest ona przez graficyści jako *hall of fame*, czyli galeria sław, co oznacza, że każdy prawdziwy twórca uliczny powinien tu umieścić choć jedną swoją pracę (zob. GwP 270). Wojna z reklamodawcą, który chciał zawłaszczyć „świętą” przestrzeń graficyści, jest nie tylko przykładem ich walki z korporacjami, dla których liczy się tylko zysk, ale również polem bitwy dwóch rodzajów kreatywności: graficyści i reklamowej. Bardziej zaawansowane formy toczącej się wojny o ikoniczną przestrzeń miasta są opisane w dalszych częściach pracy poświęconych strategiom subwersywnym w street artcie i działaniom miejskich aktywistów.

Graffiti, zwłaszcza wykonywane nielegalnie, jest tworzone w ruchu, w sekwencji następujących po sobie błyskawicznie działań i zdarzeń, wymagających niekiedy akrobatycznej zręczności i dużej fizycznej wytrzymałości, a do tego wywołujących w czasie aktu tworzenia ekstremalne przeżycia (silne napięcie w oczekiwaniu możliwej dekonspiracji, pomieszane z doznaniem estetycznymi w akcie twórczym i ewentualnej ucieczki przed stróżami porządku). Ważniejsze jednak od tych okoliczności i możliwych konsekwencji karnych jest wyrzucenie z siebie przez młodych ludzi – w anarchistycznym akcie malowania murów, który jest w większym lub mniejszym stopniu procesem kreacji artystycznej – dręczących ich frustracji, ale i pozytywnych doznań, jakie daje ogarnięta tymi samymi ideami i wizjami graficyści wspólnota.

Ponadto, nielegalne działanie „wyzwała adrenalinę niezbędną w kulturze znuzonej samą sobą”, a street art staje się kulturowo-polityczną „prowokacją wobec zastanego świata” (Duchowski, Sekuła 2012, 10). Tworzy ono obszar, na którym budują własne formy alternatywności i autonomii. Ich działania, podobnie jak w przypadku wszelkich kontrkulturowych i alternatywnych ruchów, zyskują walor przeżycia tworzącego silną więź pokoleniową (Kłoskowska 1987, 25-26).

Jeśli chodzi o społeczną motywację działań, to w przypadku tworzonego nielegalnie graffiti mamy przeważnie do czynienia z buntem środowisk zmarginalizowanych społecznie, które, jak często się uważa, wolność działania artysty mieszają z anarchizmem na pokaz<sup>46</sup>. Jednak właśnie działanie poza prawem daje writerom swobodę kreacji i „pozwala publicznie zaistnieć innemu odczuwaniu, postrzeżeniu

<sup>46</sup> Jak pisze W. J. Burszta, anarchizm jako skrajna postać buntu młodzieży w USA w latach 60. został napiętnowany i usunięty z życia społeczno-politycznego tego państwa wraz z triumfem konserwatystów, którzy zwyciężyli w wojnie kulturowej z hipisami i innymi, propagującymi alternatywne wartości, takie jak wolna miłość, psychodelia czy funkcjonowanie w autonomicznych wspólnotach: „triumf konserwatywnej, neoliberalnej wizji społeczeństwa stał się faktem bezspornym”, a wartości pokolenia lat 60. uznano za społecznie destrukcyjne (2011, 100).



niu i myśleniu” (Dąbrowski 2011, 54), a także staje się czynnikiem miejscotwórczym. Można także, idąc za badaczami amerykańskimi, dostrzec w sztuce ulicy afirmację „indywidualnej siły woli i umysłu po to, by tworzyć własny szlak życia, nie poddawać się dyktatom społecznych autorytetów i konwencji kulturowych, zarówno z głównego, jak i subkulturowego nurtu kultury” (Burszta 2011, 101)<sup>47</sup>.

Ten sposób myślenia został dostrzeżony w przemysłach kreatywnych, zwłaszcza w takich branżach, jak reklama, moda czy dizajn, które wykorzystują charakterystyczny styl graffiti do produkcji i sprzedaży własnych wyrobów, a nawet do poprawienia korporacyjnego wizerunku, angażując w to co bardziej znanych writerów. Owo „sprzedawanie buntu” wprawdzie przynosi ulicznym twórcom jakieś dochody, ale podważa status *writingu* jako niezależnej dziedziny sztuki, wolnej od nacisków systemu społeczno-politycznego: „Nie da się ukryć, że romantyczny, antysystemowy status graffiti został poważnie nadwątlony” (Dąbrowski 2011, 53). Owym statusem cieszyli się grafciarze z lat 70. i 80. XX w. w Nowym Jorku, kiedy to masowo *tagowali* wagony metra, które – „zainfekowane graffiti” – „obrazowały społeczeństwo tracące nad sobą kontrolę” (Balázs 2006, 18). Węgierski badacz przypomina słynną wypowiedź z filmu *Style Wars*<sup>48</sup>: „Dzieciaki rządzą metrem, system nie ma nad nimi żadnej kontroli, 15- i 16-latkowie przejęli ten system i graffiti jest tego najważniejszym symbolem” (2006, 18).

Podobne są dążenia niektórych osób uprawiających street art – wolność twórcy starają się godzić z legalizmem, choć wydaje się to często nieosiągalne, gdyż przekaz i zastosowane środki ekspresji muszą poddać wymogom zlecającej – urzędnikom jakiejś instytucji kultury lub samorządu. Prawdziwej wolności, jak uważają, nie ma w dzisiejszej sztuce, zbyt tradycyjnej i akademickiej (zob. PSA 275). Jej przestrzeń wyznaczają sponsorzy i mecenasi, na przykład przez narzucenie tematu prac. Na szczęście, jeśli chodzi o sposób realizacji projektów, to artystom najczęściej pozostawia się wolną rękę. Graffiti wyrasta z podłoża społeczno-kulturowego, w którym powstaje i na które stara się wyrzucić doraźnie wpływ. Street art kieruje się motywacjami i ambicjami o bardziej uniwersalnym charakterze. W swych intertekstualnych odniesieniach nawiązuje do literatury, filozofii, historii, polityki i innych dziedzin, a widz bywa niejednokrotnie skłaniany do odczytywania kodów kulturowych, do odkrywania i interpretowania zawartej w pracach symboliki, działającej niejednokrotnie z dużą mocą przekazu. Dbłość o oryginalność i artystyczną jakość prac staje się ważnym, jeśli nie najważniejszym wymogiem, na przykład w przypadku twórców murali, które wprawiają w stan kulturowego napięcia przypadkowego widza także ze względu na swój rozmiar; trudno nie zauważyć czegoś, co zdominowało „gabarytowo” oraz estetycznie i symbolicznie najbliższą przestrzeń.

<sup>47</sup> Według W. J. Burszty „kontrkultura jawi się jako uniwersalna postawa o charakterze transcendentnym, której horyzont myślowy wyznacza idea antyautorytarnego humanizmu” (2011, 101).

<sup>48</sup> O filmie – zob. *Słownik*.

W przypadku street artu ruch i czas nie są istotnymi elementami aktu twórczego i aktu odbioru, gdyż dzieła powstają w sposób zbliżony do klasycznego malarstwa – w skupieniu i bez opresji czasu, która pojawia się w działaniach nielegalnych. Dzięki temu są one znacznie bardziej dopracowane niż kompozycje graficiarskie, starannie przemyślane co do treści i koncepcji wykonania. Także o wiele dłużej trwają na murach, choć są tak samo poddane działaniu niekorzystnych warunków atmosferycznych i bywa, że znikają przy okazji kolejnego remontu.

Istotna dla zrozumienia relacji między klasycznym graffiti a street artem jest postawa, jaką reprezentuje Sławomir Czajkowski (Zbioka), który zarzuca graficiarzom, zwłaszcza *taggerom*, świadomy izolacjonizm i utratę kontaktu z otoczeniem: „Pojąłem, że wypisywanie swojego imienia to jakaś abstrakcyjna walka z domniemanym systemem i że nikt poza samymi malującymi tego nie kuma. Chciałem robić coś innego, chciałem być wizualnym ekshibicjonistą. Jestem dość zamknięty w sobie, a malarstwo było obszarem, gdzie mogłem się wykrzyknąć, było moim Hyde Parkiem, ulica zaś w naturalny sposób nadawała się do takiego krzyku” (PSA, 224). Najwłaściwszą formą postrzegania miasta i toczącego się w nim życia stało się dla tego artysty malarstwo figuratywne, a zwłaszcza nieco picassowskie w formie i barwie murale. Różni się ono w swej wyciszonej, nieco bajkowej ekspresji od plastycznych szaleństw graficiarskiego wild style’u, niemniej zaznacza się w przestrzeni miasta w sposób bardzo wyrazisty – dzięki charakterystycznej rytmice współtworzących poszczególne kompozycje elementów, ostrym kolorystycznym efektem i zdecydowanie zaznaczonym konturom. Zbiok realizuje jeden z głównych postulatów sztuki ulicy, który głosi, że każdy malarz, czyli twórca street artu, musi mieć swój indywidualny styl artystyczny (pierwotnie angielskie określenie *style* odnosiło się tylko do stylu literackiego przyjętego przez danego writera).

Te wszystkie różnice czynią graffiti i street art, mimo wspólnego rodowodu, nieco odmiennymi dziedzinami sztuki ulicy, niemniej prawie w każdym przypadku dotyczą współczesnych artystów, którzy w sposób niezależny produkują sztukę<sup>49</sup> w sferze publicznej. Zamieszanie terminologiczne, związane z nierozróżnieniem stylów i specyfiki ich działań, pogłębiają sami twórcy, gdyż niektórzy z nich realizują się na obu polach. Charakterystyczna w tej mierze jest sprawa tytułu albumu Nicholasa Ganza *Świat graffiti. Sztuka ulicy z pięciu kontynentów*, wydanego w Polsce w 2008 r. (w oryginale *Graffiti World. Street Art From Five Continents*, London 2004). Na początku XXI w. wielkoformatowe murale, podstawowa forma street artu, nie były jeszcze tak popularne jak dzisiaj i chociaż ta ostatnia nazwa pojawia się w tytule książki Ganza, to jedynie jako rozwinięcie szerszego treściowo określenia graffiti, które w albumie jest pokazane zarówno w postaci graffiti literowego (najczęściej), jak i kompozycji malarskich, pozostających z nim w bliższym

---

<sup>49</sup> Określenie „produkować sztukę” (*produce art*) może się wydawać nieco zbyt merkantylne, ale jest powszechnie stosowane w zachodniej krytyce i praktyce sztuki (np. Schacter 2013, 10), coraz częściej także wśród polskich artystów hiphopowych (np. DJ 600 Volt, *Hip-hop produkcja*).

lub dalszym związku, ale wielkoformatowe murale są tu w mniejszości. Podział na *graficiarzy/writerów* i *streetartowców* to kwestia następnych lat. Na przykład Banksy w początkach swej działalności uprawiał graffiti (choć, jak warto dodać, prawie zawsze z elementami figuratywnymi w formie szablonów), ale wkrótce „rozszerzył zasób środków wyrazu i obecnie jest uważany za czołowego przedstawiciela street artu” (Dąbrowski 2011, 36). Podobnie stało się z wieloma polskimi artystami ulicy.

Street art staje się w ostatnich latach, począwszy od 2005 r., coraz bardziej dostrzeganym i uznawanym na świecie, ale także w Polsce, zjawiskiem artystycznym, fenomenem, który zrewolucjonizował pejzaż miasta w jego sferze symboliczno-ikonicznej<sup>50</sup>. To wzmożenie, tak ze strony twórców, jak i odbiorców<sup>51</sup>, dotyczy zarówno jego funkcjonowania w przestrzeni publicznej, która stanowi naturalne środowisko dla nowego rodzaju ekspresji, jak i obiektów kultury, do których coraz częściej trafia, zwłaszcza galerii i muzeów. Pomimo słabego wsparcia instytucjonalnego – odwrotnie niż jest na Zachodzie – rozwija się w Polsce dynamicznie, wzbudzając coraz szersze zainteresowanie ze strony mediów oraz wydawnictw<sup>52</sup>. Jako ruch artystyczny kieruje się nieformalnym zbiorem zasad, podobnie jak graffiti, podporządkowanych nadrzędnej idei, którą jest swobodne i niczym nieskrępowane działanie w sferze publicznej.

Ten stan rzeczy budzi zazdrość prekursorów street artu – „zwykłych” graficiarzy, zwłaszcza wyznających tradycyjny etos *writerski*<sup>53</sup>, bowiem obie rywalizujące ze sobą dziedziny – graffiti (zwane coraz częściej *writingiem*)<sup>54</sup> i street art – dzieli wiele, choć nie brakuje elementów integrujących<sup>55</sup>. Łączy je, na przykład, fakt, że w chaotycznym, czasem prymitywnym graffiti tkwią korzenie uporządkowanego

<sup>50</sup> M. Rutkiewicz posuwa się do stwierdzenia, że „writing można prawdopodobnie uznać za najbardziej wpływowe zjawisko wizualne ostatnich 30 lat” (PSA2 151). To samo da się powiedzieć o street arcie, choć perspektywa czasowa jest w tym przypadku znacznie krótsza.

<sup>51</sup> Trzeba uwzględnić fakt, że w sztuce ulicy, podobnie jak w całej kulturze młodzieżowej, odbiorca jest „zarazem twórcą i nadawcą”, niemniej „w praktyce wydzielają się jednak nadawcy w sensie ścisłym i fani lub sympatycy” (Fatyga 2005, 116).

<sup>52</sup> Wystarczy wymienić albumy *Polski street art cz. 1 i 2, Graffiti w Polsce czy Graffiti Goes East* (patrz: *Literatura*) oraz mnogość stron internetowych z bogatymi galeriami prac streetartowców (patrz: przypisy i *Literatura*).

<sup>53</sup> M. Rutkiewicz tak tłumaczy narastający między streetartowcami a graficiarzami konflikt: „Dla streetartowców miasto jest płótnem, na którym starają się stworzyć ciekawy dla widzów obraz. Dla writerów miasto jest matą, na której toczą pomiędzy sobą rytualną rywalizację i gdzie postronny widz nie ma żadnego znaczenia. To podstawowa różnica na poziomie mentalnym, odróżniająca street art od writingu” (PSA2 25).

<sup>54</sup> J. Dąbrowski (2011, 32-33) wydziela „zagadnienie” *graffiti writing* jako „pierwotne wobec rozbudowanej i skomplikowanej problematyki, jaką dziś stanowi nieautoryzowana uliczna twórczość” i definiuje je jako „wprowadzanie zmian na jakiejś powierzchni w przestrzeni publicznej przez osobę do tego nieuprawnioną w sposób, który wykorzystuje określone techniki i style”, zaś za jego podstawową postać uważa *tag*.

<sup>55</sup> C. Lewisohn (2008) już w tytule swojej książki *Street Art: The Graffiti Revolution* łączy ze sobą oba zjawiska, ale, jak wynika z jej treści, szanuje ich autonomię.

estetycznie street artu, zdarza się też coraz częściej, że writerzy przyjmują estetykę nowej sztuki i stają się streetartowcami, niejednokrotnie także pełniąc obie role równocześnie. Jednej i drugiej dziedzinie wspólny jest nie tylko uliczny status i konkutowanie o te same miejsca w ikonosferze miasta (*miejscówki, ścianki*), ale także niezależność i swoboda podejmowanych spontanicznie działań, a także pewien stopień ich kontestacyjności, który jednak w przypadku graffiti, tworzonoego w dużej mierze nielegalnie, jest znacznie wyższy niż w street arcie. Ten ostatni wchodzi czasami w rozmaite związki z „władzą polityczną, światem wielkich pieniędzy, mediami i tradycyjnymi instytucjami sztuki” (Duchowski, Sekuła 2011, 10), ulegając stopniowej komercjalizacji.

Pomimo tych zbieżności i podobieństw trudno zaprzeczyć, że różnice pomiędzy tymi pokrewnymi dziedzinami są istotne: o ile graffiti opierało się głównie (i czyni to nadal) na wspólnotowych działaniach komunikujących się głównie ze sobą członków subkultury i nie rości sobie szczególnych pretensji artystycznych (jednak nie można mu ich odmówić<sup>56</sup>), o tyle street art, jak mówi sama nazwa, pretenduje do miana sztuki, choćby o statusie popkulturowym, a do tego jest tworzony oficjalnie i to dla szerokiego odbiorcy, a nie tylko dla „kolegów po fachu”, jak chcą graficy. Pewne nurty, które stanowiły nieodłączną część graffiti, z czasem się wyemancypowały, uprawiając je zaczęły zgłaszać aspiracje artystyczne, na przykład coraz częściej działania perfomatywne, oparte na powielaniu na murach wzorów z szablonów, traktuje się jako odrębną dziedzinę, zwaną z angielska *stencil artem* (zob. Pietkiewicz 2011, 2 i n.) lub po polsku, z mniejszą atencją (zwłaszcza czynią tak sami twórcy), *szabloniarstwem*.

J. Banasiak wyróżnia trzy nurty w street arcie: zaangażowany (będący przejawem prowokacji kulturowej, walczący z komercjalizacją przestrzeni publicznej, łączący ekstremizm z humorem), projektowy – „ważny element designu początku XXI w.” – i artystyczny. W odniesieniu do tego ostatniego twierdzi, że jest to „artystyczna awangarda street artu zakorzeniona w tradycji ruchów awangardowych” (2011, 20-21). Jednak nawet w przypadku pozostałych nurtów, może nieco „mniej artystycznych”, a bardziej utylitarnych, status street artu jako współczesnego gatunku sztuki, równoprawnego z innymi (w przeciwieństwie do różnie postrzeganego graffiti), nie jest przez badacza podważany.

Street art obejmuje także wyklejanie plakatów z rysunkami i napisami na wolnych od reklam powierzchniach lub częściowe, względnie całkowite zaklejenie nimi przekazów reklamowych na bilbordach i city lightach, a także „odwracanie” treści sloganów<sup>57</sup>. Trudno odmówić pewnej artystycznej rangi pomysłowemu,

---

<sup>56</sup> „Graffiti jest formą sztuki” – twierdzi George C. Stowers w artykule *Graffiti Art: An Essay Concerning The Recognition of Some Forms of Graffiti As Art* [www.graffiti.org/faq/stowers.html](http://www.graffiti.org/faq/stowers.html), dostęp 15.07.2015.

<sup>57</sup> W przypadku niektórych twórców, np. Petera Fussa, mamy do czynienia z zaklejeniem całych powierzchni bilbordów – segmentowo – za pomocą przygotowanych wcześniej w pracowni i zwiniętych w rulony, a następnie łączonych ze sobą fragmentów, które tworzą całość kompozycyjną prac.

a przy tym pełnym ironii i przekory komunikatom, które są domeną *wlepkarstwa/wklejkarstwa*<sup>58</sup>. Inne formy aktywności twórców to tworzenie instalacji przestrzennych, umieszczanie i pozostawianie w przestrzeni miasta, na przykład w parkach<sup>59</sup> lub na budynkach, różnego rodzaju przedmiotów o ciekawym dizajnie<sup>60</sup>, mających przeobrazić artystycznie najbliższe środowisko i sprowokować potencjalnego widza do myślenia czy choćby jedynie uśmiechu. Jednak najbardziej spektakularną formą street artu stały się w ostatnich latach murale, umieszczane na ścianach bloków i staromiejskich kamienic. Można powiedzieć, że polskie miasta, podobnie jak to się stało na całym niemal świecie, zaczęły oddychać sztuką, a produkty artystyczne graficiarzy i streetartowców stały się dla mieszkańców rodzajem świeżego tchnienia w zalewie reklamy i innych marketingowych przekazów. Graffiti i street art obejmują zarówno działania malarsko-wizualne, jak i performatywne w przestrzeni miasta, niezależnie od tego, czy dokonują się legalnie czy nie, lub od tego, czy stanowią wyłącznie akt indywidualnej ekspresji artysty, czy raczej stworzono je pod presją oczekiwań sponsora danego projektu (najczęściej jest nim magistrat ze swoimi urzędnikami), który, jak pokazały akcje malowania murali na cześć Fryderyka Chopina czy Marii Curie-Skłodowskiej w Warszawie lub Łódki w Łodzi, rzadko ma wartościową koncepcję, wizję dzieła i poczucie estetyki.

Chociaż wiele genologicznych i artystycznych elementów łączy graffiti ze street artem, to jednak stało się faktem, że obie dziedziny sztuki miasta wyemancypowały się i funkcjonują niezależnie od siebie, nawet jeśli niektórzy twórcy działają na obu polach. Stanowią zatem pokrewne, ale autonomiczne względem siebie obszary kreacji plastycznej, słownej i słowno-plastycznej, eksponowanej w przestrzeni publicznej. Utożsamianie graffiti ze street artem nie ma dzisiaj podstaw, gdyż dzieli je wiele różnic, a przede wszystkim inne cele i sposoby działania, odmienność rodzajów kreacji i wpływania na odbiorców<sup>61</sup>.

---

<sup>58</sup> Są to określenia, które funkcjonują powszechnie na stronach internetowych twórców street artu lub poświęconych sztuce ulicy (patrz np. strona Trzeciej Fali). Wlepkarstwo mieści się w szerszym zakresie działań, obejmowanych angielskim terminem *sticker art* (o odpowiedniości nazw *wlepka* i *sticker* zob. Pietkiewicz 2001, 41).

<sup>59</sup> Park jest miejscem „kojarzonym ze spokojnym kontaktem z drugim człowiekiem”, z dala od tłumu – przypomina myśl R. Sennetta J. Michalewski (2006, 73). Sprzyja też spotkaniom ze sztuką, dlatego streetartowcy i graficiarze chętnie umieszczają w parkach lub na okalających je murach swoje prace – tak jest na przykład w bydgoskim parku im. W. Witosa.

<sup>60</sup> Kilka uwag natury językowej dotyczących terminologii angielskiej: autor pracy używa spolszczonych form nazw, takich jak *dizajn*, *grafciarz*, *bilbord*, zapożyczonych z języka angielskiego. Coraz częściej pojawiają się one w nowszych opracowaniach oraz artykułach zamieszczanych w czasopismach kulturoznawczych, na przykład w „Kulturze Współczesnej” i „Kulturze Popularnej”, a także w internetowym wydaniu słownika PWN, zob. <http://sjp.pwn.pl/> i w Wikisłowniku: <https://pl.wiktionary.org/wiki/graffiti> (dostęp 10.07.2015).

<sup>61</sup> Szczegółowy rejestr cech różnicujących zawierają także hasła przedmiotowe *graffiti* i *street artu* zamieszczone w *Słowniku*.

#### 4. Komiks jako gatunek pośredni między graffiti a street artem

Dominacja obrazu we współczesnej kulturze doprowadziła do tego, że graffiti i street art coraz częściej łączą się w przekazie artystycznym z komiksem, przy czym zależność między tymi formami sztuki popularnej jest dwukierunkowa: komiks czerpie z technik i sposobów ujmowania rzeczywistości charakterystycznych dla sztuki ulicy, która, z kolei, przyjmuje czasami komiksowy sposób narracji. Wykorzystanie stylu i technik komiksu w ostatnich latach przez tzw. poważnych malarzy – uważanego ciągle jeszcze za gatunek płaski, łatwy i szybki – nie jest niczym nowym. Jak rzadko która dziedzina współczesnej sztuki nadaje się do zastosowania w malunkach street artu; to, co niektórzy poczytują za jego słabość – właśnie ową szybkość wykonania, szkicowość i wyrazistość samych rysunków czy popkulturową pstrokaczną kolorystyczną – na murach okazało się jego siłą.

Jednym z twórców, którzy od wielu lat traktują stylistykę i estetykę komiksu jako równoprawną innym, jest Edward Dwurnik. Skrótość narracyjna tego gatunku sztuki pozwala artyście doskonale oddać prozę i banał codziennego życia w mieście oraz charakterystyczność postaci zaludniających jego przestrzeń. Mistrzem w nieco komiksowym portretowaniu Polaków był Jerzy Duda-Gracz; do realizacji programowego antyestetyzmu jego obrazów język komiksu doskonale się nadawał. Młodzi, ale znani już szerzej malarze, jak Marcin Maciejowski i Wilhelm Sasnal, zaczęli wręcz swą drogę artystyczną od komiksu.

Grafciarze mają szacunek dla wielkich malarzy, niezależnie od tego, czy bliska im była estetyka komiksu, czy nie. Kiedy zginął malarz Zdzisław Beksiński, uczcili to, na swój sposób, minikomiksem utrzymanym w warstwie obrazu w formule fotorealisticznej, umieszczonym na ścianie bloku, w którym mieszkał – na warszawskim Służewie. Trzem obrazkom towarzyszy trzyczęściowy napis: *Zdzisław nie żyje. Od lat malował śmierć. A gdy po niego przyszła, narysował ją kto inny.* Egzystencjalno-filozoficzna treść tej inskrypcji-nekrologu nie tylko nawiązuje do treści przekazów zawartych w pracach tego malarza, ale, jak się wydaje, zawiera też sugestię, że streetartowcy będą kontynuować dzieło Beksińskiego we właściwy dla siebie sposób. Zwyczajowy tekst tablicy pamiątkowej ku czci wybitnego mieszkańca jakiegoś domu czy innego miejsca uległ tu znaczącej reinterpretacji: urzędową oficjalność zastąpił ton osobisty, wskazujący na bezpośrednią, ale równocześnie uniwersalną relację, łączącą wszystkich ludzi sztuki.



W ostatnich latach mamy do czynienia w Polsce ze zjawiskiem masowego wręcz przenoszenia technik komiksu, a nawet znanych już z wydań albumowych realizacji, na mury miast. W powstawaniu nowego typu graffiti uczestniczą zarówno wykształceni artyści-malarze, zawodowi twórcy komiksów, jak i streetartowcy i graficy. Spośród tych ostatnich niektórzy kończyli akademie sztuk pięknych albo przynajmniej licea plastyczne.

Warto się zastanowić, jakie obszary tematyczne obejmują te graficyarskie kompozycje, zdradzające – w płaszczyźnie artystycznej – aspiracje o charakterze streetartowym. Najbardziej spektakularny nurt wiąże się z przypominaniem zdarzeń i scen z historii Polski. Najwięcej murali porusza w nowy, ciekawy sposób temat Powstania Warszawskiego. Na wewnętrznej stronie muru okalającego Muzeum Powstania Warszawskiego, od strony Ogrodu Różanego, powstało w ciągu ostatnich pięciu lat już ponad dwadzieścia prac, wykonanych przez takich twórców, jak Dwurnik, Sasnal, Stasys Eidrigevičius, Andrzej Pągowski, artyści z grupy Twożywo – Krzysztof Sidorek i Mariusz Libel<sup>62</sup>. Unikają oni pokazywania martyrologii; ofiarę poniesioną przez powstańców i zwykłych mieszkańców stolicy

<sup>62</sup> Grupa powstała w 1995 r., a w stałym składzie: Mariusz Libel, Krzysztof Sidorek, istniała od 1998 r. do 1.03.2011 r. Swoje artystyczne credo i formy pracy twórcy wyrazili i opisali następująco: „Metody i media, jakimi się posługuje [grupa], skierowane są do przechodniów, internautów – osób przypadkowych, przemieszczających się materialnie lub wirtualnie po systemach komunikacyjnych i informacyjnych. Są to między innymi murale, billboardy, plakaty, naklejki, projekty netartowe, felietony w prasie”. Zob. <http://www.twozywo.art.pl/> (dostęp 10.05.2011). W 2006 r. Twożywo zostało laureatem nagrody Paszport Polityki w kategorii sztuk wizualnych „za sztukę łączącą w nowatorski sposób słowo z obrazem” ([http://pl.wikipedia.org/wiki/Grupa\\_Twożywo](http://pl.wikipedia.org/wiki/Grupa_Twożywo), dostęp 12.05.2014).

traktują w sposób uniwersalny, dzięki czemu etos powstańczy nie tylko nie traci swego przesłania, ale zyskuje nową wyrazistość. W sposób najbardziej bezpretensjonalny oddaje mu hołd mural nr 19, namalowany wiosną 2009 r. przez Henryka J. Chmielewskiego (Papcia Chmiela), który walczył w Powstaniu. Autor serii komiksów *Tytus, Romek i A' Tomek*, pionierskich w Polsce<sup>63</sup>, przedstawia jego postacie jako uczestników Powstania 1944 r. Czyni to za pomocą zestawienia pstrokatych kolorów, przy tym czyniąc małą jedną z bohaterów walk. Poetyka, zdawałoby się, mało patriotyczna, ale właśnie dzięki takiemu, nieco obrazoburczemu, podejściu kompozycja ta wyróżnia się na tle innych, a wychowana na komiksach i telewizji młodzież łatwiej przyswaja sobie historyczne i patriotyczne treści w takim niestereotypowym ujęciu.

Inaczej wizję Powstania Warszawskiego oddaje dwóch wykształconych malarzy – Adam Walas i Rafał Roskowiński, którzy z ekspresjonistycznym zacięciem (zwłaszcza Walas) przedstawili tragedię, heroizm i brawurę powstańców na swoich muralach, namalowanych na murze stadionu Polonii przy ul. Konwiktorskiej. Artyści podeszli do tematu nieschematycznie; Walas uczynił jednym z głównych elementów swego komiksu tekst piosenki powstańczej *Warszawskie dzieci*, natomiast Roskowiński wykorzystał barwy narodowe i inne wyraziste kolory dla podkreślenia treści patriotycznych i faktu, że w Powstaniu walczyli głównie ludzie młodzi (w jednej z przedstawionych grup pokazani zostali w kolorowych t-shirtach, co zapewne ma sugerować, że także dzisiaj młode pokolenie stanęłoby, w razie potrzeby, do walki – w chwili próby)<sup>64</sup>.

Jednocześnie komiks na murach służy przekazowi lżejszych treści, a nawet zabawie samą formułą gatunku. Zwolennikami takiego podejścia są, na przykład, *charakterowcy* o pseudonimach Tempz, Mister Pest i Ogryz. Mówią wprost, że w ich pracach nie ma głębszej filozofii ani społecznego zacięcia: „Bardziej chodzi o zabawę formą i kolorystyką, o łączenie inspiracji, własnych spostrzeżeń i czasem satyry”. Zależy im także na doskonaleniu warsztatu, tak, by „*skillsy szły w górę*” (PSA2 240). Z takiego podejścia biorą się odwołania writerów do postaci popkultury, znanych z wydawanych komiksów, powieści, filmów i gier komputerowych: w obrazie *TOY INVADER* – do *TOY SOLDIERS*, a w *TOMB WRITER* do *TOMB RIDER*, w której to grze komputerowej, przerobionej na film, główna bohaterka, archeolożka Lara Croft, zostaje zastąpiona postacią natchnionego writera z *puszką* w rękę, z kolei w *DEAD MAN SITTING* pojawia się obrazoburcze nawiązanie

---

<sup>63</sup> Obecny na łamach „Świata Młodych” od 1957 r. ub. wieku komiks stał się prawdziwą szkołą dla kolejnych pokoleń graficyarzy. W gazecie ukazywał się przez kilkanaście lat, od 1966 r. także w wersji książkowej.

<sup>64</sup> Z okazji prezentacji wieloczęściowej pracy malarz powiedział: „W Powstaniu wzięli udział tacy sami chłopcy i dziewczęta jak my. Mural ma mówić, że także dzisiaj, gdyby była taka potrzeba, nie zawahamy się zrobić tak, jak zrobili to powstańcy w sierpniu 1944 r. My zawsze będziemy bronić naszej wolności, bo taka jest natura Polaka”: <http://www.mmwarszawa.pl/artukul/graffiti-1944-krew-i-powstancy-przy-konwiktorskiej,2983108,artgal,t,id,tm.html> (dostęp 20.02.2015).



do tematu kary śmierci, przejmująco ukazanego w filmie Tima Robbinsa *DEAD MAN WALKING*. „Wymiennosc” bohaterów, znanych z różnych realizacji, podobnie jak sampling w muzyce, to jedna z cech postmodernistycznego podejścia do twórczości i jej tworzywa w sztuce miasta.

Dla młodego pokolenia writerów oraz ich odbiorców komiks jest dzisiaj jedną z najatrakcyjniejszych form przekazu, zarówno poważnych, dotyczących historii Polski czy bieżących wydarzeń, jak i służących rozrywce, a ponadto komiksowe kompozycje umieszczone na murach miasta estetyzują jego przestrzeń ikonograficzną i czynią ją prawdziwie publiczną, dając asumpt do dyskursu na tematy bliskie jego mieszkańcom. Za przeniesieniem licznych projektów streetartowych, utrzymanych w estetyce komiksu, na mury stoją różne cele, w tym edukacyjne (historia, rola sztuki i miejsce artysty w społeczeństwie itp.) i komercyjne (reklama). Wykorzystując dobrze zdomowione w rodzimej popkulturze postacie wymyślone przez Henryka J. Chmielewskiego, komiks, tak jak ten w Żorach, staje się alternatywą dla przekazu reklamowego, gdyż to na nim skupia się uwaga przechodnia. Tym razem orężem w mimowolnej walce z reklamą stają się nie techniki subwersywne, ale zwykły humor.



Mamy tu do czynienia z przekazem intersemiotycznym, ustrukturyzowanym z różnych elementów: system znaków składa się z materiału samej reklami-

my i jej otoczenia (Bobilewicz 2010, 289). Musi to być otoczenie znaczące, jak w tym przypadku, bo tylko wtedy stanowi konkurencję dla dominującego zwykle w przestrzeni przekazu reklamowego.

CZĘŚĆ DRUGA

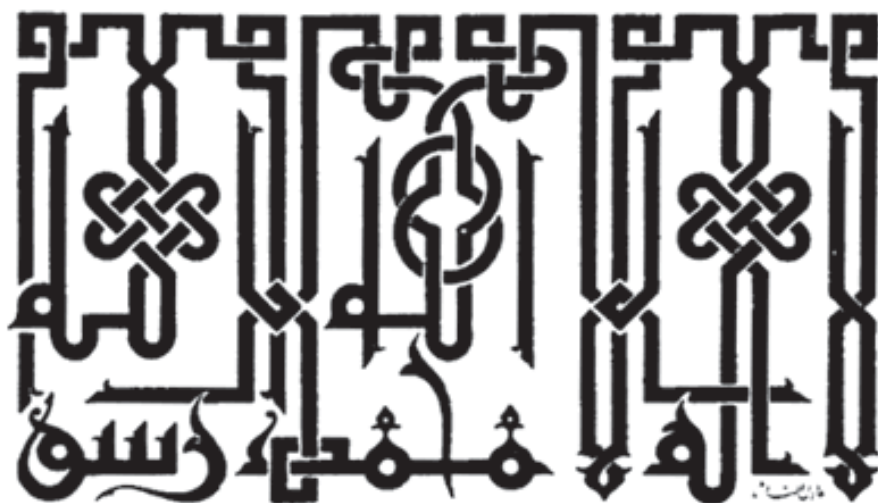
**Lingwistyczno-kulturowy  
portret graficiarza i streetartowca**



## 1. Liternictwo jako wyraz autoekspresji, oryginalności i znak tożsamości graficjarza

Człowiek ma w sobie naturalną inklinację do mówienia obrazem w powiązaniu z przekazem werbalnym. Graficjarze potrafią ten aspekt komunikacji międzyludzkiej odpowiednio wykorzystać, często dodając do swych wizji plastycznych słowa lub całe frazy. Wielu z nich postępuje jeszcze radykalniej, stawiając tworzywo słowa w jego graficznej postaci, czyli litery, w centrum swych kompozycji. Od początku istnienia graffiti liternictwo stało się jednym z jego podstawowych nurtów. Przedziwnie i w sposób niezwykle skomplikowany poskręcane litery, nieukładające się najczęściej w żadne zrozumiałe słowa tworzyły niezwykle kompozycje, z których emanował stan ducha sprejowych malarzy, ich bunt wobec świata preferującego nieskazitelnie czyste graficznie i grzecznie stojące obok siebie czcionki, które układają się w słowa niosące zrozumiałe treści.

W przeciwieństwie do nich graficarskie *litery* są w stanie dekompozycji i skupiają uwagę na swej plastycznej postaci, pretendując swą formą do miana sztuki zdobniczej, także wtedy, gdy nawiązują do egipskich hieroglifów czy arabskich esów-floresów. Tradycyjna kaligrafia arabska, czyli zdobnictwo oparte na piśmie arabskim, jest bardzo regularna, oparta na ściśle przestrzeganych zasadach<sup>65</sup>, nie może więc stanowić wzoru dla writerów, a jednak niejednokrotnie staje się dla nich źródłem inspiracji.



<sup>65</sup> Ilustracja pochodzi ze strony <http://pl.wikipedia.org/wiki/Plik:Shahada.gif> (dostęp 10.03.2014).

W centrum Kairu – na placu Abdin i w innych miejscach, a także w Aleksandrii – odbywają się cyklicznie festiwale street artu w szerokiej formule (jako występy artystów z różnych dziedzin kultury) pod nazwą Al-Fan Midan, która znaczy ‘sztuka placu/arena sztuki’, ewentualnie ‘sztuka jest placem’. Ich organizatorzy i uczestnicy są nękani przez siły bezpieczeństwa, jednak na przykład graficiarzom udaje się wykonywać prace, w których graffiti spotyka się z arabską kaligrafią lub zbliża się do street artu (najczęściej są niszczone później przez służby policyjne i wojskowe)<sup>66</sup>.

Grafiarskie liternictwo, nieobarczone przepisami, jest nieregularne, ale zwarte, a bywa niezwykle kunsztowne i oryginalne, jeśli chodzi na przykład o sposób łączenia lub przeplatania liter lub innych znaków i symboli ikonicznych, zaskakując także efektami 3D, czyli umieszczeniem znaków w przestrzeni, sprawiając wrażenie trójwymiarowości. Im ciekawiej są przetworzone i bardziej iluzjonistyczne, tym większą artystyczną sprawność przypisuje się ich autorowi.



Na murze wokół stadionu wyścigów konnych na Służewcu w Warszawie można się natknąć na kompozycje literowe wykonane w przeróżnych stylach, z przewagą wild style’u, a także nawiązujące do pisma arabskiego – te stylizacje są jednak mało udane. Wewnętrzny przymus pokazania światu oryginalności własnego stylu piśmienniczego staje się często motywem nieprzemyślanych działań. Graficiarze potrafią rozpoznać jakość prac na murach, więc często zdarza się, że dany fragment muru, czyli grafiarska *miejscówka*, staje się polem artystycznych pojedynków anonimowych graficiarzy. Pod osłoną nocy niszczą „dzieła” konkurencji i umieszczają na nich własne kompozycje.

Początki graffiti były w sferze liternictwa siermiężne i wiążą się z działalnością wspomnianego już Takiego 183, jednego z pierwszych graficiarzy. Skojarzona z pseudonimem *Taki* forma *tag* oznacza w środowisku taggerów rodzaj podpisu, który funkcjonuje samodzielnie albo jest używany przez innych graficiarzy

<sup>66</sup> Zob. <http://www.thecairopost.com/news/105596/news/al-fan-midan-street-art-festival-shut-down-by-security-forces> (dostęp 30.03.2015).

do podpisywania swoich prac. Podstawową funkcją tagów jest manifestowanie obecności ich autorów w publicznej przestrzeni miasta, oznaczając także jej symboliczne zawłaszczenie. Tak czy inaczej, stanowią one dowód spersonalizowanej obecności w mieście lub dzielnicy, traktowany jako sygnał dla innych graficjarzy i członków innych grup subkulturowych. Dla ulicznych artystów<sup>67</sup> takie zachowanie jest bardzo ważne, gdyż staje się elementem ich tożsamości, sposobem wyrażania siebie i potwierdzeniem faktu bycia tu i teraz. Jeden z hiszpańskich graficjarzy powiedział: „Kiedy składam swój podpis, coś znaczę. Ludzie widzą moje imię i mówią: «Ten człowiek istnieje». Kiedy wagon metra z moim imieniem wjeżdża na stację, oglądają go tysiące osób. Wtedy zaczynam istnieć” (2015, 21)<sup>68</sup>.

Tag zyskał status loga, trudnego do podrobienia indywidualnego podpisu graficjarza, wykonanego czarnym lub innym, o wyrazistym kolorze, flamastrem na jasnym tle<sup>69</sup>. W takiej ascetycznej, choć zindywidualizowanej i wyrafinowanej pod względem kształtu liter postaci, jest malowany samodzielnie albo umieszczany jako znak autorski na większych kompozycjach, zwłaszcza wykonanych zbiorowo. Jego indywidualny charakter stylistyczny wynika z faktu, że jest on znakiem osobowości graficjarza, a zarazem wyraża jego autokreacyjne dążenia, motywowane pragnieniem każdego twórcy, aby zaistnieć i być rozpoznawalnym. Staje się więc, podobnie jak inne graficarskie prace, znakiem obecności i działania.

Tag przeszedł ewolucję i, z czasem, przekształcił się w literowo-cyfrową kompozycję; litery stawały się coraz większe, a ich krój coraz bardziej skomplikowany. Uzyskały barwy, zaczęły tworzyć cienie, niejednokrotnie nadawano im postać trójwymiarową (3D). Z tego charakterystycznego cyzelowania liter przez taggerów wzięła się nazwa całej dziedziny graffiti, zajmującej się malowaniem liter i cyfr w sposób niezwykle skomplikowany, zwana po polsku *liternictwem* (*lettering*) lub *graffiti literowym*<sup>70</sup>. Zrodziła się ona w USA (głównie w Nowym Jorku), a wykonujący *litery* graficjarze, uznawani często za wandalów, stali się *writerami*, czyli swoistymi pisarzami. Ta nazwa, występująca najczęściej jednak z członem różnicującym – przydawką *graffiti*, czyli jako *graffiti writer* – funkcjonuje

<sup>67</sup> Graficjarze odżegnują się od nazywania ich artystami i to nie tylko w Polsce. Jeden z hiszpańskich writerów mówi: „Jestem pisarzem, a nie artystą (...) Artysta to ten, kto sprzedał się rynkowi (...) Jeśli czasami zmuszony jestem uprawiać sztukę, to jedynie po to, by zapłacić mandaty wystawione mi przez policję” (Pérez-Reverte 2015, 21).

<sup>68</sup> Idąc tropem myśli J. Assmanna, można by przyjąć, że uliczni twórcy, oprócz nabytej w procesie socjalizacji *tożsamości indywidualnej*, jako artyści-aktywiści uzyskują *tożsamość osobową*, która „odnosi się do społecznego uznania i przypisania jednostki”. Równocześnie, przynależąc do określonej grupy koleżeńkiej uprawiającej wspólnie sztukę ulicy, a w szerszej perspektywie – do subkultury graficarsko-streetartowej (jako elementu kultury hiphopowej), jej uczestnicy osiągają *tożsamość zbiorową*, która „powstaje dzięki utożsamianiu się z nią uczestniczących w niej jednostek” (2008, 145-146).

<sup>69</sup> Zdaniem N. Ganza mamy dziś do czynienia z *logo-graffiti/iconic graffiti*, nowym stylem, którego „zwolennicy tworzą uderzające emblematy i loga” (2008, 374).

<sup>70</sup> Początki graffiti literowego w Polsce to koniec lat 80. ubiegłego wieku (GwP 76).

na Zachodzie jako synonim obecnego w slangu angloamerykańskim *graffitiera*, a właściwie to niemal całkowicie go wyparła; u nas forma *graficiarz* rywalizuje z *writerem* i *malarzem*. Inna nazwa twórcy graffiti, *tagger*<sup>71</sup>, oznacza graficiarzy specjalizujących się w sztuce pisania *tagów*, które z czasem ewoluowały w coraz bardziej kunsztowne formy plastyczne.

Liternictwo zawładnęło dużą częścią obszaru aktywności graficiarskiej w Polsce. Zaczęli je uprawiać na początku lat 90. XX w. zarówno doświadczeni w walce z komuną *szabloniarze*, jak i bardzo młodzi adepci sztuki ulicy. Jak twierdzi M. Rutkiewicz, ci pierwsi przeszli na kreowanie liter „jako bardziej spektakularną formę ekspresji”, drudzy, którzy nie czuli już potrzeby walki z upadłym dopiero co systemem realnego socjalizmu, szukali w tym nowym apolitycznym sposobie uprawiania sztuki swojej tożsamości pokoleniowej (GwP 152).

Podobnie sprawa nazewnictwa przedstawia się w Rosji, choć innowacyjność językowa w obszarze profesjonalizmów wydaje się większa niż w Polsce. Tutajsi twórcy sztuki ulicznej dość licznie wprowadzili do zasobów języka rosyjskiego terminy specjalistyczne związane ze sztuką ulicy, na przykład na określenie ‘wykonawcy graffiti’ przyjęły się nazwy: *граффитчик*, *граффитист*, *художник граффити*, *граффер*. Forma *граффити райтер*, stanowiąca zapożyczenie właściwe z języka angielskiego (oprócz grafii) w sposób bardziej naturalny mieści się w systemie języka rosyjskiego niż polskiego, gdyż funkcjonuje w nim zwrot *писать/рисовать картину* ‘malować obraz’.

Writerzy wyspecjalizowali się w różnych sposobach stylizacji liter. Początkowo modny był *bubble style*. Angielski wyraz *style* pierwotnie odnosił się do graffiti literowego, a obecnie oznacza raczej indywidualny styl artysty. Znaczenie terminu uległo zatem modyfikacji i zawężeniu. *Stylowcy*, ukierunkowani na oryginalność stylu, w którym wykonują prace, coraz częściej ustępują miejsca *malarzom*, gdyż większym, jak się wydaje, zainteresowaniem wśród twórców, jak i odbiorców, cieszy się graffiti innego typu – figuratywne lub abstrakcyjne.

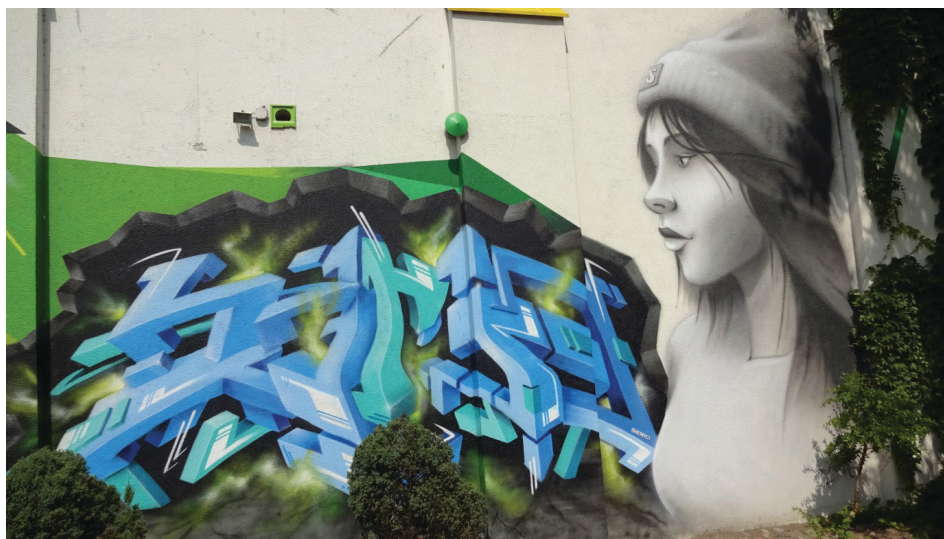
Używanie *bubble lettering*, *block letters*, czyli liter o obłych kształtach, wkrótce ustąpiło miejsca *wild style*owi, który zbiory liter postawił w centrum graficiarskich kompozycji. Litery, a także cyfry, nagle oszalały, uległy deformacjom, zaczęły spletać się ze sobą w nieoczekiwany sposób i tworzyć skomplikowane kompozycje. W ten sposób tworzone z nich wyrazy lub formacje je tylko przypominające, nieukładające się najczęściej w żadne zrozumiałe słowa, traciły czytelność, za to zyskiwały niezwykłą malowniczość i ekspresję jak ten, wymalowany przez Marcina Szpaka i Dominika Śmiałowskiego na jednym z obiektów Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy (stan z 2015 r.)<sup>72</sup>.

---

<sup>71</sup> Wszystkie odwołania do slangowych form angielskich i ich definicji sprawdzono z GG, UD, WGG (dostęp 10.09.2014).

<sup>72</sup> W kompozycji autorzy połączyli klasyczne graffiti literowe z fotorealem, dzięki czemu zyskała jej plastyczność i głębia wyrazu.





Początkowa maniera oblekania liter w „bąblowate” kształty, zwana *stylem bubble gum*, coraz częściej ustępuje miejsca ciekawszym sposobom kreacji liter i, rzadziej, cyfr, które zrodziły *wild style*. Drugim obszarem, w którym liternictwu usiłuje się nadać pewną rangę artystyczną, są opisane wcześniej tagi, czyli indywidualne podpisy graficiarzy, znaki ich tożsamości i „firmowe” loga zarazem. Muszą być oryginalne, dlatego często charakteryzują się wymyślnymi kształtami i bywają trudne lub wręcz niemożliwe do odczytania przez niegraficiarzy, dzięki czemu jest realizowany wymóg tajności działań. Czasami grupę graficiarzy podpisuje jednym charakterem pisma któryś z nich, ale częściej robi to każdy z nich z osobna, sygnując swym podpisem własną część kompozycji, jeśli stanowi ona dzieło zespołowe.

Niektórzy graficjarze wyspecjalizowali się obecnie w *calligrafitti*, czyli sztuce ozdobnego stawiania *liter*. Złożone z nich słowa-kompozycje są pisane, a właściwie kaligrafowane, z dużą starannością, ale nie aż taką symetrycznie i proporcjonalnie doskonałą, jaka cechowała tradycyjnych kaligrafów. Często stanowią one jedynie element większej całości lub są nadpisywane na wykonanych wcześniej przez tych samych graficiarzy kompozycjach. Jak piszą Markus Mai i Arthur Remke (2004), techniki writerskiego sposobu pisania nie zamknęły się w granicach samego graffiti i subkultury, lecz jako nowa forma ekspresji wyemancypowały się i z kultury młodzieżowej trafiły do ikonicznej przestrzeni nowoczesnego miasta, stając się elementem nowej kaligrafii, także w wersji trójwymiarowej. Znalazła one swoje zastosowanie w takich dziedzinach, jak: ilustracja, graficzny dizajn, moda, a nawet architektura.

Kaligrafię w stylu graffiti uprawia wielu writerów, np. członkowie bułgarskiej grupy TrashLoverz lub południowoafrykańska graficjarka Faith47, która swe mu-

rale podpisuje za pomocą bardzo czytelnych i niezwykle fantazyjnie napisanych wyrazów-haseł i całych, złożonych z nich fraz (Moch 2011a, 171). Do tej i innych technik wykonywania graffiti na murach nawiązuje określenie w języku rosyjskim *стенограффия*<sup>73</sup> – dowcipne skojarzenie z wyrażeniem *graffiti na ścianie* (kontaminacja wyrazów *стена* ‘ściana’ i *граффуму* ‘graffiti’), które ze stenografią jako szybką, skróconą metodą zapisu nie ma nic wspólnego, chyba że za wspólne cechy obu dziedzin uznamy szybkość działania i używanie symboli graficznych.

Do dziedziny i technik *calligraffiti*, ale w wersji praktycznej (czytelnej), a nie abstrakcyjnej, można zaliczyć także prace polskich graficiarzy, którzy w cyklu „ściennych” lekcji postanowili nauczyć naród poprawnego pisania trudniejszych wyrazów i zwrotów. Najbardziej znane stały się, wykonywane legalnie w Nowym Sączu i podpisane przez Mgra Morsa (Mariusza Brodowskiego), fantazyjne napisy podające poprawne postaci takich form, często zniekształcanych w mowie i piśmie, jak: *wziąć, jest napisane, w ogóle, doszedłem, skąd, ślisko, na pewno, lubić czy włączam*. Artysta wytyka również pospolite błędy stylistyczne, na przykład pleonazm *fakt autentyczny*. Uliczne lekcje języka polskiego w tym wydaniu spotkały się z pozytywnym przyjęciem przechodniów i decydentów, co ma znaczenie także dla lepszej przyszłości graffiti, coraz chętniej wpuszczanego na miejskie mury<sup>74</sup>.

Liternicze i nazewnicze początki graffiti tłumaczą, dlaczego jego autorów nazywa się na Zachodzie, jak już wspomniano, (*graffiti*) *writerami* ‘pisarzami’, choć może bardziej odpowiednia byłaby nazwa *kaligraf*. Ten zwyczaj pozostał w użyciu, także w Polsce, pomimo różnogatunkowości poszerzającej formułę graffiti (szablony, wlepki, piktogramy itd.)<sup>75</sup>. Tagi, jakie wypisywali na murach domów w swoich dzielnicach pierwsi writerzy (*taggerzy*), stanowiły sygnał dla konkurencyjnych grup, aby nie wkraczały na obcy im teren, opanowany przez *swoich* lub *naszych chłopaków*. W Nowym Jorku w latach 70. ubiegłego wieku w ten sposób zaznaczały granice opanowanego przez siebie terenu uliczne gangi. W Polsce mamy podobne nazewnictwo; graficiarz określa się przeważnie mianem *writera*, określenia *malarz* używa się za to częściej w street arcie.

<sup>73</sup> Zob. <http://www.streetart.su/> (dostęp 6.08.2012).

<sup>74</sup> <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1329,title,Uliczna-lekcja-jezyka-polskiego-niezwykle-graffiti-w-Nowym-Saczu,wid,17240519,wiadomosc.html> (dostęp 11.03.2015).

<sup>75</sup> Swą aktualność straciła definicja określenia *writer*, jaką daje N. Ganz: ‘artysta graffiti, graficiarz, który koncentruje się na liternictwie (tagach, stylach)’ (2008, 374). Dzisiaj writerzy, pomijając nastawionych ortodoksyjnie, są jednak raczej malarzami, grafikami, twórcami szablonów, wlepek i komiksów, a w mniejszym stopniu kaligrafami. Zakres znaczeniowy tej nazwy poszerzył się.



W naszych miastach nie mamy do czynienia z tak wysoce zorganizowanymi gangami młodzieżowymi, jak niegdyś w Nowym Jorku, ale są grupy młodzieży oznaczające „swoj” teren za pomocą prymitywnych podpisów-tagów w postaci literowców z często dodanym słowem *crew*, takich jak *DWZ Crew* czy *WRB*; tak na przykład starają się symbolicznie zawłaszczać przestrzeń swojej dzielnicy młodzi z bydgoskich kwartałów Okole i Miedzyń.



Writerom nie chodzi o zrozumiałość i proste odczytanie napisów, wielu z nich nie interesuje także używanie tagów na oznaczenie stref wpływów. Ich przekaz jest skierowany w stronę innych graficiarzy i, w ogóle, rówieśników, gdyż przez nich zostaje właściwie odczytywany i doceniany. Swoj podpis traktują jako znak obecności w obszarze miasta czy dzielnicy (czasem nawet dominacji na jakimś terenie). Inni jego funkcje komunikacyjne zastąpili estetycznymi, gdyż wystylizowany napis służy głównie do eksponowania oryginalności kompozycji złożonej z wykonanych w „szalonym stylu” liter. Ich skomplikowana płątana ma także służyć graficiarzom w zachowaniu wymogu tajności; tożsamość trzeba chronić głównie przed organami ścigania, ale i przed światem dorosłych, uznających osoby praktykujące graffiti za wandalów.

Dzisiaj graffiti w stylu wild ulega znaczącym metamorfozom i coraz częściej stanowi kompozycję bardziej malarską niż literniczą, gdyż obok liter pojawiły się różne, mniej lub bardziej abstrakcyjne, elementy graficzne. Tym niemniej, do popularności street artu, zwłaszcza zajmującego się malowaniem murali, jeszcze mu daleko, choć ortodoksyjnym graficiarzom nie o nią przecież chodzi, a przynajmniej tak twierdzą<sup>76</sup>. Wielu z nich wydaje się jednak zazdrościć rozgłosu *muralistom*, którzy swe prace wykonują na oczach widzów, zyskując zainteresowanie i przychyłność mieszkańców miasta, urzeczonych pomysłowością, obrazowością i barwnością przedstawionych wizji. Street art coraz częściej nie jest traktowany przez nich jako intruz w przestrzeni publicznej<sup>77</sup>, ale miłe urozmaicenie w szaryźnie ulic<sup>78</sup>.

Od kiedy w graffiti zaczęła dominować kompozycja plastyczna, figuratywna lub abstrakcyjna, z napisami lub bez, *writerzy* stali się u nas także *malarzami*<sup>79</sup>. Dotyczy to zwłaszcza, choć nie tylko, tych, którzy zgłosili swój akces do street artu. Wielu starszych graficiarzy pozostało przy *writingu* i nazwie *writer*, choć określenie *malarz* wydaje się w tym przypadku bardziej adekwatne semantycznie, zważywszy na nowy rodzaj kreacji plastycznej. Twórca tak nazwany jest luźno związany z liternictwem, czego dowodzi grafia podpisów pod obrazami i na muralach – mają dość konwencjonalną, niestylizowaną postać. W zakresie nazewnictwa zrodziło się za to nowe zjawisko: na internetowych portalach graficiarskich coraz częściej nazwa *malarz* występuje w zestawieniu z członem *graffiti*. Dzięki temu zabiegowi nominacyjnemu *malarz graffiti* zyskuje odrębną tożsamość, w dużej mierze wirtualną, gdyż osoba tak określona coraz więcej czasu, zamiast na ulicy (z czym się kojarzy), spędza w zaciszu swojej domowej pracowni. Powstają w niej różnego rodzaju grafiki, komiksy, a także szablony, wlepki i naklejki, wykorzystywane później w ulicznych działaniach. Co ciekawe, w krajach angielskiego obszaru językowego nazwa *malarz*, czyli *painter*, zastosowana w odniesieniu do twórcy graffiti, nie funkcjonuje. Zatem, *writer*, choć skupia się na liternictwie (i wtedy nazwa jest do pewnego stopnia adekwatna), staje się coraz częściej we współczesnym graffiti *malarzem*.

---

<sup>76</sup> Zdaniem D. Paczkowskiego streetartowcy uprawiający sztukę zaangażowaną społecznie, z konkretnym przekazem, uważają graffiti skoncentrowane wyłącznie na jego kształcie plastycznym za „ortodoksyjne i bezideowe, nastawione w zasadzie tylko na promocję imion-tagów”, a samych taggerów określają jako „zaślepionych formą, z obsesją na punkcie techniki” (GwP 77).

<sup>77</sup> Określenia R. Drozdowskiego, który graffiti uznaje za „intencjonalnego intruza przestrzeni publicznej i rodzaj wizualnego slangu” (2009, 90, 98), mogą budzić sprzeciw. W wielu swoich realizacjach oraz w kontynuacji, jaką zdaniem wielu stanowi street art, osiągnęło ono status prawdziwej sztuki i pojawia się nawet w najlepszych galeriach.

<sup>78</sup> M. Rutkiewicz mówi wręcz o modzie na street art w ostatnich latach, która wzmogła akceptację społeczną dla sztuki ulicy, a nawet ułatwiła pozyskiwanie sponsorów (2011, 144).

<sup>79</sup> Nazwanie ich *sprejowcami*, próba podjęta przez poetę B. Prejsa (2004), nie wydaje się właściwe, ale zrozumiałe (*licentia poetica*). Farba w spreju to, co prawda, najważniejsze, ale nie jedyne tworzywo i narzędzie w rękach graficiarza.

## 2. Graficjarze i streetartowcy jako subkultura buntu i kreacji<sup>80</sup>

Choć subkultury młodzieżowe cieszą się w ostatnich latach w Polsce sporym zainteresowaniem badaczy różnych dyscyplin, na przykład językoznawstwa kulturowego<sup>81</sup>, to ze zdefiniowaniem tego pojęcia, typologią samych subkultur i określeniem narzędzi służących ich badaniu jest nadal dużo trudności. Nie satysfakcjonuje klasyczna definicja słownikowa, która brzmi: „Subkultura to rodzaj podkultury, a także grupa ludzi, których łączą wzory i normy postępowania odmienne od przyjętych przez ogół społeczeństwa, przejawiające się na przykład w ubiorze i wyglądzie zewnętrznym” (USJP IV, 58). Kładzie ona nacisk na odrzędność subkultur względem kultury narodowej i odrębność obowiązujących w nich zasad, co jest refleksem dawnych podziałów na tzw. sztukę wysoką i niską. Tymczasem, nie są one czymś podrzędnym względem kultury dominującej, lecz łączące je więzy, a zwłaszcza wyznawane poglądy i przyjmowane strategie artystyczne, należy ujmować raczej w kategoriach alternatywności, a często także kontrkulturowości i oporu wobec kultury dominującej oraz funkcjonującego systemu społeczno-politycznego.

Inny słownik języka polskiego ujmuje pojęcie subkultury jako „wzory, zasady, normy zwyczajowe przyjęte i obowiązujące w grupie społecznej stanowiącej część zbiorowości, odmienne od przyjętych przez ogół społeczeństwa” i przywołuje, między innymi, takie kolokacje, jak: *subkultura młodzieżowa, studencka, podmiejska, wiejska; subkultura artystów, punków, skinów; subkultura świata przestępczego, subkultura kibiców piłkarskich* (NSPP, 991). Ta definicja też nie zadowala w pełni, gdyż akcentuje zasady konstytuujące subkulturę zamiast skupić się na jej uczestnikach, ale stara się zachować walor obiektywizmu. Nie spełnia go inna propozycja, która za najważniejszą cechę łączącą wszelkiego typu grupy młodzieży uznaje ich „negatywny stosunek do kultury dominującej”. W tej definicji subkultura to „względnie spójna grupa społeczna pozostająca na marginesie dominujących w danym systemie tendencji życia społecznego, wyrażająca swoją odrębność poprzez zanegowanie lub podważanie utrwalonych i powszechnie akceptowanych wzorów kultury” (Pęczak 1992, 4). Użycie określeń „na marginesie”, „podważanie... wzorów” wywołuje negatywne konotacje, co takiemu rozumieniu pojęcia odbiera obiektywizm.

<sup>80</sup> Wstępna część podrozdziału jest przeredagowaną wersją fragmentu współautorskiego artykułu z Z. Sawaniewską-Mochową pt. *Języki subkultur kreatywnych a globalizacja (na przykładzie języka graficjarzy)*, w: *Globalizacja a przemiany języków słowiańskich*, Bydgoskie Studia nad Pragmatyką Językową 2, red. H. Kurek, M. Święcicka, M. Pelplińska-Narloch, Bydgoszcz: Wydawnictwo Naukowe UKW, 2016, s. 313-328.

<sup>81</sup> Za przełomowy moment w badaniach językoznawczych subkultur w Polsce należy przyjąć rok 1994, kiedy to ukazał się 10. tom w serii „Język a Kultura”, zatytułowany *Języki subkultur*.

Na uwagę zasługuje za to definicja stworzona przez socjologów kultury. Zdaniem Mariana Filipiaka „subkultura w ujęciu opisowym określa wyodrębniony według jakiegoś kryterium (etnicznego, zawodowego, religijnego, demograficznego) segment życia społecznego i jego kulturę (...) W takim ujęciu subkultura jest segmentem kultury i nie podlega wartościowaniu na zjawiska kulturowe wyższe, niższe, gorsze, lepsze” (2003, 13). Z kolei, Jerzy Wertenstein-Żuławski rozumie ją, podobnie jak inni, jako „zespół wzorów kulturowych” wyróżniających grupę społeczną w obrębie społeczeństwa, ale, dodaje, że „jest on niecałkowity, ograniczony jedynie do niektórych sfer aktywności ludzkiej, na przykład języka, spędzania czasu wolnego, hobby, stosunków erotycznych etc., którego niezbędnym uzupełnieniem jest zespół wzorców dominujących w danym społeczeństwie”, bez którego subkultura „nie mogłaby istnieć samoistnie” (1990, 10). Takie podejście uświadamia, że subkultura nie działa w całkowitym oderwaniu od norm i wzorów kulturowych oficjalnego życia społeczno-politycznego; niektóre z nich akceptuje, poddając mniejszym lub większym przekształceniom.

Typologię subkultur proponowali badacze z kręgu różnych nauk, jednak albo są one zbyt ogólne (lingwistyczna szkoła wrocławska<sup>82</sup>), albo za wąskie, nieuwzględniające specyfiki konkretnych subkultur. Marcin Jędrzejewski dzieli je – na gruncie nauk pedagogicznych – na „alternatywne, buntu i ucieczki, izolacji od społeczeństwa i kreacyjne: autokreacji artystycznej (nurt undergroundu i muzyki rockowej), kultury dziania się, bycia w drodze i na szlaku (festiwale młodzieżowe, imprezy), działalności happeningowej” (1999, 86-87). Taki sztywny podział nie uwzględnia szczególnej kategorii – subkultur, które bunt wobec panującego systemu społeczno-politycznego łączą z kreacyjnością o charakterze artystycznym, jak w przeszłości hipisi, punki czy, obecnie, hiphopowcy (byłaby to – odpowiednio – subkultura buntu i kreacji).

Do subkultur łączących kontestację z kreacją artystyczną i obyczajową z pewnością można zaliczyć graficiarzy, środowisko przynależne, w powszechnym przekonaniu, do subkultury hiphopowej, ale prowadzące względem dominujących w niej muzyków i tekściarzy (raperów i didżejów) własną działalność. Graficy sami postrzegają swoją wspólnotę, ruch społeczno-artystyczny z nią związany oraz swoje artystyczne wytwory jako *subkulturę* lub *kulturę* i, próbując tu i tam

---

<sup>82</sup> Badacze z wrocławskiej szkoły lingwistycznej, J. Anusiewicz, A. Dąbrowska, M. Fleischer, zaproponowali stratyfikację kultury polskiej, uwzględniającą działające w jej obszarze grupy i subkultury. Przyjmując koncepcję kultury jako rzeczywistości znaków (otwartego dynamicznego systemu, obejmującego wszystkie zjawiska oparte na procesach semiotycznych), wymienieni językoznawcy wydzielili: grupy kulturowe (przyjaciół, studentów, zespoły robocze) i subkultury, składające się z licznych grup kulturowych rozmaitej wielkości i jako system generowane przez jeden katalog norm, zachowań i reguł. Jak piszą, „subkultury, pozostając w zbiorze składającym się na kulturę narodową, tworzą specyficzny dla siebie, choć w danej subkulturze nie jedyny, dyskurs” (2000, 13-15). Widzenie kultury i opis jej zjawisk przez pryzmat języka nakreślił jako jeden z pierwszych w polskim językoznawstwie J. Anusiewicz (1995).

wyemancypować się z kultury hip-hopowej<sup>83</sup>, traktując społeczno-kulturowy idiom graffiti jako odrębny, autonomiczny fenomen z przyświecającą mu nadrzędną ideą nieskrępowanych niczym działań w sferze publicznej.

Oto kilka ich wypowiedzi na ten temat, w których pojęcia *kultura* i *subkultura* w odniesieniu do graffiti stają się kluczowe:

Writerzy jako jedna z niewielu *subkultur* od zawsze narażali się na niebezpieczeństwo, nie uzyskując w zamian żadnych materialnych korzyści, a sława uzyskana dzięki znaczącym dokonaniom ograniczała się do samego środowiska. GGE 432;

Generalnie writerzy to *subkultura* bardzo hermetyczna. Ale w tym wszystkim bardzo otwarta dla „swoich”. GGE 434;

Skupiając nastolatków z totalnie różnych środowisk, [sztuka ulicy – W.M.] stała się – obok punkowców, technomanów, depešowców, skinheadów czy satanistów – *subkulturą* z obowiązującymi normami, wartościami, wzorami oraz zewnętrznymi atrybutami, jak ubiór, styl spędzania wolnego czasu, slang. GGE 647;

Graffiti do Polski wkroczyło jako element radosnej *kultury hip-hopowej*. GGE 647;

(...) graffiti wykracza bardzo daleko poza *kulturę hip-hop*. GGE 422;

Chcieliśmy tworzyć *kulturę*, *kulturę graffiti*, nie bezmyślny *bombing* i niszczenie. GGE 465.

Te wypowiedzi świadczą o wysokim stopniu samoświadomości środowiska graficjarzy, których, podobnie jak inne grupy kontrkulturowe i alternatywne lat 70., nękanie przez milicję i niezrozumiane przez otoczenie, „nie interesowało uczestnictwo w działaniach społecznych, tylko w działaniach własnej społeczności” (Chaciński 2010, 99). Niemniej, graficjarze i inni znali swoją siłę i rolę, jaką odgrywają młodzieżowe subkultury we wzbogacaniu kultury narodowej, dlatego, choć nie mówili o tym wprost, pragnęli dowartościowania swojej twórczości w jej obrębie i zajęcia własnego miejsca w społecznej hierarchii. Należy ich postrzegać i rozumieć, tak jak innych artystów, „poprzez styl życia, który ujawnia ich społeczną przynależność”, ale może też się do nich odnosić inne spostrzeżenie Mike’a Featherstone’a, angielskiego socjologa kultury:

Artyści są też ze względów społecznych zainteresowani, po pierwsze, szerszym uznaniem dla ich spojrzenia na życie, a konkretnie – roli estetycznego spojrzenia na świat, nawet jeśli owo uznanie mają za nic lub rezygnują

---

<sup>83</sup> Graffiti jako ruch undergroundowy zyskało swój globalny charakter dzięki hip hopowi jako międzynarodowej i wielogatunkowej kontrkulturze, łączącej muzykę rapową, taniec breakdance i graffiti.

z niego (...). Po wtóre, pragną, aby ogłoszono wyższość stylu życia, jaki praktykują w swoich subkulturach (...), co dodatkowo utrwali przydatny dystans pomiędzy wtajemniczonymi znawcami a gorliwymi, zostającymi jednak trochę w tyle widzami i naśladowcami (1998, 322-323).

Tego rodzaju opinię potwierdza jeden z bohaterów filmu Banksy'ego (2010), który mówi: „Jednym z najciekawszych elementów street artu są reakcje ludzi”. Jednak w autowizerunku graficiarzy można dostrzec pewne sprzeczne elementy: z jednej strony, chcą połączyć bunt czy choćby miękką kontestację wobec zastanego systemu społeczno-politycznego z ciekawymi propozycjami artystycznymi, a z drugiej, przejawiają zachowania anarchistyczne (do pewnego stopnia także narcystyczne), których wyrazem jest *bombing* i dewastowanie środków komunikacji. Jednak to akty agresji są dostrzegane przez otoczenie, a nie te artystyczne, co niszczy – przynajmniej w oczach dużej części społeczeństwa – pozytywną autokreację.

Ideały, które wyznają uliczni twórcy, wpisują się we właściwe licznym subkulturom strategię walki z ogólnoswiatowymi problemami, takimi jak korporacjonizm i konsumpcjonizm (jako częściami „systemu”)<sup>84</sup>, panowanie dyktatur i funkcjonowanie różnych mechanizmów zniewolenia człowieka. Jednocześnie wymienione środowiska angażują się w walkę nie z czymś, a o coś, na przykład w „dialog z miastem” jako swoistą kulturową hybrydą, czy włączają się na swój sposób w kampanie społeczne i różnego rodzaju akcje pomocy. Charakterystyczne jest to, że, uczestnicząc w procesach globalizacyjnych, na przykład przez organizowanie *graff-turystyki*, równocześnie nie są entuzjastami samej globalizacji jako zasady organizacji porządku światowego<sup>85</sup>, co się objawia w niektórych pracach plastycznych, ale przede wszystkim w ciągłym wpływie graffiti z USA, jako estetycznego wzorca, na sztukę miasta we wszystkich zakątkach świata.

Bliższe im są idee globalizacyjne, stanowiące efekt przystosowania globalnych działań do lokalnych warunków, wzajemne wspomaganie procesów o zasięgu ogólnoswiatowym i rozwoju regionalnego. Ich istota, jak wiadomo, sprowadza się do znanej dyrektywy: „myśl globalnie, działaj lokalnie”. Funkcjonują głównie w miastach, w których mieszkają (zwłaszcza na dworcach i liniach kolejowych), a także w swoich dzielnicach, jednak duża część ich działalności ma charakter „wyjazdowy”; są to wyjazdy zagraniczne i do innych miast w kraju. Taka praktyka dobrze ilustruje tezę Benjamin R. Barbera, że w dzisiejszym świecie „kultura glo-

---

<sup>84</sup> Tego rodzaju aktywność przypomina walkę z wiatrakami, gdyż nie ulega wątpliwości, że Polacy, podobnie jak inne społeczeństwa Zachodu, są społeczeństwem konsumpcyjnym, które świetnie opisał w swoich książkach Zygmunt Bauman. Nie znaczy to jednak, że takiej walki nie należy prowadzić. Trzeba, bo wynaturzenia konsumpcjonizmu, jak sugerują twórcy hip hopu, prowadzą do powolnej samozagłady narodów.

<sup>85</sup> Ich poglądy są zbieżne z przekonaniem dzisiejszych anarchistów, którzy twierdzą, że globalizacja oznacza obecnie przede wszystkim rządy neoliberalistów – międzynarodowej finansjery, ulokowanej w takich globalnych instytucjach, jak Międzynarodowy Fundusz Walutowy, Bank Światowy, Światowa Organizacja Handlu i wiele innych (Burszta 2011, 102).



balna dostarcza kulturze lokalnej środka przekazu i publiczności, formułuje także jej roszczenia” (2007, 25).

Ruchliwość graficiarzy i streetartowców, zarówno rzeczywista, jak i wirtualna (internet), jest, między innymi, wywołana faktem, że przestrzeń ma w ich przypadku znaczenie podstawowe. Istotny jest dla nich nie tylko jej wymiar geograficzny i kulturowy, ale także symboliczny, gdyż staje się obszarem wolności i działań artysty. Widzą ją i odczuwają jako element lokalnego krajobrazu kulturowego i kontekst swego dzieła.

Zespołowe działania wykonawców graffiti w różnych, wybranych wcześniej miejscach budują relacje wspólnotowe. Są one bardzo ważne, nawet jeśli nie należą do najtrwalszych – grupy graficiarskie po okresie zorganizowanych akcji z reguły rozpadają się, a ich uczestnicy tworzą nowe towarzysko-artystyczne konstelacje. Ich funkcjonowanie jako wspólnot undergroundowych zasada się głównie na spontanicznych aktach malowania graffiti w sposób nielegalny, ale obejmuje także całkowicie legalne wykonywanie większych lub mniejszych prac na zamówienie. Te umacniające więzi czynności poprzedza praca koncepcyjna, czyli wyrażanie tematów, szkicowanie ich w notesach (*black books*) i wszelkie niezbędne czynności organizacyjne. Graficiarze i streetartowcy lubią, jak to określają, *kolaborację*, czyli opartą na współpracy aktywność grupową, choć, jak zauważa Jakub Dąbrowski, towarzyszy jej „silna konkurencja związana z walką o prestiż i uznanie ulicy” (2011, 33).

Relacje nawiązywane w obrębie i w następstwie wspólnych działań artystycznych są wzmacniane przez uniwersalny niepisany kodeks zachowań i zasad (*rules*), takich jak lojalność, przyjaźń, solidarność; na przykład, nie wolno uciec, pozostawiając innych na pastwę stróżów porządku. Jak twierdzi A. Pérez-Reverte: „Grupy z marginesu bardziej przestrzegają zasad niż grupy cieszące się jakoby większym szacunkiem. To konieczność, bo właśnie od zasad zależy ich przetrwanie (...) kto nie przestrzega zasad, stanowi dla grupy zagrożenie, więc jest z niej wyrzucany” (2015, 21).

W parze z przestrzeganiem zasad postępuje szacunek i poczucie prestiżu, jakich graficiarze wymagają dla siebie jako kreatorów kultury ulicznej i członków grupy subkulturowej, zwłaszcza od innych jej uczestników, ale i od postronnych obserwatorów<sup>86</sup>. Uprawianie graffiti jest zatem dla nich „środkiem pozyskiwania odpowiedniej reputacji i sławy, najpierw lokalnie, a później poza granicami miasta i ostatecznie w skali całego globu”, a także „jedynym narzędziem pozwalającym na zwrócenie na siebie uwagi” (Balázs 2006, 17).

<sup>86</sup> A. Pérez-Reverte podaje przykład graficiarza o pseudonimie Lose, który jest „niski, brzydki, bezrobotny”, „chodzące nieszczęście”, ale w samym tylko Madrycie zamalował 630 metrów kwadratowych powierzchni, co sprawia, że inni graficiarze „milkną, patrząc na niego z szacunkiem”, a „gdy policjanci go zatrzymują, proszą o autograf”. Pisarz konstatuje: „to właśnie jest prestiż. Bycie kimś” (2014, 21).

Inną cechą subkultur kontestujących jest tajność ich subkodu<sup>87</sup>, szczególnie istotna w kontekście nielegalnych działań graficiarzy, czyli *robienia pociągów* czy *bombardowania murów*. Ich pseudonimy mają postać wymyślonych imion lub tylko kilku skojarzonych ze sobą liter, choć ten ostatni sposób nominacji jest raczej zarezerwowany dla całych grup współdziałających ze sobą writerów, które określają się jako *crew/kru*, *brygada*, *ekipa* czy, przewrotnie, *klika* (z ang. *clique*). Jednak współcześnie, kiedy coraz więcej malarzy street artu odkrywa przed otoczeniem swoją prawdziwą tożsamość, wykonywanie tagów przestało być celem samym w sobie, zwłaszcza dla osób parających się *artystycznym graffiti*.

Ulice usytuowane w mniej eksponowanych dzielnicach miasta ułatwiają zachowanie anonimowości. Zanim nadeszła era street artu, graficiarze, z obawy przed służbami porządkowymi, przez lata prowadzili działalność w sposób skryty, anonimowy<sup>88</sup>, sygnując prace pseudonimami. Dzisiaj nie chcą już uchodzić za całkowicie anonimowych twórców, jak to było w czasach PRL-u, co budzi sprzeciw tych ze starszego pokolenia<sup>89</sup>. Z anonimowością zerwali twórcy street artu, którzy z reguły działają legalnie i na zamówienie<sup>90</sup>, łącząc działalność na ulicach z pracą w zaciszu domowych pracowni i uprawiając także malarstwo sztalugowe czy komputerowe. Indywidualizm i odmienny styl ich działań znajduje wyraz w nadawaniu własnej twórczości oryginalnego charakteru, zdecydowanie odrębnego od tego, który reprezentują inni twórcy, dzięki czemu mamy do czynienia z wielką różnorodnością wizji, przedstawień i artystycznej oraz społecznej aktywności street artu w mieście. Zresztą, podobnie jest w tzw. poważnej sztuce, w której indywidualny styl jest znakiem wywoławczym danego artysty. Nawet, kiedy robią coś w grupie, to z reguły sygnują tagami swoją część kompozycji, ale styl najbardziej znanych artystów graffiti jest rozpoznawalny i bez takich oznaczeń, choć głównie w ich środowisku.

Sztuka graffiti wzbudza ciągle mieszane odczucia wśród niektórych członków lokalnej społeczności, ale głównym jej przeciwnikiem jest władza, uosabiana przez funkcjonariuszy policji i straży miejskiej, strażników kolejowych, urzęd-

---

<sup>87</sup> Na względną tajność subkodów używanych przez subkultury kontestujące zwróciła uwagę H. Satkiewicz (1994, 12-13). Tajność uzyskuje się głównie przez wykorzystywanie licznych określeń specjalistycznych, akronimów, zapożyczeń zewnętrznych (anglicyzmy) i wewnętrznych oraz neologizmów.

<sup>88</sup> Anonimowość graficiarzy stanowi element ich „stylu, etosu” (Chaciński 2010, 100).

<sup>89</sup> Są jednak tacy artyści, którzy anonimowość traktują jako warunek uprawiania ulicznej twórczości. Jeden z nich, Faustyn Chełmecki, apeluje: „albo robimy na ulicy sztukę anonimowo, albo się promujemy. Ja zawsze byłem przeciwko autopromocji. [Podpisywanie prac] dla mnie było zaprzeczeniem idei odbijania szablonów w przestrzeni wspólnej. Podpisywanie to jakiś amerykański absurd. Bo chodzi o prawa autorskie, że każdy chce mieć wyłączne prawo do tego, co stworzył. Absurd absolutny” (GwP 89).

<sup>90</sup> Jak piszą E. Dymna i M. Rutkiewicz, utrzymuje się podział na „złe graffiti” i „dobry street art”, „choć jedno bez drugiego nie istnieje: co więcej, graffiti i street art są na głębszym poziomie jednym i tym samym zjawiskiem, manifestacją tej samej energii” (PSA 2, 5).

ników, sędziów itd. Wszyscy oni traktują ją jako przejaw wandalizmu, a przynajmniej nieuprawnionej ingerencji w przestrzeń miasta, gdyż jest „aktywnością widzialną i zmieniającą kontekst aprobowany przez władzę”, a ponadto stanowi „zagrożenie, bo narusza dyscyplinę” (Wasilewski, Drogowska 2011, 112). Strategie społecznego oraz instytucjonalnego oporu wobec obrazów, przedmiotów, antyreklam i instalacji streetartowych ciągle występują<sup>91</sup>, ale w ostatnich latach w mniejszym natężeniu.

Konstytutywnym wyznacznikiem subkultury graficiarzy i streetartowców jest wyznawany przez nich system wartości społecznych i artystycznych. Przecistawiając działaniom opresyjnym państwa własne strategie, zmierzają nie tylko do odzyskania sfery publicznej, zawłaszczanej przez reklamę oraz urzędowy zbiór znaków i komunikatów<sup>92</sup>, ale przede wszystkim do przekonania mieszkańców o swoich prospołecznych i proartystycznych intencjach, których celem jest podniesienie jakości życia w mieście. Te działania zmierzają do utrwalenia opinii, że ich artystyczne wytwory „wnoszą do nowoczesnej architektury emocję i komunikację” (PSA, 55).

Kierując się tą ideą, graficiarze coraz śmieiej wchodzą ze swoimi pracami w przestrzeń publiczną, która jest dzisiaj zdominowana głównie przez reklamę, tworzoną przez międzynarodowe kartele, koncerty i korporacje. Walka o ikoniczną przestrzeń miasta, która powinna służyć lokalnej wspólnotce, przyjmuje postać obrazowego chaosu. W Warszawie graficiarskie malunki „walczą” z reklamami, jak na murze służewieckim, choć to graffiti było tu pierwsze, a reklamy wywieszone później na górujących nad okolicą bilbordach i nadstawkach je „osaczyły”. W ten sposób zderzyły się ze sobą dwa rodzaje tekstów ikoniczno-werbalnych o innym przekazie. Komercyjny cel reklamodawców został przeciwstawiony bezinteresownej kontestacji graficiarzy, interes handlowy – ideałom i wartościom niesionym przez sztukę, nawet jeśli nie zawsze są zgodne z celami ogólnospołecznymi czy państwowymi.

<sup>91</sup> R. Drozdowski, uznając formy graffiti i street artu za „intencjonalnych intruzów w przestrzeni społecznej”, twierdzi, że naruszają one społeczne i głównie polityczne „zaprogramowanie funkcjonalne” przestrzeni publicznej i zatracają swoją pierwotną motywację i kontekst, a w rezultacie „sprzeniewierzają się sobie samym (...), a uderzając w jedno wymiary porządku społecznego, przyczyniają się do reprodukcji jego innych wymiarów” (2009, 90). Przedstawione podejście P. Zańko uważa za „dość pesymistyczne” i odmienne od opinii badaczy amerykańskich, którzy w prowokacji kulturowej tego typu widzą „skuteczne narzędzie protestu”, „formę komunikacji” i „przejaw konsumenckiego oporu kulturowego” (2012, 67).

<sup>92</sup> B. Chaciński pisze o tym zjawisku w ten sposób: „Ale graffiti było czymś szczególnym – tworzyło ruch swobodnych artystów, którym nie chodziło o propagowanie haseł ideologicznych, tylko o zawłaszczenie przestrzeni miejskiej. Odebranie jej hasłom reklamowym, logotypom, informacjom państwowym i o dystrybuowanie swoich tagów w całym mieście...” (2010, 98-99).



Ucieleśnieniem graficiarskich ideałów prospołecznych i estetycznego zwaloryzowania przestrzeni są prace Banksy'ego, który udowodnił, że graffiti wysokiej próby może pełnić wiele pożytecznych funkcji społecznych, na przykład jako element wzmacniania lokalnej tożsamości – staje się wtedy dobrem wysoko cenionym, a także rynkowo pożądanym. Londyn ubożeje o jego prace, które są wycinane ze ścian budynków i następnie sprzedawane na aukcjach. Taki los spotkał kompozycję *No Ball Games*, pokazującą dzieci rzucające do siebie tablicę z zakazem gry w piłkę. W prasie ukazały się wypowiedzi mieszkańców dzielnicy: „Odszedł od nas ikoniczny kawałek Tottenhamu”. Jeszcze głośniejszym echem odbiło się zniknięcie pracy *Slave Labour*, przedstawiającej małego Azjatę szyjącego chorągiewki z flagą Wielkiej Brytanii – krytyka wyzysku dzieci na Dalekim Wschodzie i rozbuchanej konsumpcji Brytyjczyków<sup>93</sup>. Dzieła Banksy'ego, który został powszechnie uznany za ikonę popkultury, stały się atrakcją turystyczną Londynu.

<sup>93</sup> Radni dzielnicy Haringey napisali: „Lokalna społeczność ma poczucie, że to dzieło zostało jej подарowane za darmo i powinno pozostać tam, gdzie jego miejsce, a nie zostać sprzedane dla zysku. Ten rejon rok przed namalowaniem obrazu był miejscem zamieszek i dla wielu członków społeczności obraz jest prawdziwym symbolem lokalnej dumy”. Dzieło jednak sprzedano za 750 tys. funtów, co radni uznali za triumf żądzy zysku nad wolą społeczeństwa, na co rzecznik domu aukcyjnego oświadczył, że dochód przeznaczono na cele dobroczynne. Pozostał problem własności prac umieszczonych w przestrzeni publicznej i praw autorskich do nich. Sam Banksy do tej kwestii się nie odniósł, ale dał sarkastyczny komentarz (cytat z wypowiedzi Henriego Matisse'a) na swojej stronie: „Byłem bardzo zakłopotany, kiedy moje płótna zaczęły osiągać wysokie ceny. Skazało mnie to na malowanie w przyszłości wyłącznie arcydzieł”. Zob. „Gazeta Wyborcza” z 21.08.2013 r., s. 16.

Równie ważna dla mieszkańców i twórców jest sfera bezpośredniej komunikacji, wzajemnego porozumienia, inicjująca i podtrzymująca dyskurs w lokalnych wspólnotach. „Miasto służy komunikacji” – mówi malarz murali Zbiok (GwP 228)<sup>94</sup>, który stara się swoje kompozycje umieszczać w przestrzeni miasta w zgodzie z wymogami architektury<sup>95</sup> i w miejscach mających walor komunikatywności. Zdaniem artysty, wiele murali powstaje w przypadkowych miejscach, z okazji jakichś festiwali czy zlotów, i wyłącznie w celu uzyskania walorów estetycznych, co jest marnowaniem szans, gdyż sztuka powinna stanowić „punkt wyjścia do dyskusji, dostarczać tematów, drażnić, zadawać pytania”, a nie promować kicz (GwP 233)<sup>96</sup>.

Mieszkańcem małej miejskiej ojczyzny czuje się artysta o pseudonimie (*nomen omen*) Miasto. „Moc wspólnoty pozwala mi działać lokalnie” – mówi, wskazując na źródła swoich plastycznych inspiracji – grupę kolegów i sąsiadów (PSA 152). Poczucie bycia we wspólnocie, uczestnictwo jej budowaniu konkretyzuje się w akcjach, takich jak wywieszanie portretu artysty na bilbordach i ścianach domów, umieszczanie wielkiego stylizowanego napisu *Miasto* między budynkami lub na różnych obiektach oraz tabliczek z numerem domu i nazwą ulicy *Miasto*. Wynikiem tych działań jest spersonifikowanie części przestrzeni publicznej, symboliczne połączenie ludzi i zamieszkiwanych przez nich budynków.

Komunikacja w małej ojczyźnie dotyczy zarówno zjawisk i problemów o charakterze globalnym oraz ich przełożenia na kwestie ważne dla lokalnej społeczności, wzmacniając jej tożsamość, ale także odnosi się do wartości uniwersalnych, na przykład roli wiary we współczesnym świecie. Artystom chodzi o wyłowienie z medialnego chaosu, któremu są poddawani na co dzień użytkownicy miejskiej przestrzeni, spraw naprawdę istotnych i zajęcie postawy wobec nich. Zdobywanie artystycznej dojrzałości oraz dialog z użytkownikiem ulicznej sztuki stanowi podstawę działań wielu artystów i służy budowaniu ich pozytywnego wizerunku. Dariusz Paczkowski z Trzeciej Fali/3 Fali, jednej z najważniejszych grup graficarskich w Polsce, proponuje odpowiedzialne podejście do sztuki, kierując pod adresem młodych adeptów graffiti zaproszenie na warsztaty: „Mówię im: malujmy legalnie, za zgodą właścicieli ścian, by nikomu nie szkodzić i nie niszczyć zabytków. Żeby nasze przesłanie przetrwało jak najdłużej”.

Poważni twórcy graffiti i street artu dotrzymują tych reguł, ale nie przeszkadza im to prowadzić, także w sposób nielegalny, subkulturowej walki, a może tylko

<sup>94</sup> To ogólne stwierdzenie jest zbieżne ze spostrzeżeniem Bodò Balàzsa, który precyzuje myśl: „Miasto jest idealną przestrzenią komunikacji dla jednostek i grup pozbawionych dostępu do innych symbolicznych przestrzeni” (2006, 17).

<sup>95</sup> O prawnych konsekwencjach nielegalnego umieszczania malowideł street artu na budynkach zob. Gzell, Nyka 2011, 67.

<sup>96</sup> Czajkowski przypomina: „Już w latach 20. Juan Miró powiedział, że mural jest składową architekтуры, faktury, ludzi i przestrzeni, bez połączenia tych elementów nie da się tego zrobić” (GwP 233).

gry, z tym, co oficjalne i uporządkowane, ale często zbyt drastycznie i głęboko wnikające w tkankę miasta, jak nachalna reklama, monitoring czy urzędowe komunikaty. Uczestnicy Trzeciej Fali tłumaczą po angielsku, że nie są wandalami<sup>97</sup>: “The only difference between us and the vandals is that we are not the vandals”. Udowadniają, że, co prawda, graffiti bywa aktem wandalizmu – w rozumieniu narzuconych przez urzędników przepisów prawnych i w sensie estetycznym, ale przede wszystkim jest rodzajem komunikatu, który zwraca uwagę społeczeństwa na wiele ważnych spraw, wspiera, uczy i służy innym<sup>98</sup>. Wierzą, jak wspomniany wcześniej Zbiok, że „przez sztukę ulicy można inspirować ludzi do podejmowania pozytywnych działań”<sup>99</sup>. Tak rozumiany street art może przyczynić się do nobilitacji dzielnic miasta, szczególnie tych zaniedbanych, do podniesienia ich walorów społecznych, ekonomicznych i kulturowych.

Wandalizm nie jest odgórnie wpisany w działania osób praktykujących sztukę ulicy. Zgodzić się trzeba z Maćkiem Żakowskim, że dla większości z nich „nie oznacza niszczenia prywatnej własności, ale jest jedyną formą dostępu do szerszej komunikacji w sprywatyzowanej przestrzeni publicznej”. Stanowi także „możliwość komunikacji poza systemem”, a ponadto „indywidualna interwencja w wizualną przestrzeń publiczną wytwarza formy krytycznej tożsamości oporu” (2006, 69).

W filozofii zwolenników i praktyków graffiti mieści się jednak również pojęcie *postwandalizmu*. Jego propagatorzy są wyznawcami niczym nieskrępowanej ekspresji, znajdującej ujście zarówno w graffiti niskiego lotu, na przykład różnego rodzaju bazgrołach i kibolskich rysunkach-przewach, jak i malunkach bardziej ambitnych. Wszystkie te formy mają moc wytrącania ludzi z letargu myślowego i budzenia w nich energii dającej bodźce do działania, choćby nawet motywacja ta miała charakter negatywny. Jak mówi Kwiatek, jeden z aktywistów Fundacji Vlep(v)net, „chodzi o zgrzyt w idealnym obrazku (...) który tak naprawdę nigdy nie istnieje”, o konflikt generujący aktywne zachowania, o energię budującą przestrzeń publiczną (rozumianą jako „wspólne dzieło nas wszystkich, dynamiczny proces”), a niszczoną przez społeczeństwo i jego instytucje (GwP 214). W ten sposób następuje zbliżenie do idei artystycznego anarchizmu jako jednego ze

---

<sup>97</sup> Writing łamie prawo, ale trzeba równocześnie wziąć pod uwagę fakt, że choć grafciarze działają w dostępnej wszystkim (ale jednak nie wspólnej pod względem własności) przestrzeni publicznej, to obowiązujące w niej prawo ustala władza: „Dlatego niezwykle łatwo wszelka działalność związana z modyfikacją tej przestrzeni definiowana jest przez wymiar sprawiedliwości jako wandalizm i zagrożona karą” (Wasilewski, Drogowska 2011, 110-111).

<sup>98</sup> J. Dąbrowski (2011, 35) uznaje za duże uproszczenie sprowadzanie graffiti do „czystego wandalizmu, rebelii czy młodzieńczego buntu”, uznając, że za nielegalnym pisaniem po ścianach „w rzeczywistości stoi skomplikowany zespół pobudek i racjonalizacji”, do których zalicza m.in. sam akt grupowego malowania w warunkach nielegalności, który jest zdominowany przez emocje, a zwłaszcza dynamiczne relacje, jakie zachodzą wtedy między twórcami, miejscami i innymi ludźmi.

<sup>99</sup> Zob. <http://www.3fala.art.pl/> (dostęp 6.06.2011).

sposobów działania w systemie społeczno-politycznym, który przez wielu streetartowców jest odbierany jako opresyjny. Stąd bierze się natura graffiti, które, jak twierdzą Elżbieta Dymna i Marcin Rutkiewicz, „jest sztuką i wandalizmem jednocześnie, choć sami graficy bardzo niechętnym okiem patrzą na traktowanie ich działalności w kategoriach artystycznych” i wołają być postrzegani „jako rodzaj miejskich *ninja*, agentów chaosu śmiejących się w nos drobnomieszczańskiemu społeczeństwu i grających ponad jego głowami w sobie tylko zrozumiałą grę” (PSA2 5).

Nielegalne wykonywanie graffiti, czyli writing, to istotny składnik subkultury hiphopowej, uznawany za jeden z jej *czterech elementów*, obok rapowania (*raping*), didżejki (*dj-ing, deejaying*) i wykonywanie tańca breakdance (*breakdancing/breaking/b-boying*)<sup>100</sup>. Graficy utożsamiają się z miłośnikami różnych gatunków muzyki młodzieżowej, ale w największym stopniu z hiphopowcami. Potwierdzeniem tego stanu rzeczy są deklaracje o mocy manifestu – dopisywane do malarskich kompozycji, jak na przykład taka: *Ja i moi ludzie robimy prawdziwy hip-hop!!! A co ty robisz?? Śpisz??!*



<sup>100</sup> objaśnienia określę z zakresu hip hopu patrz: Moch 2008 (*Słownik*).

### 3. Autoportret graficiarza i streetartowca w zwierciadle języka

W swoich badaniach nad stworzeniem *kulturowej teorii języka* Janusz Anusiewicz (1991, 17-30) wychodził z założenia, że język ma „związki z człowiekiem, społeczeństwem, rzeczywistością pozajęzykową i kulturą”. Zwłaszcza położenie nacisku na element „kultura” i uznanie, że język jest jej najwyższym tworem, składnikiem i przekąźnikiem, spowodowały, że w polskim językoznawstwie, wzorem amerykańskiego (teorie Edwarda Sapira i Benjamina Lee Whorfa), zaczęto odąd uważniej przyglądać się wzajemnym relacjom między językiem a kulturą, a termin *lingwistyka kulturowa* (Anusiewicz 1995) zaczął być używany na określenie nowego nurtu badań na równi z takimi pojęciami, jak *językowy obraz świata* czy *kulturowy obraz świata* (Bartmiński, Chlebda 2008). Anusiewicz wyraża myśl wielu języko- i kulturoznawców, że istotę języka stanowi zawarty w nim dorobek kulturowy różnych społeczności, będący magazynem informacji o znanej im rzeczywistości. Jest on równocześnie zbiorem doświadczeń społecznych wyrosłych z obcowania z realnym światem i praktyk społecznych, nagromadzonych przez pokolenia i utwalonych w języku. Wychodząc od faktów językowych, bada się treści, formy, sposoby istnienia kultury, czyli kultura widziana jest przez pryzmat języka. Bada się teksty kultury, zawarte w nich ujęcia, modele, wzory, wartości, interpretacje i kategoryzacje rzeczywistości (1995, 17 i nast.).

Jednym z takich modeli funkcjonowania graficiarzy w kulturze ulicy jest *braga/braggadaccio* jako typ autonarracji, stanowiącej w hip hopie rodzaj rytuału i autopromocji. Szczególnie wśród raperów, gdyż streetartowcy starają się zachować umiar w wysokiej samoocenie i korzystnej dla siebie autoprezentacji. Nie uważają się za wyjątkowych, a ponad nadmierny indywidualizm przedkładają działania zespołowe. Na przykład uczestnicy Trzeciej Fali nawołują do jednoczenia się, posługując się zmienioną w żartobliwy sposób socrealistyczną formułą *Graficiarze* (zamiast: *proletariusze*) *wszystkich krajów łączcie się*. Równocześnie, przyznają się do własnych słabości i podejmują coś, co można nazwać samowychowaniem. Akty „pokutne” ujmują w formułę przypominającą hasła socjalistyczne w stylu *Niech żyje przyjaźń polsko-radziecka: NIECH ŻYJE WOLNOŚĆ OD BAŁWOCHWALSTWA WE MNIE, NIECH ŻYJE ZWYCIĘSTWO NAD GŁUPOTĄ WE MNIE, NIECH ŻYJE TOLERANCJA NA POCHYBEL NIENAWIŚCI WE MNIE*<sup>101</sup>. W większości sprzeciwiają się graficiarskiemu *bombingowi*, czyli bezładnym *atakami kolorem* na mury, tam, gdzie popadnie. Hasło *ZAMIAST BOMBIĆ ZACZNIJ*

---

<sup>101</sup> W cytatach zachowano oryginalną grafie; nie normalizuje się też pisowni według obowiązujących reguł ortograficznych języka polskiego.



TRĄBIC<sup>102</sup>, nie oznacza jednak dezaprobaty dla wszelkich działań nielegalnych, które często sami podejmują.

*Braga* nie musi wyrażać się w słowach; czasami wystarczy wyrazisty autoportret pozytywnie „nawiedzonych” graficiarzy z „akcesoriami” w rękach, takimi jak marker czy symbolicznie przedstawione fragmenty kompozycji – litery trzymane w rękę przez jednego z nich. Taki obraz widnieje na wykonanym legalnie muralu w centrum Bydgoszczy (w środowisku wykonawców projektu city2city, nosi on nazwę *Samookreślenie/Selfketching*).



Takie uwznioślające postępowanie ma na celu zbudowanie pozytywnego wizerunku ulicznego twórcy w społeczeństwie, ale przede wszystkim osiąga cel autoedukacyjny. Tym niemniej, street art i graffiti nie są przeznaczone dla grzecznych artystów. Jako dziedzina sztuki alternatywnej, tworzonej przeważnie nielegalnie, przedstawia własne propozycje, często dalekie od tego, co oficjalne. Nielegalność i nieoficjalność są uważane w środowisku osób zajmujących się graffiti za esencję tego ruchu, rdzeń jego tożsamości, a zagrażająca mu, jak każdej chwytliwej artystycznie i społecznie propozycji alternatywnej, komercjalizacja jest postrzegana jako zagrożenie dla jego dalszej egzystencji.

<sup>102</sup> Wszystkie cytaty dotyczące Trzeciej Fali w tej części pracy zob. <http://www.3fala.art.pl/>, dostęp 6.06.2011.

Nurt autotematyczny, czyli autokreacja writerów i ich poszukiwanie własnego miejsca w społeczeństwie, przyjmuje wiele dróg i form przekazu. Między innymi lubią oni określać siebie autoironicznie angielskim słowem *thugs*.



Jako drobni przestępcy, ale jednak nie kryminaliści czy bandyci – jak wynikałoby ze znaczenia angielskiego słowa – są traktowani przez dużą część społeczeństwa, która nawet najciekawsze dokonania street artu uznaje za przejaw chuligaństwa, a stróże prawa ścigają ich autorów z pełną surowością. Dobrze z tym koresponduje prześmiewczy apel writera Siena *GRAB HIM!* ‘łap go!’, umieszczony na niewielkim kolejowym budynku i wygłaszany przez postać w niebieskiej czapce sokisty. Siłą przekazu wzmocnia fakt, że ta graficiarska kompozycja jest ciekawie zaplanowana i wyjątkowo starannie wykonana, stanowi wzór estetycznej rewitalizacji nieciekawego obiektu (zob. PSA2 218-219). Kpiny z funkcjonariuszy – prześladowców dość często znajdują wyraz w pracach, w których fantazyjnie wykonanym literom towarzyszą komiksowo przedstawione postacie; na przykład kompozycja szczecińskich graficiarzy z United Clan przedstawia spóźnioną interwencję stróżów prawa – z ich ust wydobywa się umieszczony w „dymkach” dialog: - *We’re late again!*; - *We always are! Shit!!!* ‘spóźniliśmy się, zawsze się spóźniamy, cholera.’

Inne autokreacyjne odniesienia dotyczą „zawodowego” statusu graficiarzy i mają za zadanie wyjaśnić osobom postronnym specyfikę ich działań. Perswazyjny charakter wykazuje napis *Bozia rączki dała*, umieszczony w bydgoskim parku im. Witosa obok wizerunku anonimowego graficiarza. „Skoro dała, to trzeba je uczciwie wykorzystać. Nie dziwcie się więc, że to robimy!” – takiego dopowiedzenia zapewne spodziewał się autor dość niskiej jakości malunku, szukając zrozumienia dla swojego talentu i sztuki w niechętnie nastawionym społeczeństwie przez wejście w dyskurs z widzami.



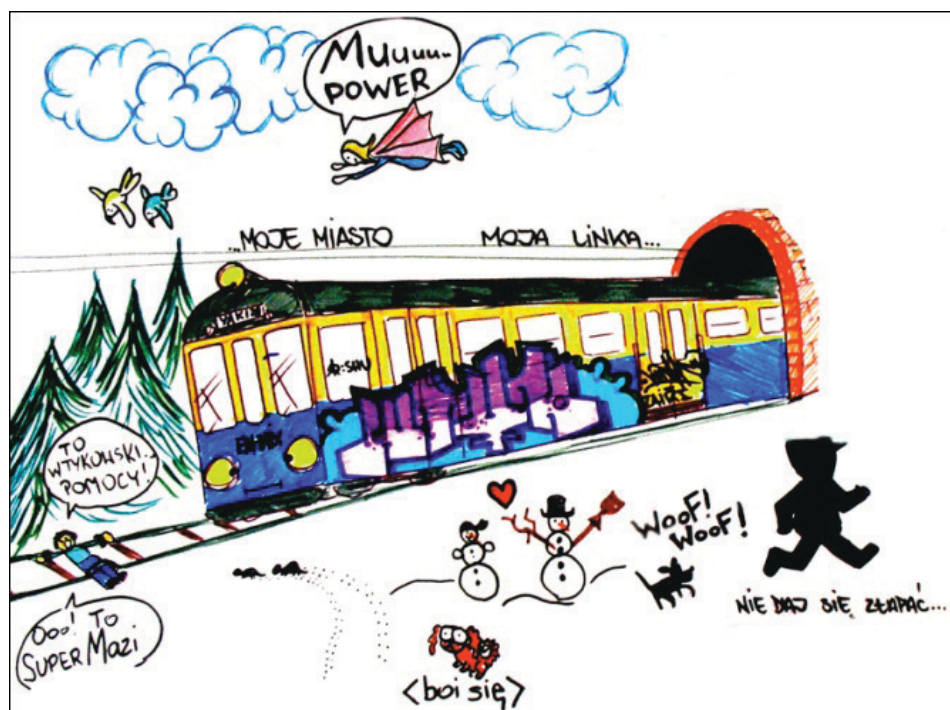
Jeszcze ciekawsze skojarzenia budzi autoportret ulicznego twórcy namalowany na jednym z przejść między blokami na gdańskim Chełmie przez dwóch malarzy o pseudonimach Jim Torturo i Bobo. Jego głowa jest okolona słońcem-aureolą (wyraz uduchowienia), a postaci towarzyszy napis – *To bogaci są ekscentryczni, ja jestem szalony, mam* (zob. SnM 40). Apologia szaleństwa artysty, przypominająca paradygmat romantyczny, jest jednym ze sposobów, aby przez uwznioślający akt autokreacji zwrócić na siebie uwagę otoczenia i podkreślić swój wyjątkowy status w społeczeństwie.

Inni wryterzy nie otaczają się nimbem wyjątkowości, lecz autoprezentacji dokonują wprost. W swych deklaracjach są całkowicie bezkrytycznie, wręcz narcystycznie zapatrzeni we własne umiejętności, choć trudno nie dopatrzeć się

w takim podejściu nuty przekory. *IM A FANATIC IN THIS IM AT THE TOP OF THE LIST* ‘jestem fanatykiem tego [graffiti], jestem na szczycie listy [najlepszych]’ – brzmi jedno z wyznań, zapisane nie najlepszą angielszczyzną na jednym z bydgoskich murów. Terapeutyczne znaczenie podobnych stwierdzeń nie powinno jednak osłabiać czujności obserwatorów co do poziomu artystycznego kojarzonych z takimi inskrypcjami kompozycji. Ewentualny negatywny osąd osłabia jednak zawarta w nich autoironia. Graficjarze nie są bezkrytyczni i potrafią odróżnić prace o niskiej jakości artystycznej od tych co najmniej poprawnych.



Ich ulubionym tematem jest status graficjarza w społeczeństwie i codzienne funkcjonowanie w osaczającej zewsząd rzeczywistości. Jako przykład niech posłuży komiksowy rysunek nieznanego autora przedstawiający graficjarzy jako ofiary systemu, zmuszone żyć i działać w opresyjnym społeczeństwie. W ironiczno-żartobliwej formie zostały w nim pokazane sceny z codziennego funkcjonowania writerów w realiach miasta, w którym można się natknąć na wrogów – policjantów i ich informatorów, takich jak niejaki *Wtykowski* (od *wtyka* ‘konfident’), a przedstawiona tu ucieczka przed stróżami porządku publicznego jest nieodłącznym elementem działań na *nielegalu*.



Napisoobrazy, czyli kompozycje, w których obraz łączy się w jednym przekazie ze słowem (zob. Moch 2011c), często mają charakter oceniający i ludyczny zarazem. Ośmieszanie przedstawicieli służb, a także ich wulgarne obrażanie (widoczne zwłaszcza w osławionym haśle (C)HWDP) staje się elementem semantycznego tła. W takiej konwencji jest utrzymany żart językowy o charakterze tylko pozornie gastronomicznym, wypisany na toruńskim murze: 997 – *hot dogzi*. Mamy tu do czynienia z kontaminacją angielskiej formy *hot dogs* ‘parówki w pieczywie, dosłownie: gorące psy’ – ze slangowym ang. *z* zamiast *s* – z częściowo spolszczoną postacią połączenia *hot dogi*. Jak wiadomo, policjanci w slangu młodzieżowym i gwarze przestępczej nazywani są *psami*, a 997 to alarmowy numer policji. Rozbawienie pomieszanego z dezaprobatą może także budzić wykonany prawdopodobnie tą samą ręką rysunek przedstawiający zwielokrotnioną sinusoidę z głową węża, podpisany: *węźzzzzz...* Jest to, z kolei, kontaminacja form *wąż* i *węsz* (tryb rozkazujący czasownika *węszyc* – komenda dawana psu, ale obraźliwa wobec osób). Oba żarty są rodzajem ortograficzno-semantycznej prowokacji. Skojarzenia, jakie w jej wyniku powstają, są często uzyskiwanym, zarówno w młodzieżowym slangu angloamerykańskim, jak i polskim, rezultatem zabiegów, których ostatecznym celem jest uzyskanie efektu komicznego.

Pomimo nieprzychylniej wobec writerów postawy społeczeństwa i stojących na straży porządku publicznego funkcjonariuszy, wyczulonych na każdy przejaw

obywatelskiego nieposłuszeństwa, twórcy uliczni mają świadomość swego talentu i powołania. Tej samowiedzy, ale równocześnie także niepewności co do społecznego wymiaru swych działań dają wyraz w pracach. Skomplikowaną sytuację młodego człowieka uprawiającego sztukę uliczną dobrze oddaje obraz graficiarza o pseudonimie Hemoroid, przedstawiający z lekka uśmiechniętego młodego człowieka w kapturze, przywiązanego do ściany za pomocą specyficznych pasów – fragmentów liter. Obok niego widnieje optymistyczny w wymowie, ale ironiczny w kontekście przedstawionej sytuacji napis w slangowej angielszczyźnie: *DREAMZ CUM TRUE* ‘marzenia się spełniają’. Możliwe, że w ten symboliczny sposób autor unaoczniał pasję bohatera – bezwarunkowe przywiązanie do sztuki. Inna praca tego artysty, bez napisu, przedstawia siedzącego młodego człowieka z opuszczoną i schowaną w kolanach głową, skulonego w sobie i obejmującego rękami nogi spętane nogawkami dresów, związanych w wielkie supły – obraz całkowitej bezradności, zagubienia i osamotnienia (PSA2 234, 239). Jeszcze bardziej przejmujące w swej ekspresji są *charaktery* graficiarza o pseudonimie ACME: twarze młodych ludzi mają obłąkane oczy i wykrzywione usta, z których padają niepokojące słowa. Jedna z prac przypomina przepowiednię: *VOODOO CHILD IS COMING* ‘dziecko voodoo nadchodzi’, drugie prowokuje wulgarnością: *I’M TELLING YOU ... DON’T FUCK WITH US* ‘mówię ci ... nie pieprz się z nami’ (PSA2 225).

Wszystkie te przykłady wyrażają frustracje młodych ludzi, niepewnych przyszłości i swego miejsca w społeczeństwie, pozbawionych podstawowych elementów stabilizacji życiowej i widoków na przyszłość, ograniczonych niejasną perspektywą realizacji swych artystycznych pasji w nieprzyjaznym, z reguły, otoczeniu społecznym.

Również niektóre prace graficiarzy litewskich mają charakter autotematyczny i zawierają refleksje obecne w napisoobrazach polskich kolegów, co stanowi element łączący. Podobnie jak ci ostatni, po angielsku wyrażają różne złote myśli, które mogą zostać odniesione do czynności malowania graffiti. Widoczna na jednym ze śródmiejskich murów Wilna fraza *THE IMPORTANT THING IS TO EXPRESS YOURSELF* ‘najważniejsze jest wyrażać siebie’ jest jednym z dowodów, że dla graficiarzy ekspresja rozumiana jako eksponowanie własnej osobowości artystycznej jest sprawą podstawową<sup>103</sup>. Bronią statusu swej sztuki i jej miejsca w ikonicznej przestrzeni miasta, wyrażają gorycz z tego powodu, że wielu dorosłych uważa ją za akt dewastacji miejskiej tkanki architektonicznej.

Szyderczy komentarz na ten temat zawiera rysunek widniejący na wileńskim centrum kultury młodzieżowej, przedstawiający niemłodego mężczyznę, który

---

<sup>103</sup> Takie podejście jest ilustracją faktu, że „współczesna postromantyczna kultura kładzie nacisk na osobowość artysty oraz niezbywalną potrzebę ekspresji jednostki” (Żakowski 2006, 72).

przestrzega młodzież uprawiającą sztukę ulicy za pomocą pełnego hipokryzji komunikatu: *REMEMBER KIDS – „ART IS A CRIME”* ‘pamiętajcie dzieciaki, sztuka to przestępstwo’.



Ironia tego rodzaju przedstawień przekonuje o nietolerancji dla sztuki ulicznej, która dla wielu pozostaje intruzem w przestrzeni miasta niezależnie od tego, czy to jest Bydgoszcz, Gdańsk czy Wilno. Sarkastyczny humor jest skuteczną strategią, z premedytacją używaną przez nich w celu uzyskania przestrzeni wolności dla swej twórczości.

Językowo-kulturowa analiza komunikatów werbalnych umieszczanych przez graficjarzy i streetartowców w przestrzeni miasta pozwala wyprofilować autowizerunek artysty ulicy z uwzględnieniem takich głównych cech, jak:

1. Odwaga,
2. Szaleństwo (kreatywność zwrócona przeciwko normatywizmowi i oficjalności),
3. Romantyzm (poszukiwanie indywidualizmu, niezbywalna potrzeba jednostki do ekspresji, wyrażania uczuć i przeżyć, zwłaszcza ekstremalnych),
4. Wyjątkowość (poczucie misji),
5. Narcyzm (skupienie się na problematyce autotematycznej, urzeczenie samym przekazem),
6. Autoironia i poczucie humoru,
7. Poszukiwanie wolności i tolerancji dla swojej sztuki.

#### 4. Językowo-kulturowy wizerunek graficiarza w tekstach raperów i rockmanów

W przypadku tak ważnej i heterogenicznej części kultury młodzieżowej, jak hip hop, postrzeganej jako swoisty fenomen kultury przełomu XX i XXI w., interesujące jest ustalenie, w jaki sposób raperzy, z którymi głównie jest kojarzona subkultura hiphopowa, postrzegają graficiarzy. Jednych i drugich łączy wspólna historia i poczucie przynależności do wspólnoty, czego nie przekreśla fakt, że część writerów przyznaje się do innych wpływów i zainteresowań niż rap i hip hop, takich jak muzyka punk czy heavy metal. Ważne pozostają relacje interpersonalne, język i artystyczne powinowactwa, które łączą uczestników subkultury, co zostało odzwierciedlone w tekstach – analizie językowej i tekstologicznej poddano trzy dłuższe komunikaty w formie rapowanych wierszy: *Graffiti* zespołu Pięć Dwa/Pięć Dwa Dębiec/52 Dębiec, utwór także nazwany *Graffiti* – formacji Waco feat. Deluks & Kosi oraz tekst *Prawda o graffiti* grupy AcR. Dla porównania, przytoczono wiersz wykonawców rockowych Big Cyc *Buntownik z aerozolem*<sup>104</sup>.

1.

*Kto gra w bity 'tworzy muzykę rapową', a kto graffiti,  
Kto obala mity i kto je tworzy?  
W domu po kryjomu lub na dworze.  
W srebrze i kolorze.  
(...)*

*Chcesz to sprawdzić? Zapytam cię jeszcze raz.  
Chcesz się zbłaźnić?  
Nie podchodź, bo po co?  
Ma to, co tak mocno przewyższa cię. Okazać potem się.  
Przy tobie jeszcze większe, jeszcze potężniejsze.  
Jeszcze silniejsze, jeszcze piękniejsze, sztuka!  
Której nikt nie oszuka. Ty i ty, i ty.  
Nie dla ciebie mity, odejdź z tej gry.  
Bo pies jest zły, już szczerzy kły.  
(...)*

*Z pogardą warczy, kiedy patrzy na partaczy,  
Którym nigdy nie wybaczy.  
Wiesz, co to znaczy?  
Wiesz, wiesz, co to znaczy.*

---

<sup>104</sup> Wszystkie teksty pochodzą ze strony [www.tekstowo.pl](http://www.tekstowo.pl) (dostęp 12. 11.2012).



Ref.  
Kto się tym bawi, a kto tym żyje.  
Kto za dużo pali, a kto za dużo pije.  
Kto hardcore'owo, z zacięciem ponad skalę.  
A kto chujowo, z przegięciem odpierdala chałę.  
Kto to zaczyna, kto w tym od lat.  
Kto brat dla brata, kto szmata wśród szmat.  
Chłopaki z farbami do ścian przyssani.  
Obstawka i bombing, wszystko między nami.  
Między Poznania ścianami wypad na yard 'wykonywanie graffiti w zajezdni pociągów'.  
Zastłuchani w swe oddechy.  
Aby tylko zdążyć szybkich trampków użyć.  
Ej chłopaki, zaczynam się nudzić.  
W nocnym chodzie słyhać tylko ulicy tętno.  
Teraz gdzie indziej. Szybciej, szybciej biegną.  
Tu taki tam outline a tu jakieś srebro.  
To w centrum jest hardcore, kurwa, istne piekło.  
Teraz Solna, leje święty Marcin i punkt zero.  
Z chłopakami z RW 'nazwa grupy graficiarzy' pod jedną banderą.  
Od bramy do bramy, tak to się zaczyna.  
Łącząca nas więź jak stalowa lina  
wszystkich razem nas trzyma.  
Bo to wszystko, bo to wszystko  
kat do kata, palę bata 'papieros-skręt z marihuany' i wymiatam.  
Pięć Dwa, Graffiti

2.

[Kear]  
Dobrze ujęte  
Gdańska szkoła, typy zawzięte,  
Graffiti szeroko pojęte  
To jest jak spacer ze skrętem  
Nieraz przekłete kontrowersyjne dziecko sztuki  
Wyczuleni na niebieskie suki, SOK  
Poprzeczka wysoka jakości kurw zwróci  
Opinie postronnych, że to tylko brudzi  
Kear dla swoich ludzi i siebie, przede wszystkim,  
Pokój dla bliskich, co burzą spokój yardom  
Oddani twardo kontra buff na SKM  
Dzień za dniem na razie czyszczą pajace  
Chuj im w dupę za zamalowane prace  
Te, Men in Black, bez cenzury wers,  
Kozacka dywersja, czekaj część druga.  
Istotna zasługa, miejsc takich jak Pleciuga 'teatr lalek w Szczecinie; mury

jego pierwszej siedziby stanowiły hall/wall of fame dla graficiarzy'  
długa lista wspomnień i nadal się udzielam,  
Stój, bo strzelam! Łapaj, gnojek! Słyszę cięcie  
na orientacje 'podczas czuwania, z napiętą uwagą', chuj, bo mogą, dają takie  
hasła

Dobra passa. Stracone farby to jedyne straty  
Zaplecze młodej daty dopilnuje, by nie zgasła  
Ta kultura miasta, a wokół awantura,  
Buduje artykułów góra, buduje się koniunktura  
nienawiści do grafitti, bzdura  
Powodów góra, a prawda wypisana na pociągach i na murach

O literach myślę już...  
Popieram zawsze...  
Sięgam po markera...  
Więcej ruchów, mniej pierdolenia...  
Warszawski styl

[Kosi]

Nie jeden z tych, co nie zna nas,  
Nie lubi nas, bo robimy grafitti  
Pierwsze, nie po to, by czerpać z tego profity  
To dla całej ekipy  
Wutka klich 'kolega graficiarz', choć z prawem w konflikt wszedł  
nie jeden z nich skutecznie bombing  
Tak jak kiedyś Dondi 'kolega graficiarz'  
Tępić tych, którzy przeciw grafitti uprawiają lobby  
Wielu to robi, choć żaden nie jarzy  
- Na chuj se namaluj, słyszałem wiele razy  
Dobre style, żadne bohomyzy,  
szybkie prace, tagi, legale, oglądaj je w zwolnionym tempie  
Im je pisząc, wciąż myślę o postępie  
Chcąc nie chcąc, mówię o tym, to jest we mnie  
To grafitti – najprawdziwsza akcja  
Systemu dewastacja, toyów kasacja, dobrych ekip dominacja  
Na ulicach miasta i na stacjach  
Jesteśmy wszędzie  
JWP wutka

To czysty hardcore... 'niebezpieczna sytuacja'  
W tym jestem mistrzem, to chyba oczywiste...  
Razem w złym stosunku  
Więc psss... będąc szepczę ukradkiem...

[Rybson]

Co trzeba mam, tę miejscówkę znam  
Halo, elo, siema, cześć, Ty! O której to tam  
SKM zrobię, to linia miasto, zrobię to  
I zrobię to dobrze, tak jak to robię z kobietą  
Lepię to bletą 'papieros skręt z marihuaną, bibułka', patrzę po betonie  
Burner 'praca o żywych kolorach' tu płonie, gdzie dwa krzyże w koronie  
Tagi wszędzie, o tym pisać się będzie  
I jak kiedyś na skałach, tylko to inne narzędzie  
Na oriencie trzeba nieraz, wtedy i teraz  
Od ciebie zależy, czy do domu docierasz  
Wybierasz sam, tak znam tą formę ekspresji  
Nie brak presji  
Czasem się używa dywersji  
Złapań, pobić było wiele – niebieskie cwele  
Jakby nie było, niech żyją wholecary i panele!  
Na sygnale leszczę, a ty nie skończyłeś jeszcze,  
To te dreszcze, to w nas, to robimy cały czas  
Graff head incognito, jak wywiadu as  
Co tam SPECIAL czy COLT 45  
Dajesz sturlamy coś, dziś BITCH, akcji pięć  
Bez cięć nie ma gwiazd to bomberzy miast  
Tu SEXI, BAHOR, LAST z tobą i oklaski  
Melanż, babeczki, domy, chromy  
Graffiti w mieście bądź świadomy,  
Chromy, graffiti w mieście bądź świadomy  
Waco feat. Deluks & Kosi, Graffiti<sup>105</sup>

3.

Siema! Jak tylko włączyłeś tą piosenkę,  
Weź od razu Montanę Hardcore w rękę,  
Poczuj tą wolność, poczuj ten klimat,  
poczuj to, co od lat podziemiem sprzyja.  
To graffiti, to jego historia.  
U mnie zaczęło się od FarCrout Memorial 'nazwa obiektu – ściany pamięci'  
Wszyscy dobrze wiemy, że to sztuka, nie wandalizm.  
Kto sądzi odwrotnie, niech lepiej się tu nie chwali...

Jak można gadać, że graffiti jest chore,  
jeśli przed murem jest się tylko z rozporem...

Każdy graficjarz wie, że trzeba się odważyć  
i nie zwracać, nie zwracać uwagi na nic (na nic, na nic)...

---

<sup>105</sup> Waco to raper, producent muzyczny i wydawca z Warszawy, Deluks – raperzy z Gdańska (Rybson, Kear), którzy równocześnie praktykują graffiti, Kosi – raper z warszawskiej grupy JWP.

*Ironlak, Kobra, Montana Collection, Black, Gold czy Molotow Action...  
'fabryczne nazwy farb w spreju i ich serii'  
Weż którąś z nich, a nie będziesz w noc żałował,  
gdybym teraz umarł, tobym z Kobrą się pochował.  
Razem z całym undergroundem w każdy dzień tworzymy,  
Miejmy nadzieję, że SOK-ów upokorzymy,  
Bo to oni, kurwa, strzelają do naszych gości,  
Bez żadnych upomnień – z lezką radości...  
No, niestety – tak już zawsze będzie,  
Złapany artysta wyląduje na komendzie,  
Trzeba myśleć, jak tam nigdy już nie trafić,  
Trzeba policji jakąś pułapkę podstawić...  
No, ale cóż, oni to zaczęli!  
Chcieli, kurwa, wojny? To będą ją mieli!  
Pokażmy, że graficjarze to Pany,  
Pomalujmy jeszcze dziś – wszystkie ściany...  
AcR, Prawda o graffiti*

4.

*Gdy naciskam ręką spray  
Pryskam prosto w białą ścianę  
Z szarych murów robię raj  
Wszystkie tynki mocno plamię*

*Spray to jest mój cały świat  
Nośnik sztuki i pomysłów  
Szybka broń przeciw wam  
Niezależnych broń artystów*

*ref. O oooo, ja sprayem maluję  
O oooo, mam spray w kieszeni  
O oooo, idę i smaruję  
Może, może się coś zmieni*

*Dzielnicy już wie o mnie  
Czuwa dzielnie i poluje  
W bramie złapał mnie za spodnie  
Krąży, gdy coś namaluję*

*Grzeczni ludzie mówią  
Skandal, dać mu pałą prosto w beret!  
Ten ze sprayem to jest wandal  
Ręce spuchną mu za karę*

*Ma galeria to ulica  
Sklep spożywczy, ściana domu*

*Ja rysuję tak jak Tischard  
Tylko nieco po kryjomu*

*Maluj mury  
Maluj mury  
Świat ponury  
Świat ponury!*

Big Cyc, Buntownik z aerozolem

Raperzy dobrze znają realia świata graficiarzy, dlatego swobodnie używają profesjonalnego słownictwa z kręgu graffiti, w większości zapożyczonego ze slangu angloamerykańskiego, zwłaszcza gdy sami równolegle je uprawiają tak jak Deluks: *obstawka, bombing, yard, outline, srebro, farby, buff, dobre style, szybkie prace, tagi, legale, wholecary, panele, litery, bomberzy miast, toye*. Oprócz tej specjalistycznej leksyki w tekstach rapów występuje wiele określeń zaczerpniętych z polszczyzny potocznej i młodzieżowego slangu. Wykorzystywane są tu rozpowszechnione w potocznym uzusie inwektywy i przekleństwa, a także formy powitalno-pożegnalne typu *halo, no siema, cześć*, wreszcie nazewnictwo o dużej frekwencji w wypowiedziach młodzieży: *miejscówka, hardcore, melanż, babeczki, gnojek*<sup>106</sup>.

Lektura tekstów<sup>107</sup> daje przynajmniej częściowe odpowiedzi na pytania: czy i w jakim stopniu graficiarze i raperzy (także rockmani) identyfikują się ze sobą, jaki obraz graficiarza rysuje się w wypowiedziach muzyków, jakie wspólnie wyznawane wartości są uważane za najważniejsze? Jeśli zacząć od ostatniej kwestii, to nasuwa się uwaga, że we wszystkich przytoczonych utworach podkreśla się wprost lub intencjonalnie siłę hiphopowej wspólnoty, która jednoczy twórców różnych dziedzin – muzyki, sztuki i tańca (Pięć Dwa: *kto gra w bity, a kto graffiti*), oraz panujące w niej poczucie braterstwa. To utożsamienie powoduje, że osoby i instytucje przeciwne subkulturze hiphopowej lub wręcz jej wrogie kategoryzowane są jako *obcy*.

Ten podział nie oznacza jednak braku krytycyzmu wobec osób zgłaszających akces do współuczestnictwa w artystycznej wspólnotcie. Stratyfikacja wewnątrzgrupowa opiera się bowiem na innej opozycji: dobrzy i słabi artyści, prawdziwie kreatywni i nieudolni naśladowcy, w graffiti zwani *toyami*<sup>108</sup>. Aby stać się pełnoprawnym uczestnikiem grupy subkulturowej tego rodzaju, trzeba reprezentować

---

<sup>106</sup> Szerszą analizę leksyki graficiarzy i streetartowców zawiera następny podrozdział.

<sup>107</sup> Język tekstów rapowych jest mieszaniną polszczyzny ogólnej, młodzieżowego slangu i fachowych określeń związanych z uprawianiem rapu, graffiti czy breakdance'u. Jego szczegółową charakterystykę zawiera monografia W. Mocha (2008) poświęcone słownictwu hiphopowemu, także współnoodmianowemu. W niniejszej pracy autor skupia się na słownictwie profesjonalnym graffiti i street artu.

<sup>108</sup> Eldo w utworze *Styl, flow, oryginalność* rapuje: *Napis farbą „tu byłem” zrobi z ciebie toya / kręcenie się na głowie nie zrobi z ciebie biboja*.

dobry poziom artystyczny i wykazywać autentyczne oddanie wspólnej sprawie, której częścią jest walka z systemem (społeczno-politycznym), hasło znane z przekazów subkulturowych od co najmniej kilkudziesięciu lat. W tekstach rapowych ujawnia się przekonanie, że to nie sama przynależność do hipopowej subkultury daje prawo do nazywania się *artystą*, lecz talent i prawdziwe umiejętności, poświadczone dorobkiem. Najbardziej wśród graficiarzy liczą się ci *prawdziwi* w sensie autentyzmu przesłania. Raperzy z 52 Dębiec najwyższą cenią u graficiarzy *przekaz hardkorowy*, czyli oddający za pomocą silnej ekspresji, zawartej w malowanych kompozycjach i wspomnieniach, przeżycia z najtrudniejszych akcji. *Prawdziwi* są wyrazicielami niepokojów pokolenia, dla części którego uprawianie graffiti stało się sposobem na życie (*kto tym żyje*). To oni przez raperów są nazywani *braćmi*, a ponadto zasługują, aby wyróżnić ich „kibolskim” mianem *Pany* (AcR), stanowiącym wyraz najwyższego uznania. Odwaga należy do tych cech, bez których nie ma prawdziwego graficiarza: *Każdy graficiarz wie, że trzeba się odważyć* (AcR).

Autentyczni graficiarze są przeciwstawiani w tekstach Pięć Dwa osobom szukającym jedynie łatwego poklasku i zabawy, które są deprecjonowane za pomocą określeń jednoznacznie negatywnych, zarówno tych łagodniejszych, takich jak *partacze*, jak i mocnych w swym pejoratywnym natężeniu: *szmaty*, odnoszących się do nieumiejętnego uprawiania graffiti, ale nienarzucających tej ocenie sankcji moralnej. Umiejętności i wytwory nieudolnych graficiarzy zweryfikuje sama *sztuka* (*której nikt nie oszuka*), pojmowana jako samooczyszczający się organizm. W tekście pojawia się ostrzeżenie, skierowane pod adresem marnych naśladowców, którzy narażają się na poważne konsekwencje, włącznie z wykluczeniem ze wspólnoty (*toyów kasacja*). Wewnętrznych przeciwników deprecjonuje się przez przypisanie im takich wad, jak upodobanie do używek – narkotyków i alkoholu (*kto za dużo pali, a kto za dużo pije*).

Sposób, w jaki raperzy postrzegają graficiarzy, jest przeważnie pozytywnie wartościujący. W utworze *Graffiti Waco* feat. Deluks & Kosi writerzy zostali przedstawieni jako godni szacunku rycerze słusznej sprawy<sup>109</sup>. Jak uważa Kear, należy im się szacunek, wyrażony formułą pozdrowienia *pokój dla bliskich*, popularnej w subkulturach, mającej charakter rytuału, który skwapliwie jest wypełniany i służy umacnianiu wspólnoty. Są *oddani twardo* – jak można się domyślić – wartościom łączącym członków subkultury, do których zalicza się wewnątrzgrupową solidarność. Kear określa ich również za pomocą dodatnio wartościujących wyrażen, pozornie pejoratywnych, takich jak *typy zawzięte*.

Użyte przez Keara angielskie określenie *men in black* oznacza radykalnych graficiarzy, którzy przeprowadzają niebezpieczne akcje nielegalnego malowania obiektów czy też całych składów pociągów (także od środka). Porównuje się ich do ubranych w czarne garnitury i okulary bohaterów serii komedii Stevena Spielberga pod tym tytułem, członków tajnej organizacji tropiącej przybyszy z kosmosu;

<sup>109</sup> Takie nazewnictwo wpisuje się w retorykę kibicowską, o czym pisze E. Kołodziejek (2005, 125).

oczywista jest także aluzja do rapowego przeboju Willa Smitha<sup>110</sup>. To uwznioślenie służy przedstawieniu graficjarzy jako bohaterów walczących w słusznej sprawie. Utożsamienie się muzyków z nimi wynika w jakiejś mierze z faktu, że w skład Deluksa wchodził raperzy, którzy równocześnie uprawiali graffiti, wszechstronność w hip hopie nie tak rzadko spotykana.

Obraz wroga graficjarza, jaki pojawia się w tekstach rapowych, jest odzwierciedleniem przywołanej wcześniej zewnątrz kulturowej i semiotycznej zarazem opozycji *swój: obcy*. Do zewnętrznych wrogów graficjarzy, tak jak i własnych, raperzy zaliczają funkcjonariuszy stojących na straży porządku i własności, zarówno państwowej, jak i korporacyjnej – wspólny wróg *jednoczy*. Najwięcej negatywnych określeń, za pomocą których konceptualizuje się przeciwników graffiti, zawierają wypowiedzi raperów Deluksa. Policjantów i strażników kolejowych nazywa się *kurwami*, a także *niebieskimi sukami* (Kear) – postacią mianownika lp. jest w slangu hip-hopowym *suk*), a nawet *niebieskimi cwelami* (wyrażenie Rybsona zaczerpnięte z żargonu więziennego). Policjanci i sokiści są znienawidzeni z dwóch powodów; po pierwsze, niszczą owoce pracy graficjarzy, ścigają ich i karzą dotkliwie, a w szerszej perspektywie – są strażnikami systemu społeczno-politycznego, z którym walczą grupy subkulturowe, symbolizującymi władzę i przemoc państwa.

Do łagodniejszych określeń zewnętrznych wrogów należą: neutralna emocjonalnie forma *postronni* ‘tu: osoby uznające obrazy graffiti za obce ciało w przestrzeni miasta’ oraz ironiczna – *pajace* ‘tu lekceważąco: ci, którzy czyszczą mury z graffiti’, czyli *de facto* niszczą je (obie użyte przez Keara) oraz pogardliwa nazwa *leszcze* ‘osoby nie liczące się w danym środowisku’ (Rybson), popularna w slangu młodzieżowym i potocznej polszczyźnie. Niszczenie graffiti spotyka się z wulgarnym przekleństwem, wszechobecnym w polszczyźnie potocznej: *Chuj im w dupę za zamalowane prace!* (Kear)<sup>111</sup>. Do wrogów graficjarzy zaliczają także dziennikarzy, którzy bezkrytycznie zaliczają wszelkie prace graffiti do aktów chuligaństwa. Media są oskarżane przez Keara, bezkompromisowego obrońcę graficjarzy, o budowanie *koniunktury nienawiści* wokół ich działań. To wyrażenie, łączące na zasadzie oksymoronu słowa o odmiennym ładunku aksjologicznym, ma jednoznacznie negatywną wymowę.

Raperzy widzą przyczynę powstawania krzywdzących graficjarzy stereotypów i nerwowej reakcji otoczenia na ich działania w *negatywnych uprzedzeniach*<sup>112</sup>,

<sup>110</sup> Grał w filmach z tej serii.

<sup>111</sup> Posługiwanie się tego typu słownictwem potwierdza wniosek P. Nowaka: „Użyte do charakterystyki OBCEGO środki i mechanizmy językowe z wyraźnie zaznaczonym negatywnym wartościowaniem oraz brakiem akceptacji dla jego zachowań i poglądów prowadzą do emocjonalizacji komunikatu i wydobywania na pierwszy plan ekspresywno-impresywną, a nie poznawczą funkcję wypowiedzi” (2007, 100).

<sup>112</sup> Jak pisze J. Bartmiński: „Negatywne uprzedzenia są poznawczo fałszywe i społecznie krzywdzące, spychają rozmówców na pozycje obronne, uniemożliwiają dialog (...) są zwykle efektem ignorancji, narzędziem kompensowania własnych kompleksów, manipulacji” (2007, 107-108).

wynikających z nieznamościami sztuki graffiti i celów, jakie sobie stawiają. Kosi wyraża to następująco: *Niejedyn z tych, co nie zna nas nie lubi nas, bo robimy graffiti*. Następnie apeluje o właściwą reakcję wobec walczących ze sztuką ulicy: *Tępić tych, którzy przeciw graffiti uprawiają lobby*.

Wartościowanie graffiti w tekstach rapowych łączy się z wyraźnie zaznaczającą się perswazyjnością tych przekazów. Raperzy i sami graficy uznają sztukę ulicy zarówno za produkt artystyczny wysokiej jakości (Kear: *gdańska szkoła, warszawski styl, kultura miasta* – określenia stanowiące rodzaj uwznioślenia), choć zdają sobie sprawę z potocznych opinii, nieprzychylnych ich wytworom. Kwintesencją tych niekorzystnych ocen graffiti jest użyte przez Keara ironicznie określenie *kontrowersyjne dziecko sztuki*, którego wymowę Kosi wzmacnia stwierdzeniem wartościującym pozytywnie: *dobry styl, żadne bohomyzy*. Także raperzy z AcR utwierdzają słuchaczy w przekonaniu o artystycznej wartości graffiti powołaniem się na opinię publiczną: *Wszyscy dobrze wiemy, że [graffiti] to sztuka nie wandalizm*. Wszystkie podobne chwytły retoryczne pomija raper Vienio z grupy Molesta Ewenement we wspólnym z innym zespołem, Wzgórze Ya-Pa 3, tekście *Co ważne, a co ważne nie jest*, stwierdzając wprost: *Nieważne, co się mówi w jakimś wielkim biurze/Ważniejsze rzeczy przeczytasz na służewieckim murze/Dla zgrędów wandalizm, a dla nas ma znaczenie duże*. „Czytanie” służewieckich murów nie polega, jego zdaniem, na rozpoznawaniu w graffiti znamion sztuki, ale ma sprzyjać poznawaniu prawdy o świecie.

To ostatnie podejście jest zbliżone do stanowiska raperów z AcR, którzy za najważniejszą wartość sztuki ulicy uznają jej alternatywność i niezależność od głównego nurtu kultury. Dlatego w ich tekście powtarza się słowo *podziemie* na przemian z jego angielskim odpowiednikiem *underground*. Jednym z przejawów owej podziemnej alternatywności ma być autentyczność graficyarskich przekazów o świecie i samych twórcach. Autorzy tekstów każą wierzyć, że są one świadectwem wewnętrznej, osobistej prawdy jednostki, ale równocześnie podkreślają poznawczą i perswazyjną moc sztuki. Na przykład Kosi wyznaje i przekonuje: *Chcąc nie chcąc, mówię o tym, to jest we mnie; To graffiti – najprawdziwsza akcja*.

Graficy marzą o tym, aby malunki i symbole, jakie umieszczają na murach, osiągnęły rangę starożytnych rytów, co jest mało prawdopodobne, biorąc pod uwagę ulotność i efemeryczność sztuki ulicy: *Tagi wszędzie, o tym pisać się będzie, Tak jak kiedyś na skałach, tylko to inne narzędzie* (Rybson). Tej megalomani towarzyszy przekonanie o ideowych zadaniach graffiti: nielegalne malowanie w przestrzeni publicznej jest traktowane w jednym z badanych tekstów jako *systemu dewastacja* (Kosi), czyli w pełni świadomy akt działania o charakterze czysto politycznym, skierowany przeciw zastanym układom w hierarchii władzy i porządku społecznym, dokonywany w celu ich zniszczenia.

Uznanie obrazów graffiti i działań writerów za ważny akt kulturowy dokonujący się w przestrzeni miasta służy dowartościowaniu tej subkultury. Przybiera ono



postać prawdziwego hołdu składanego graficiarzom przez raperów: tekst utworu grupy 52 Dębiec zawiera stosunkowo obszerny opis nielegalnej akcji, określanej za pomocą takich określeń, jak *obstawka* i *bombing*. Przestrzeń działań wyznaczają sąsiadujące ze sobą ściany budynków w Poznaniu, ale równocześnie także bocznicą kolejową, miejsce *wypadu na yard*, czyli akcji malowania stojących na niej wagonów. Dramaturgia przedstawionej akcji jest budowana przez równoczesny opis i zderzenie przeciwstawnych sytuacji: *na yardzie* jest spokojnie i nudno (*słychać tylko ulicy tętno*), natomiast *w centrum jest hardcore, kurwa, istne piekło*. Użycie wulgaryzmów i wyrazów przywołujących bardzo silne emocje, wyobrażających ekstremalne przeżycia uczestników akcji, służy spotęgowaniu odczucia nadciągającej katastrofy. Jednak realne zagrożenie związane z ewentualnym zatrzymaniem za udział w akcji pobudza do działania i wzmacnia poczucie wspólnoty postrzeganej jako istotna wartość, co zostało wyrażone w porównaniu: *łączy nas więź, jak stalowa lina, wszystkich razem nas trzyma*.

Przywołane teksty niosą przesłanie, które można uznać za rodzaj kodeksu wartości i norm zachowań obowiązujących w środowisku writerów. Do najważniejszych jego elementów, oprócz opisanych wyżej, należy przekonanie, że nielegalne działania writerów są esencją graffiti, źródłem najwyższego uznania, jakie mogą zdobyć w swym środowisku. Ekstremalne przeżycia, jakich wtedy doznają, powodują nagły przyływ adrenaliny, źródło dodatkowej przyjemności płynącej z uprawiania sztuki miasta: *To czysty hardcore, w tym jestem mistrzem* (Kosi). Uprawianie graffiti stanowi akt wolności: *Poczuj tą wolność, poczuj ten klimat* (AcR). Kear nazywa działania writerów w przestrzeni miasta *kozacką dywersją*, czyli uznaje je za akt niezwyklej odwagi, ale samo określenie *dywersja* podkreśla zarówno konspiracyjny i nielegalny charakter ich akcji, jak i żartobliwie potwierdza fakt ingerencji w zastany porządek estetyczny miasta. Z jego wypowiedzi przebija przekonanie, że malowanie wagonów na bocznicach kolejowych, które nazywa metaforycznie *burzeniem spokoju yardom*, nie jest powodem, aby stawiać zarzuty graficiarzom o wandalizm, gdyż takie akcje stanowią część ich misji.

Wizerunek graficiarza i graffiti, stworzony przez raperów w poczuciu przynależności do tej samej dużej subkultury (hiphopowej), warto skonfrontować ze sposobem widzenia twórców ulicznych przez rockmanów z grupy Big Cyc, a więc przedstawicieli innego niż hip hop gatunku muzyki młodzieżowej<sup>113</sup>. Analiza tekstu *Buntownik z aerozolem* przekonuje, że obraz graficiarza nie odbiega tu od pozytywnego wizerunku wykreowanego przez hiphopowców i jest dość stereotypowy: tytułowy *buntownik z aerozolem* to twórca całkowicie identyfikujący się ze swoją sztuką, którego działania rockmani przyjmują z pełną aprobatą. Dzięki niej zmienia świat z ponurego na kolorowy: *z szarych murów robię raj*. Puszka z farbą w rękę graficiarza spełnia wiele funkcji: jest narzędziem i źródłem kreatywności,

<sup>113</sup> Rockowi publicyści-kabareciarze z Big Cyca nie roszczą sobie pretensji do alternatywności, ale często zajmują jednoznaczne stanowisko wobec ważnych spraw społecznych.

a zarazem katalizatorem zmian, staje się bronią w ręku niezależnego artysty, wymierzona przeciwko nieprzyjaznemu światu.

Czy zatem można graficiarza uznać za „dzikiego” współczesnego świata, jak o młodzieży mówi metaforycznie Barbara Fatyga (2005), lub członkiem „szybkiego plemienia”, jak chciał Benjamin R. Barber (1997)? Spełnia on szereg kryteriów, które predestynują go do uznania za reprezentanta tej kategorii osób, przypomina polityków dzielących obywateli na bliskich sobie i wrogów, tworzy z innymi grupy interesu. Trzeba jednak pamiętać o tym, że wspomniana „dzikość” jest kategorią z wyboru, a nie z natury i stanowi cechę aktywistów, którzy kreowanie alternatywnej drogi rozwoju kultury względem dominującego mainstreamu uważają za swoją powinność. A ponadto, jak pisze Barber, jako uczestnicy McŚwiata, czyli obszaru motywowanej zyskiem nieograniczonej konsumpcji, i poszukując w nim własnej tożsamości, sami stajemy się członkami wybranych plemion (1997, 11).

Spostrzeżenia badaczy znajdują egzemplifikację w omawianym tekście utworu Big Cyca. Obecność wroga zostaje wyraziście zaznaczona; jest nim nie tylko źle nastawione do graficiarzy społeczeństwo, ale głównie osoby stojące na straży porządku publicznego. Ujęty ironicznie w swoistym miniportrecie dzielnicowy przypomina myśliwego lub sępa czającego się na zwierzynę (*czuwa dzielnie i poluje... krąży, gdy coś namaluje*). Obecna także w obrazie otoczenia społecznego ironia jest zbudowana na wewnętrznej opozycji: spokojni obywatele nazywają graficiarza *wandalem* i nawołują do przemocy względem niego: *Grzeczni ludzie mówią: skandal! Dać mu pałą prosto w beret!* Rockmani z Big Cyca całkowicie solidaryzują się z graficiarzami, wykazując więź w ramach kultury młodzieżowej, a zwłaszcza – zbliżonej orientacji kulturowej i artystycznej. Traktują ich jako *swoich*, gdyż obu środowiskom bliska jest idea wolnej twórczości, a zarazem wiara w to, że ich wspólna aktywność jest w stanie zmienić na lepsze nasze życie. Apel *Maluj mury, świat ponury!* ma moc perswazyjną – przekonuje, że sami możemy zwalczyć szarzyznę otoczenia i poczucie autyzmu obecne na co dzień w życiu mieszkańców miasta.

Ulica, najbliższe otoczenie graficiarzy, staje się głównym reprezentantem i symbolem miasta już w XIX w., spychając na dalszy plan rynek, agorę – jest to ważna zmiana o charakterze kulturowym, przeobrażająca krajobraz wielkomiejski i czyniąca z niego przestrzeń estetyczną, potęgującą intensywność i sensualne bogactwo przeżyć; odtąd „ulica urzeka spacerowicza swą rozbuchaną ikonosferą” (Dzionek 2005, 101-102). Jej istotnym składnikiem, obok reklamy, staje się graffiti i street art. Dzięki writerom ulica stała się galerią (*ma galeria to ulica*), dającą ludziom bezpośredni dostęp do sztuki, co stanowi zasługę i udział ulicznych artystów w powszechnej artystycznej edukacji narodu. Jednak sąsiedztwo sztuki ulicy w obszarze zagospodarowanych przez nich ulic nie przez wszystkich jest postrzegane jako przyjazne, stąd obecność ironii i szyderstwa w rysowaniu postaw

pełnych obcości i nienawiści, przejawianych przez wrogie graficiarzom jednostki i grupy społeczne (oprócz dzielnicowego są nimi *grzeczni ludzie*).

We wszystkich analizowanych tekstach mamy do czynienia z pełnym utożsamieniem się raperów z graficiarzami, z którymi przyjaźnią się i idą razem tą samą drogą twórczą. W zasadzie stanowią one pochwałę poczynań graficiarzy, ale nie jest ona bezwarunkowa, bo rozróżnia artystyczną wartość różnych wytworów graffiti, a adeptów tego artystycznego fachu dzieli na dobrych i złych. Graffiti w tekstach raperów jest pokazane jako sztuka w działaniu – szereg dynamicznych aktów artystycznych i kreatywnych sposobów na ciekawe, pełne ekstremalnych przeżyć życie. Hasło *Więcej ruchu, a mniej pierdolenia* (Waco, Deluks) uświadamia, że dla młodego pokolenia ulicznych artystów liczy się działanie, aktywność o charakterze twórczym, a w znacznie mniejszym stopniu słowo, które w naszych czasach wyraźnie przegrywa z obrazem. Ich *modus vivendi* jest wyrazem przekonania, że graffiti to prawdziwa sztuka, a ta powstaje w akcie twórczym jako najwyższym przejawie ludzkiego sprawstwa<sup>114</sup>.

Używanie młodzieżowego slangu w połączeniu ze słownictwem specjalistycznym jest znakiem rozpoznawczym subkultur artystycznych, które poczuwają się do uczestnictwa we wspólnocie pokoleniowej, mimo że – ze względu na odmienność dziedzin uprawianych przez poszczególne grupy – nie tworzą środowiska całkowicie jednorodnego, ale za to ogarniętego tą samą pasją. Jak mówi raper Eldo w utworze *Styl, flow, oryginalność: chodzi o taniec, farbę, zwrotki i decki* (są to hasła wywoławcze poszczególnych dziedzin hip hopu, którymi są: uprawianie breakdance’u, malowanie graffiti, rapowanie i produkcja muzycznych bitów z użyciem gramofonów). Różnorodność kreacji nie przeszkadza jednak różnym twórcom identyfikować się na płaszczyźnie wspólnych lub pokrewnych zainteresowań artystycznych i doraźnych interesów oraz wzajemnie się wspierać w walce z *obcym* (czasami znajdują go we własnym środowisku). W przypadku raperów i graficiarzy mamy do czynienia, pomimo istnienia zjawiska *disu*, czyli znieważania rywala, z utożsamieniem w zakresie postaw, zadań i celów, a odwołanie się do wspólnoty doświadczeń znajduje odzwierciedlenie w posługiwaniu się tym samym językiem jako kodem kulturowego porozumienia i sposobem budowania wspólnoty<sup>115</sup>.

To silne poczucie tożsamości grupowej wynika w jakiejś mierze także z niechętnego lub wrogiego stosunku najbliższego otoczenia – mieszkańców miasta do ulicznych artystów, dla których jest ono naturalnym obszarem działania oraz z reakcji na działania nadgorliwych urzędników i stróżów prawa. Sprawowany przez

<sup>114</sup> Ruch hipisowski oraz inne ruchy subkulturowe zrodziły się z przekonania, że „głównym sposobem przezwyciężenia alienacji jest działanie – aktywizm” (Burszta 2011, 99).

<sup>115</sup> P. Nowak twierdzi, że „poczucie wspólnoty, znaki przynależności do grupy SWOICH wyrażone przez identyczność języka używanego przez wszystkich uczestników aktu komunikacji są podstawowymi sposobami wywierania wpływu na odbiorców” (2007, 102).

nich natrętny nadzór powoduje, że są przez muzyków postrzegani jako wrogowie sztuki ulicy, przedstawiani z gniewem i szyderstwem, co jest dla wspieranych w ten sposób graficyarzy elementem dodatkowej konsolidacji.

## 5. Charakterystyka słownictwa graficyarzy i streetartowców<sup>116</sup>

Komunikaty językowe wczesnego graffiti w Polsce zawierały, jeśli chodzi o ich emocjonalny wydźwięk, szereg wyrazów obscenicznych i pejoratywów. Zwłaszcza wypowiedzi utrzymane w tonie skrajnego nacjonalizmu i szowinizmu epatowały ksenofobiczną mową nienawiści, służąc wyrażaniu agresji wobec „obcych” (Sawicka 1998, 200–201)<sup>117</sup>. Jednak nawet wygłaszając otwarcie hasła nacjonalistyczne, nie traktowali swych zachowań jako przekazu wartości, lecz jedynie dawali upust przepełniającej ich frustracji (Sawicka 1994, 171). Wraz ze zmianą funkcji społeczno-politycznych, jakie przyjęło nowe graffiti po 1989 r., z nadejściem street artu, brutalne obelgi i lżenie kogo popadło ustąpiły miejsca znacznie inteligentniejszym sposobom wartościowania rzeczywistości oraz funkcjonujących w różnych jej obszarach podmiotów. Ważniejszy od komentowania coraz bardziej amorficznego aksjologicznie, nieobliczalnego i niedającego się zmienić na lepsze świata stał się sam akt artystyczny i proces twórczy.

Napisy zostały zastąpione przez obrazy, a litery przestały się układać w słowa, stając się wyrazem czystej formy plastycznej. Graffiti w postaci przejściowej, na przykład w twórczości Trzeciej Fali, łączy te dwa elementy – słowny i wizualny, zastępując wulgarne napisy krótkimi komunikatami o charakterze podpisu lub minikomentarza. Zmienił się język graficyarzy, dlatego słownik zamieszczony na końcu pracy w minimalnym stopniu sięga po leksykę potoczną i slangową, a w centrum uwagi stawia tę warstwę leksykalną, która stanowi o specyfice i niepowtarzalności fenomenu kulturowego, jakim w ostatnich kilkudziesięciu latach stała się sztuka ulicy i związane z nią działania subkulturowego środowiska. To jest jej język profesjonalny, a zarazem codzienny, język osób uwikłanych w działania artystyczne w przestrzeni miasta, a przez nasycenie internacjonalizmami

---

<sup>116</sup> Podrozdział został częściowo oparty na artykule napisanym we współautorstwie z Z. Sawicką-Mochową *Języki subkultur kreatywnych a globalizacja (na przykładzie języka graficyarzy)*, w: *Globalizacja a przemiany języków słowiańskich*, Bydgoskie Studia nad Pragmatyką Językową 2, red. H. Kurek, M. Święcicka, M. Pelplińska-Narloch, Bydgoszcz: Wydawnictwo Naukowe UKW, 2016, s. 313–328.

<sup>117</sup> Deklaracje antypatii wobec obcych ciągle się zdarzają, np. w Gdańsku-Wrzeszczu graficyarze z DSC wykonali fotoreale z postaciami, które mówią (napis w „dymku”): *GDAŃSK-WRZESZCZ NIE LUBIMY OBCYCH!* (zob. SnM 83). Takich przykładów graffiti jest współcześnie stosunkowo mało.

(większość to anglicyzmy) umożliwił młodym ludziom komunikowanie się z rówieśnikami na całym świecie podczas *graff-podróży* i dzięki aktywności na forach internetowych poświęconym sztuce miasta.

Język graficiarzy jako socjolekt, czyli „odmiana języka narodowego związana z istnieniem trwałych grup społecznych połączonych jakimś rodzajem więzi”, może być ujmowany – pod względem funkcji, jakie spełnia – zarówno w kategoriach socjolektalnych, jak i kulturowych<sup>118</sup>. Kategorie kulturowe są wyrażane przez wartości i zasady, które wyznają i zgodnie z nimi postępują członkowie danej grupy społecznej. Kategorie socjolektalne to przede wszystkim zawodowość, czyli „przydatność środków językowych w profesjonalnej działalności grupy”, tajność – „możliwość takiego kodowania informacji, aby w miarę potrzeby była dostępna tylko osobom wybranym” i ekspresywność rozumiana jako „językowe sposoby informowania o emocjonalnym stosunku grupy do rzeczywistości” (Grabias 2001, 240).

Wszystkie te kategorie znajdują wielokrotne potwierdzenie w egzemplifikacjach zawartych w tej pracy, dlatego nie ma potrzeby rozważać ich szczegółowo w tym miejscu. Warto jedynie zaznaczyć, że jeśli chodzi o zawodowość języka graficiarzy, to świadczy o niej przede wszystkim jego duże nasycenie profesjonalizmami i ciągłe powiększanie ich zasobu, wywołane potrzebami nominacyjnymi – koniecznością nazwania zjawisk fachowych, które dotąd nie zostały określone w języku (zob. *Słownik*). Tajność, zwłaszcza jeśli chodzi o działania ortodoksyjnych graficiarzy, polega na ukrywaniu przez nich tożsamości za pseudonimami i nieczytelnymi tagami, ale także na sposobie uprawiania sztuki ulicy. Ekspresywność, z kolei, jest wyrażana nie tylko w treści komunikatów werbalnych, ale także w samych obrazach. Ekspresywizmy, czyli wyrazy i związki wyrazowe nasyczone ekspresją, służą do (auto)oceny graficiarzy i ich działań, wyrażania stosunku do świata, ujmowania spraw społecznych i politycznych – sporo tu neologizmów (głównie zapożyczeń), neofrazeologizmów i peryfraz.

Język zawodowy, wytworzony przez subkulturę graficiarzy, odróżnia ją od innych grup tworzących wraz z nimi hiphopową wspólnotę, jako jeden z elementów umożliwiających im uzyskanie autonomii w jej obrębie. Łączy za to powszechnie znany w kręgach młodzieży slang i, na innej płaszczyźnie, podobieństwo artystycznych celów, zasad itp. Przykładowo, z wypowiedzi jednego z graficiarzy, Meata, stanowiącej rodzaj manifestu, da się wyekscerpować szereg form przynależnych do młodzieżowego slangu (niektóre zapożyczone z grypsery), a także określeń specjalistycznych, profesjonalnych; słownictwo pochodzące z obu tych odmian zostało zaznaczone pismem pochylonym, znaczenia zostały dokładnie sprecyzowane w *Słowniku*:

Zaczęło się w połowie lat 90., pod wpływem *chłopaków z ekip* takich jak

---

<sup>118</sup> Definicja i klasyfikacja za Grabias 2001, 235, 240-250.

JWP, NBK, WC, DOT B3S – legendarnych warszawskich *składów graffitiarskich*. Ksywek miałem kilka, ale aktualnie piszę Meat (JWP WTK TNA VIP crew's<sup>119</sup>). Moją macierzystą *ekipą* jest TNA, do której przyjęli mnie moi *ziomale*. Stawiając pierwsze *writerskie* kroki miałem mocną *zajawkę* na *wildestyle'owe* *litery* (...). Lubię *nielegal* (...) ręką najlepiej się wyrabia na *ulicy* (...) W *bombingu* liczy się czas (...). Mam przyjaciół, którzy robią już tylko *legalne ścianki*, ale według mnie każdy *writer* musi przejść przez *lewel* *nielegalności*, bez tego nie ma *graffiti*. Esencją *graffiti* są *pociąg*. Nie oszukujmy się, za *graffiti* nie stoi żaden bunt, nie ma ono jakiegoś wielkiego przesłania, przynajmniej dla mnie. Chodzi o powielanie swojego *nicka* (...) jest to również swego rodzaju autopromocja, z czasem przybywa tak *fanów*, jak i *hejterów*. Wiem, że wielu ludzi mnie nie nawidzi za to, co robię, i szczerze mówiąc *mam wyjebane* na to, co oni myślą. (...) *buff* na *pociągach* to moment, który zapamiętałem jako pewien punkt zwrotny w rozwoju warszawskiej sceny (...). Skończyła się *ruchoma galeria*. Z roku na rok maluje się coraz ciężiej, jest coraz więcej monitoringu, ochrony, ale *graffiti* na pewno nie zginie, jest sporo *zajarynych dzieciaków*. (...) Niektórzy *robią* tylko *kolejki*, inni tylko *miasto* (GwP 192-193).

W eksplorowaniu języka graficiarzy i streetartowców ważne jest łączenie metody socjolingwistycznej z lingwistyką kulturową, jednak z większym naciskiem na tę drugą. Na kulturowy wymiar zjawisk językowych, jakie się dokonały w okresie transformacji ustrojowej w Polsce, zwracał uwagę J. Bartmiński, analizując związki między kulturą a językiem oraz kulturowe i inne (na przykład psychologiczne) funkcje języka. Badacz przyjmuje podstawowe założenie, że kultura oraz zawarte w niej modele poznawcze i systemy wartości stały się (wraz z przemianą ustrojową po 1989 r.) punktem odniesienia opisu języka. Język – jak zauważa – stanowi część kultury, ale równocześnie jest czymś znacznie ważniejszym, gdyż pełni wobec niej funkcję nadrzędną – z jednej strony to przede wszystkim jego dobre poznanie warunkuje uczestnictwo w kulturze, a z drugiej – w nim ujawnia się całe jej bogactwo (2001, 14, 17). Takie widzenie funkcji języka w kulturze współbrzmi ze stanowiskiem E. Sapira, który już w połowie lat 20. XX w. traktował go jako „symboliczny przewodnik po kulturze” i po „rzeczywistości społecznej”. „Realny świat”, jak uważał, jest zbudowany na zwyczajach językowych danej grupy społecznej, a pełne poznanie życia społecznego jest „odzwierciedlone w słowach” i sugerowanych przez nie skojarzeniach (2003, 81-82)<sup>120</sup>.

Przyjmując perspektywę badawczą lingwistyki kulturowej, łatwiej zidentyfikować te środki leksykalne, które odzwierciedlają postawy i działania członków wymienionej subkultury, a zarazem pozwalają odpowiedzieć – przynajmniej w ogólnym

---

<sup>119</sup> Crew's – niepoprawna graficznie forma l. mn. – powinno być crews. Przytaczając nazwy, Meat zachował szyk języka angielskiego, np. JWP crew 'grupa JWP'.

<sup>120</sup> Jak już wspomniano, na teorii Sapira i Whorfa oparł założenia lingwistyki kulturowej J. Anusiewicz (1991).

nym zakresie – na pytania: jakie elementy świadczą o globalnym charakterze subkultury graficiarzy, które wzory kultury popularnej czerpią z ojczyzny graffiti, czyli Stanów Zjednoczonych, i w jaki sposób przeszczepiają je, także w obszarze językowym, na polski grunt.

Do najbardziej wyrazistych cech słownictwa, używanego przez polskich uczestników badanej subkultury, które ułatwia komunikację wewnątrzgrupową o charakterze zawodowym należy przeniesienie większości nazewnictwa profesjonalnego, odnoszącego się do twórców i aktu kreacji artystycznej ze slangu angloamerykańskich graficiarzy lub, w znacznie mniejszym stopniu, z języka angielskiego. Słownictwo specjalistyczne graficiarzy pochodzi z USA, kolebki współczesnego graffiti, i szybko stało się międzynarodowym kodem writerów.

Polscy graficiarze nie stosują niewolniczo angielszczyzny i mają swoje sposoby na specjalistyczną terminologię angielską – zapożyczają ją tylko wtedy, gdy jest to konieczne, a ponadto zapożyczone formy potrafią zaadaptować do polskiego systemu językowego. Co prawda, używają wielu terminów w wersji oryginalnej, jednak niektóre jednostki leksykalne poddali częściowemu lub całkowitemu spolszczeniu albo wręcz zastąpieniu w miarę adekwatnymi semantycznie polskimi odpowiednikami. Ta uwaga odnosi się zwłaszcza do słownictwa nazywającego czynności wykonywane przez twórców graffiti i ich umiejętności. Należą do tej grupy znaczeniowej zaadaptowane anglicyzmy właściwe: *bombić* (ang. *to bomb*), *buffować* (*to buff*), *skilsy* (*skills*), *cleanersi* (*cleaners*)<sup>121</sup> i kalki: *spalić* (*to burn*). Nie brak też spolszczonych nazw działań, wytworów i akcesoriów graficiarza, takich jak zapożyczenia właściwe: *ken* (*can*), *kapy* (*caps*), *fotoREAL* (*photoreal*), kalki: *wrzut*, *wrzutka* (*throw-up, piece*), *wypełnienie*, *wypełka* (*fill-in*), *srebro* (*silver piece*), dosłowne przekłady terminów angielskich: *chrom* (*chrome*), *charakter* (*character*), *czarna książka* (*black book*), *bitwa* (*battle*).

Oprócz adaptowanych przez polszczyznę zapożyczeń oraz kalk, writerzy stworzyli sporo form rodzimych. Są wśród nich nazwy wykonawców czynności wyspecjalizowanych w wykonywaniu określonych zadań w graffiti: *szabloniarz*, *rejoniarz*, *osełkarz*<sup>122</sup>, *popapraniec*. Ten ostatni bazgroli na pracach innych, czyli dokonuje *krosowania*. Forma *popapraniec* funkcjonuje zamiennie z nacechowaną także pejoratywnie angielską nazwą *toy*<sup>123</sup>. Czynności graficiarza są oddawane przez zadomowione już innowacje językowe, takie jak: *zawrzutkować* lub *wykonywać wrzutki*, *zabombić*, *zbombić*, *wybombić* (*się*), *wrzucać ściany*, *tagować*,

<sup>121</sup> W formach rzeczownikowych typu *skilsy*, *propsy*, *cleanersi* (podobnie jak np. *dropsy*, *skunksy*, *pampersy*, *Beatlesi*) mamy do czynienia z dwiema końcówkami liczby mnogiej: ang. *-s* i pol. *-y/-i* jako skutkiem depluralizacji rzeczowników na gruncie polszczyzny (Mańczak-Wohlfeld 2006, 66).

<sup>122</sup> Zapytany przez autora pracy graficiarz, jaki rodzaj działań najbardziej mu odpowiada, stwierdził, że *robienie szorów*, czyli rycie (szorowanie) w szkle.

<sup>123</sup> Przeciwnością *toya* jest *król/king*. To miano i szacunek środowiska zyskują najlepsi graficiarze, a także rekordziści, którzy wykonali największą pracę na murach miasta.

stawiać tagi, robić szory/wrzuty, malować panele/miejscówki/pociąg, walić wrzuty, rozwalać panele, rozwalić pomarańcza, produkcja, atak na mury/miasto. Nazwy narzędzi pracy graficiarza także mają najczęściej charakter już rodzimy: *aerazol*, *farba*<sup>124</sup>.

Obserwatorzy procesów zachodzących we współczesnej polszczyźnie reprezentują dwie postawy. Jedni biją na alarm, twierdząc, że jest ona zalewana angielszczyzną i, pozbawiona mechanizmów obronnych, wręcz cofa się w komunikacji publicznej, a system leksykalny ulega niekorzystnym, nieodwracalnym zmianom (Bartmiński 2007, 20). Drudzy uważają, że takiego zagrożenia nie ma, zapożyczanie z języka angielskiego jest umiarkowane, a polszczyzna ma samoczynną zdolność oczyszczania się z niechcianych wpływów (Mańczak-Wohlfeld 2006, Żmigrodzki 2007). Polscy graficiarze potwierdzają tę drugą tendencję. Ich słownictwo ma głównie charakter slangowy, ale jest to polski slang młodzieżowy, charakteryzujący się przewagą form rodzimych.

Słownictwo angielskie ulega na gruncie języka polskiego ciągłym procesom adaptacyjnym. Ten proces dokonuje się samoistnie i spontanicznie, bez udziału kodyfikatorów polszczyzny, gdyż ich ingerencje, jak przekonują fakty z przeszłości, nie mają szans powodzenia. Można powiedzieć o uzupełnianiu luk i wzbogacaniu polszczyzny o nowe elementy tam, gdzie jest to konieczne. W takich praktykach ujawnia się zdolność polszczyzny do bycia językiem-łącznikiem między Wschodem i Zachodem. Z drugiej strony, snobowanie się na angielszczyznę, związane z budową autowizerunku człowieka obytego w świecie, jest w środowisku graficiarzy faktem i objawia się nadużywaniem ogólnych form angielskich, którymi zastępuje się rodzime, na przykład *cruising* 'przechadzka, przejażdżka', *freak* 'szaleniak, wariat, dziwak', *hype* 'szum, rozgłos', *impakt* 'trafienie przekazem w odbiorcę', *level* 'etap, poziom', *mindset* 'nastawienie umysłowe, sposób myślenia'.

Oprócz zapożyczania nazewnictwa ze slangu angloamerykańskiego *in extenso*, polscy graficiarze wykorzystują w obrębie słownictwa specjalistycznego równolegle rodzime środki językowe. Stosunkowo często stosują przekłady angielskich form slangowych na język polski, używając w komunikacji wewnątrzgrupowej równolegle anglicyzmów i ich polskich odpowiedników (które w kodzie subkulturowym nabierają nowych treści w stosunku do znaczeń odnotowanych w słownikach współczesnej polszczyzny), przykładowo: obok przywołanej już nazwy slangowej *king* funkcjonuje w tych samych kontekstach polski ekwiwalent *król*, formie *silver* odpowiada *srebro*, *going over* – *przejechać, przejeżdżać*; *destroy, damage* – *destrukcja, dewastowanie*, *bubble style* – *styl bąbelkowy*, *old school* – *stara szkoła*, *kinging* – *królowanie*; *battle* – *bitwa*, *sticker* – *wlepka*, *wall* – *ściana*, *stencil* – *szablon*.

<sup>124</sup> Są to genetycznie wyrazy obce w polszczyźnie (*aerazol* < niem. *Aerosol*; *farba* < niem. *Farbe*), ale użytkownicy nie odczuwają już dziś ich obcego pochodzenia, gdyż są w niej zasymilowane.



W języku badanej subkultury asymilowanie obcych nazw jest często dokonywane na płaszczyźnie słowotwórczej. W wyniku derywacji wymiennej powstały hybrydalne struktury rzeczownikowe typu *bombiarz* (< ang. *bomber*) czy *graf(f)iciarz* (< ang. *graffitier*)<sup>125</sup>, w których zastąpiono ang. sufiks *-er* rodzimym przyrostkiem *-arz*, produktywnym w zakresie tworzenia nazw wykonawców czynności. Stosunkowo liczne w tej grupie nazw są też derywaty tworzone od podstaw zapożyczonych przez dodanie sufiksu *-owiec* (ewentualnie *-ista*, wprawdzie genetycznie obcego, ale już intuicyjnie przez użytkowników polszczyzny nieodczuwanego jako obcy), oddające znaczne wyspecjalizowanie zadań, wykonywanych przez ulicznych malarzy (subkultura profesjonalistów!): *stylowiec/stylista* (pol. *styl* + *-owiec/-ista*), *systemowiec* (sl. am. *system* + *-owiec*), *charakterowiec* (sl. am. *character* + *-owiec*), *legalowiec* (ang. *legal* + *-owiec*), *muralista/muralowiec* (sl. am. *mural* + *-ista/-owiec*). Równie dobrze jednak można przyjąć, że formy takie, jak *systemowiec* czy *bombiarz* nie są hybrydami, lecz powstały z elementów rodzimych, nawet jeśli są to świeżo zaadaptowane zapożyczenia (*system* + *-owiec*, *bomba* + *-arz*, *mural* + *-ista*, *charakter* + *-owiec*).

Slangowe terminy nazywające czynności wykonywane przez członków subkultury są również asymilowane w procesie derywacji wymiennej. Charakterystyczne angielskie modele słowotwórcze z formantem *-ing*, mające znaczenie gerundium, typu *bombing* czy *crossing* są zamieniane na struktury hybrydalne z polskimi sufiksami *-enie*, *-(ow)anie*: *bombienie*, *crossowanie/krosowanie*.

Jedna hybrydalna struktura rzeczownikowa odnosi się do kategorii nazw wytworu (efektu działań) graficiarzy: *holka* (ze sl. am. *whole train*, redukcja drugiego członu i dodanie sufiksu *-ka*). W polszczyźnie stosunkowo częste są przypadki asymilowania wyrazów obcych przez dodanie formantu *-ka*, ale również są liczne rodzime nazwy wytworów czynności, tyle, że tworzone od czasowników prefiksalnych typu *wywieszka*, *wklejka*, *zbitka* (Grzegorzczkowska, Puzynina 1979, 124), które mogłyby stanowić model do naśladowania. Procesy hybrydyzacji na płaszczyźnie słowotwórczej można zaobserwować także wśród derywatów czasownikowych (np. *krosować*) i przymiotnikowych (na przykład *wildstyle'owy*).

Gdyby dokonać w tym miejscu syntetycznego podsumowania stopnia przyswojenia słownictwa zapożyczonego ze slangu angloamerykańskiego w języku polskich graficiarzy, to trzeba podkreślić bardzo wyraźnie obecną wariantywność, przejawiającą się w obocznym używaniu nazewnictwa obcego i polskich struktur, w tym wielu jednostek o charakterze hybrydalnym. Jako stopniowy proces asymilacji obcych polszczyźnie nazw profesjonalnych można odczytywać próby zapisywania ich zgodnie z polską ortografią i tworzenia od nich na gruncie rodzimym wyrazów pochodnych, co wskazywałoby na inwencję słowotwórczą polskich uczestników subkultury.

<sup>125</sup> Nazwa klasyfikowana przez niektórych badaczy współczesnej polszczyzny młodzieży jako hybryda, por. Rostowska 2009, 182.

Z jednej strony, writerzy wprowadzają do fraz zapożyczenia w formie podstawowej, np. „Każdy przestrzegał niepisanego kodeksu: nie przejeżdżaj tagiem czyjegoś *masterpiece*...” GGE 648, ale z drugiej – w ich wypowiedziach widoczne są też próby przystosowywania terminów zachowujących oryginalną pisownię do polskiego systemu fleksyjnego, co też jest rodzajem hybrydyzacji w szerszym rozumieniu:

W pewnym momencie na WKD zaczęły pojawiać się *crossy* naszych rzeczy... GGE 381;

Ich klasyczne *wild style* najbardziej mi pasowały GGE 34 (potraktowanie końcowego *e* w formie angielskiej *style* jako końcówki l. mn. w odmianie rzeczowników męskich lub żeńskich miękko tematowych typu *konie*, *wieże*);

Naszym celem było zrobienie dwóch *one man whole carów* z różową *wypełką* i białym *out-line'em*;

Nie robiło się jeszcze *going-overów*, ale było już dosyć tłoczno GGE 213.

Te przykłady świadczą o tym, że język angielski staje się częścią narracji prowadzonej w polszczyźnie, przystosowując się w miarę bezkonfliktowo, choć mało elegancko, do polskiej fleksji i składni. Pomimo pewnej sztuczności tak skonstruowanych fraz, zostaje zachowana równowaga systemowa.

W języku badanej subkultury są obecne jednostki wyrazowe, które także odnoszą się do sfery specyficznej działalności graficiarzy, ale mają genezę rodzimą. Należą tu nowe nazwy osób budowane według produktywnych w polszczyźnie modeli słowotwórczych z formantem *-arz*, takie jak: *szabloniarz*, *osełkarz*, *rejo-niarz*, czy też z sufiksem *-owiec*: *sezonowiec*. Z elementów rodzimych zbudowana została także nazwa *calak*, kojarząca się z odprzymiotnikowymi ekspresywnymi derywatami typu *ciemniak* czy *pewniak*, ale też nieosobowymi typu *produkcyj-niak*, a więc z kategorią nazw mających znaczenie ‘coś jakiegoś’. Nie można jednak wykluczyć, że ten derywat, używany obocznie ze strukturą hybrydalną *holka*, stanowiącą rodzaj adaptacji, nie jest przykładem uniwerbizmu (*cały skład pociągu* > *calak*).

Innym sposobem wykorzystywania rodzimych środków językowych do nazywania członków subkultury graficiarzy są różne zabiegi neosemanty-zacji słownictwa ogólnego, potocznego, na przykład: *malarz*; *chłopak/lokalny chłopak/dobry chłopak*, *turysta*. Nadawanie nowych, „subkulturowych” odcie-ni słowom powszechnie znanym w polszczyźnie świadczy o tym, że rodzimi graficiarze wykazują nazwotwórczą innowacyjność. Dobrym tego przykładem, wskazującym na swoiste poczucie humoru polskich writerów i ich znajomość kontekstów kulturowych, jest nazwanie wymalowanego fabrycznie na kolor pomarańczowy wagonu *pomarańczą*. Zamiennikiem tego określenia w niektórych wypowiedziach jest związek *orange clockwork*, będący nawiązaniem do

angielskiego tytułu filmu Stanleya Kubricka, który był w Polsce wyświetlany jako *Mechaniczna pomarańcza*. Neofrazeologizacji ulega potoczny związek wyrazowy *dać kolor* ‘pomalować na jakiś kolor’ zamieniony w slangu graficiarskim na *zrobić kolor* ‘wykonać barwną kompozycję graficiarską (na jakimś obiekcie)’: *robić wrzuty, robić kolejki, zrobić ściankę, zrobić pociąg, zrobić whole traina, zrobić blachy*.

Angielszczyzna w wersji slangowej, potocznej i oficjalnej pojawia się w pracach graficiarzy oraz w ich wypowiedziach w postaci cytatów: aforyzmów, powiedzonek, apeli, które często odzwierciedlają kontestacyjno-anarchistyczny charakter działalności tej subkultury, na przykład: *Actions Speak Louder Than Words* ‘działania przemawiają głośniejsze niż słowa’<sup>126</sup>; *UNITED CLAN NO DRUGS!!!* ‘United Clan bez narkotyków’ GGE 14; *MAKE IT BETTER WITHOUT DRUGS* ‘zrób to lepiej bez narkotyków’ GGE 17; *Say No Drugs/Say No 2 Drux* ‘powiedz nie narkotynom’ GGE 148, 355; *No, I ain't running the system. I'm bombing the system* ‘nie napędzam systemu, ja go bombarduję’ – cytata z filmu *Style Wars*; *Up and down, but still in town* ‘dobrze i źle, ale ciągle w mieście’ – hasło widziane na murach Bydgoszczy w lipcu 2014 r. Także w rozwinięciach skrótowców powstałych od nazw graficiarskich *crews* nie brakuje anglicyzmów, oddających kontestacyjny i grupowy charakter ich działalności, na przykład: *CAC* – *Criminal Art Crew*; *EWC* – *East West Connection, Easy Whole Cars, Every Where Crew*; *DNS* – *Drastic New Stream*; *TSK* – *True School Kings*; *GNW* – *Graffiti Night Warriors*; *AC* – *Against Confidents*, *LOT* – *Letters On Trains*; *CST* – *Consolidated*, *NTA* – *No Toys Accepted*; *SOK* – *Step On Colors*; *HND* – *Hardcore No Disco*. Jeśli uznamy, że cytaty z języków obcych stanowią pierwszy etap zapożyczeń, poprzedzający późniejszą ich adaptację w różnych odmianach polszczyzny (Mańczak-Wohlfeld 2004, 110), to język subkultury graficiarzy należałoby scharakteryzować jako wybitnie podatny na wprowadzanie anglicyzmów do komunikacji wewnątrzgrupowej.

W kodzie pozaspecjalistycznym, którym graficiarze komunikują się na co dzień z ludźmi młodymi, także nie brakuje zwrotów, fraz i określeń, zapożyczonych do polszczyzny młodzieżowej z angielszczyzny i adaptowanych częściowo lub całkowicie do systemu języka polskiego. Najczęściej funkcjonują one jako internacjonalizmy. Materiał obejmuje, na przykład, zapożyczenia, które zachowują oryginalną postać i znaczenie języka dawcy: *friendship, fun, hejt, hejter, newcomer, trip*, struktury hybrydalne: *czilować, fulkolorowy, dawać powera, zeszkłotować, rootsowy*, a także pseudoanglicyzmy: *o co kaman* ‘o co chodzi’ (w języku angielskim *come on!* to forma trybu rozkazującego ‘chodź!’, tu użyta w sensie przenośnym, którego nie ma postać podstawowa). Moda językowa i snobizm motywują młodych ludzi do używania tego rodzaju słownictwa, które przecież

<sup>126</sup> Hasło znane szeroko młodzieżowej popkulturze: zob. [https://pl.wiktionary.org/wiki/actions\\_speak\\_louder\\_than\\_words](https://pl.wiktionary.org/wiki/actions_speak_louder_than_words) (dostęp 10.05.2014).

– w większości przypadków – ma swoje polskie odpowiedniki. Jednak te z czasem się zużywają i wymagają odnowienia<sup>127</sup>.

Badacze, z jednej strony, wskazują na istnienie anglomanii w kręgach odbiorców kultury popularnej i silnych wpływów języka angielskiego (amerykańskiego) w postaci zapożyczeń, pseudoanglicyzmów i neologizmów hybrydalnych angielsko-polskich, ale z drugiej – podkreślają nowatorstwo w wykorzystywaniu angielskich morfemów bądź całych wyrażen, kreatywność nazwotwórczą młodych użytkowników polszczyzny, a także coraz lepszą znajomość angielskiego przez młode pokolenie Polaków i jego akceptację jako języka międzynarodowego. „Angielszczyzna – jak napisała badaczka pseudoanglicyzmów w języku polskiej młodzieży – stała się dobrem ogólnym, a z jej zasobów można dowolnie i bez ograniczeń korzystać” (Witalisz 2014, 11). Zatem, zapożyczanie amerykańizmów nie jest dowodem degradacji języka, lecz dowodem na żywotność polszczyzny, która zawsze zapożyczała, wzbogacając zwłaszcza zasoby leksyki, a z czasem oddzielała ziarno od plew, gdyż większość modnych zapożyczeń przepadała w mroku dziejów wraz z ich desygnatami.

Amerykanizacja kultur, stanowiąca objaw globalizacji kultury w ogóle, a popkultury w szczególności, zwiększa popularność języka angielskiego na całym świecie, także w jego postaci potocznej, a w subkulturach odznacza się dominacją slangu angloamerykańskiego, zarówno jeśli chodzi o słownictwo profesjonalne, jak i komunikowanie się na co dzień. Na gruncie kultur narodowych, także polskiej, mamy jednak do czynienia z oswojeniem obcych wpływów, co jest dowodem globalizacji i etniczacji. Graffiti i street art mają uniwersalny wymiar i jako zjawiska popkulturowe stanowią część kultury globalnej. Łącząc globalność z lokalnością, nadają wspólnym elementom sztuki ulicy w różnych krajach lokalny kontekst, wyrażający się w każdym przypadku nieco odmienną estetyką i ideologią. Uliczni twórcy mają świadomość, że bardzo ważny dla zrozumienia lokalnych wspólnot jest kontekst kulturowy. Jak przypomniał nie tak dawno Ryszard Kapuściński, taka wiedza płynie jeszcze od Herodota, który jako pierwszy spojrział globalnie na naszą planetę: „(...) rzeczy i ludzie, owszem, istnieją dla siebie i w sobie, ale zrozumieć je można tylko w ich kulturze. I że przez kontekst pojedyncze zjawiska zyskują głębię. Herodot rozumiał, że kultura objaśnia człowieka, jest jego komentarzem” (2007, 166-167).

---

<sup>127</sup> Posługiwanie się w codziennej komunikacji (wewnątrz i na zewnątrz grupy) słownictwem slangowym, stworzonym na gruncie języka polskiego, odzwierciedlającym tendencje słowotwórcze slangu młodzieżowego, opisane zostało stosunkowo dokładnie przez Stanisława Grabiasa (2003) i innych badaczy współczesnej polszczyzny młodzieży (Rostowska 2009, Witalisz 2014).

CZĘŚĆ TRZECIA

**Społeczno-polityczne  
treści i formy przekazów sztuki ulicy**



## 1. Idąc przykładem Banksy'ego. Apoteoza wolności jako przeciwieństwa politycznej i społecznej opresji

Artystom graffiti i street artu bliska jest idea wolności rozumianej jako możliwość i zdolność wyboru spośród różnych rozwiązań. Wolność w ich interpretacji nie jest wartością absolutną, ale ma zawsze konkretny wymiar. Chodzi im o możliwość wyboru w różnych obszarach codziennego życia, związaną z funkcjonowaniem jednostki w określonych warunkach społecznych i politycznych. Jest to wolność zarówno od czegoś, jak i do czegoś, jak to sformułował między innymi Erich Fromm w swojej książce *Ucieczka od wolności*. Leszek Kołakowski uważa, że to rozróżnienie jest zbyt użyteczne (2006, 85), jednak okazuje się ono użyteczne w analizach.

Jeśli chodzi o społeczno-polityczny wymiar wolności, to streetartowcy odrzucają nadmierną ingerencję państwa w życie społeczeństwa – cenią wolność *od* opresji, którą ich zdaniem stwarza organizacja państwa. Lokalną społeczność pojmują jako wspólnotę wolną od hierarchii i zależności i sami chcą być jej częścią. Można tu przywołać znane rozróżnienie Victora Turnera (2010), który podzielił zachowania społeczne na *societas* (struktura) i *communitas* (antystruktura). Twórcy sztuki ulicznej, podobnie jak inni hiphopowcy, tworzą wolną od hierarchicznej struktury artystyczną wspólnotę przenikniętą duchem *communitas*. Nie tworzą formalnych instytucji – większość funkcjonuje w grupach artystycznych, niektórzy działają indywidualnie.

W wymiarze politycznym uliczni artyści traktują wolność jako obszar suwerenności i bezwzględne prawo, zarówno jednostek, jak i narodów lub grup etnicznych, do życia nieskrępowanego wolą polityków. Dlatego pragną usunięcia konfliktów między państwami i narodami, tak, aby każdy naród cieszył się na swojej ziemi pełnią praw i swobodnie kształtował swój los. Z upodobaniem piętnują dyktatorów, wspierają gnębione przez nich narody i podejmują w tym celu różne akcje. Między innymi, protestują przeciwko wykorzystywaniu religii jako narzędzia walki politycznej<sup>128</sup>. Ich aktywność jest potwierdzeniem tezy Cedara Lewisohna, że graffiti i street art powstają z pobudek politycznych i służą zdobywaniu sfery publicznej w celu komentowania bieżących wydarzeń.

---

<sup>128</sup> Najtrudniej jest walczyć artystom o wolność i pokój w krajach ogarniętych wojną. Shamsia Hassan (ur. 1988) – „pierwsza afgańska streetarterka, ukończyła Akademię Sztuk Pięknych w Kabulu, w której obecnie wykłada i prowadzi warsztaty graffiti”, ale przede wszystkim maluje murale antywojenne, których głównym motywem są sylwetki afgańskich kobiet ([www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,96856,17218915,Shamsia\\_Hassani\\_\\_czyli\\_Banksy\\_w\\_burce.html#ixzz3RG6Y95AL](http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,96856,17218915,Shamsia_Hassani__czyli_Banksy_w_burce.html#ixzz3RG6Y95AL), dostęp 2.02.2015).

Jednak za główną motywację działań artystów ulicy autor uważa sam akt twórczy (2008, 104).

Bliski streetartowcom jest także artystyczny wymiar wolności, o którym pisze Leszek Kołakowski: „Wolność jednak to nie tylko wybieranie między gotowymi możliwościami, ale także twórczość, stwarzanie rzeczy całkiem nowych, całkiem nieprzewidywalnych” (2006, 81). Sztuka jest aktem wolności, dlatego nie można jej ograniczać zakazami w przestrzeni publicznej, która jest – przynajmniej w wymiarze symbolicznym – wspólna i tworzy ikonosferę nieprzynależną jedynie urzędowemu nadzorowi i wykorzystaniu. Nie mogą wypełniać jej wyłącznie urzędowe komunikaty, tablice z nazwami, czysto komercyjne i społeczne reklamy, realizowane na przykład przez pozarządowe organizacje czy instytucje. W wolnym akcie twórczym, streetartowcy demonstrują nowe podejście do sztuki, co nie znaczy, że tworzą rzeczy całkowicie oryginalne. Cechy nowości mają ich działania o charakterze subwersywnym, w których twórcy odwołują się do rzeczywistości zastanej, negując, poddając w wątpliwość, obśmiewając czy parodiując jej różne odsłony.

O pierwszym zastosowaniu subwersji w historii street artu można mówić w odniesieniu do działań Banksy’ego. Artysta bardzo się zaangażował w polityczne poparcie dla Palestyńczyków. Latem 2005 r. wykonał na zbudowanym przez Izraelczyków murze, oddzielającym Izrael od ziem Autonomii Palestyńskiej (po stronie palestyńskiej), cykl pomysłowych graffiti, w których zachęcał jeśli nie do zburzenia muru, to przynajmniej do symbolicznego przekraczania granicy oddzielającej obszar wolności od terytorium o charakterze niemal więziennym. Dzięki tej akcji Banksy, zwany w internecie *artistic guerrilla* ‘partyzant sztuki’ stał się ikoną street artu zaangażowanego politycznie. Do tej pory znany był raczej z obrazków wyśmiewających absurdy życia społecznego i politycznego w rodzinnej Anglii.

Bliski ogląd „palestyńskiego” graffiti przekonuje, że obok powagi nie brak w nim sarkastycznego komizmu i ducha przekory, a sam artysta daleki jest od wypisywania na murze jednoznacznych apeli i deklaracji, oddając pole do refleksji obserwatorom. Na jednym z obrazów, w namalowanej na murze szczelinie, widać idylliczną plażę w pastelowych kolorach, na innym – za komiksowo ujętym oknem rozciąga się w odległej perspektywie urocza górską panoramę. Te kuszące, oddalone obiekty stanowią wyraz niedościgłych marzeń i pragnień zwykłych ludzi, którym nagle zabrano perspektywę wolności. Jej pragnienie, jako czegoś osiągalnego i dającego nadzieję, symbolizuje także inny malunek Banksy’ego, na którym mały chłopiec, dumny ze swego wyczynu, namalował białą drabinę, „opartą” o słynny mur i sięgającą do jego szczytu. Mogłoby się wydawać, że pokonanie tego obiektu to nic trudnego, że droga do wolności jest łatwa i natychmiastowa. Idylla pryska, gdy widz uświadomi sobie, że po drugiej stronie czają się żołnierze z karabinami gotowymi do strzału. Jak trafnie zauważył w internecie anonimowy



obserwator: „Banksy uderza w te same tony, co Roberto Benigni w filmie «Życie jest piękne» – w dramatycznej i groźnej sytuacji zdobywa się na dystans i daje nadzieję”<sup>129</sup>. Nieco inny komunikat estetyczny, ale także pozytywny w swym wyrazie, niesie kompozycja graffiti pokazująca nożyczki z wycinanki, którymi wystarczy wyciąć przejście w murze dzielącym Palestyńczyków i Izraelczyków, a być może ten akt zapoczątkuje pojednanie między tymi zwaśnionymi narodami<sup>130</sup>.

Działania Banksy’ego inspirują i dają do myślenia innym twórcom streetartowym. Po jakimś czasie obok jednej z jego „palestyńskich” kompozycji pojawiła się wykonana przez anonimowego artystę ręka, na której palcach widnieją symbole pięciu religii świata, między innymi chrześcijaństwa, islamu, buddyzmu, a nad nimi gorejące miłością serce i napis *Five Fingers – The Same Band* ‘pięć palców – jeden zespół’. Czy pojednanie wyznawców różnych religii, pokazane jako hipotetyczna jedność, jest możliwe w dzisiejszym, zantagonizowanym świecie? Patrząc na ten malunek, można zadać to ważne dla kształtu stosunków międzynarodowych we współczesnym świecie pytanie. Obraz zawiera też akcent polski – umieszczony obok napis *Mój dom murem podzielony*, który jest tytułem piosenki Kazika. W Palestynie znalazł konkretne i dosłowne odniesienie, chociaż pierwotnie dotyczył i ciągle dotyczy Polski, ideowo podzielonej na dwa obozy. Kultura popularna wkracza w sferę polityki i religii, próbuje wpłynąć na polityków, hierarchów kościołów oraz zwykłych wyznawców i nakłonić ich do pojednania. Edukacyjny ton zawarty w przesłaniu zyskuje uniwersalistyczny kontekst. Podziały polityczne zachodzące w obrębie jednego narodu, żyjącego w demokratycznym kraju, są niemal równie dotkliwe jak te, które dotyczą żyjących w stanie wojny na wspólnym obszarze różnych nacji i grup etnicznych. Graficy chcą pokazać, że dyskurs społeczny i polityczny między narodami i w ich obrębie jest możliwy.

Sztuka Banksy’ego niekiedy, przez prowokację o charakterze społeczno-kulturowym, łączy elementy wzajemnie sprzeczne, jak to ma miejsce w słynnym obrazie przedstawiającym dziewczynkę rewidującą policjanta. Przedstawienie paradoksalnej sytuacji należy do ulubionych chwytów artysty. Z jednej strony mamy tu złamanie tabu i kpinę z przedstawiciela władzy, uosabiającego „państwową” przemoc, z drugiej – chęć dostrzeżenia w nim zwykłego człowieka<sup>131</sup>. Banksy,

---

<sup>129</sup> Zob. <http://art.blox.pl/2006/03/Banksy-artystyczny-guerrila.html>; (dostęp 10.05.2012).

<sup>130</sup> Warto dodać, że mur między Palestyną a Izraelem przypomina dziś nieistniejący już mur berliński (zachowano fragmenty jako świadectwo czasu), który także oddzielał dwa światy – suwerenności i zniewolenia, ale ostatecznie, upstrzony tysiącami komunikatów, okazał się megaznakiem nadszarpniętej wolności.

<sup>131</sup> Podobne podejście Banksy zaprezentował w obrazie z całującymi się policjantami. Jak piszą J. Wasilewski i K. Drogowska, „pokazywanie dominanta w roli nieadekwatnej sprawia, że (...) oni też są jednymi z nas – że mundur nie powinien przesłaniać człowieczeństwa. Postać policjanta przestaje manifestować prawa własności przedstawicieli systemu administracyjnego do terytorium” (2011, 116).

podobnie jak inni streeartowcy, w tym polscy, jest przeciwny wszelkim formom przemocy, zwłaszcza tej działającej pod szyldem państwa, dlatego w pracach obśmiewa policjantów i żołnierzy jako bezduszne narzędzia systemu, nie szczędzi też ironii politykom z brytyjskiego parlamentu, których na jednym z obrazów zamienia w małpy. W oryginalnej twórczości treści polityczne łączy ze społeczno-kulturowymi i obyczajowymi. Obcy mu jest konsumpcjonizm wszelkiego rodzaju, na przykład traktowanie ciała kobiety jako seksualnego wabika<sup>132</sup>.

Ideowość i autentyczność charakteryzują sztukę uprawianą przez egipskiego grafciarza aktywistę Ganzira/Ganzeera (prawdziwe nazwisko: Mohamed Fahmy). Jego zdaniem, „sztuka nie jest po to, żeby się podobać, ale żeby dać do myślenia”. Owocem przemyśleń były działania polityczne, które podjął. W przeddzień egipskiej rewolucji, rozpoczętej demonstracjami na placu At-Tahrir w styczniu 2011 r., biegał ze swoimi wlepkami po Aleksandrii. Zaobserwował, że są niemal natychmiast niszczone, choć nikt nie usuwał propagandowych plakatów z poparciem dla zniechęconego tyrana prezydenta Mubaraka i jego syna. Dopiero arabska wiosna zerwała z ugruntowanym u Egipcjan przekonaniem, że „cokolwiek się działo w przestrzeni publicznej, było od władzy i nie wolno było tego dotykać”, a napis-wezwanie Ganzira *Precz z Mubarakiem*, wykonane w wyniku subwersywnej akcji na billboardzie reklamującym partię rządzącą w samym centrum placu At-Tahrir, zrobiło furorę, podobnie jak jego szablon z portretem dyktatora i napisem *La 'nie'*. Rewolucja upadła, a dyktaturę cywilną zastąpiła wojskowa. Egipski grafciarz zaczął malować portrety prawie tysiąca męczenników, ofiar nowego reżimu<sup>133</sup>.

Rewolucyjne graffiti egipskie tworzyli także inni writerzy, na przykład artysta o pseudonimie Keizer, który serię obrazów pod nazwą *Asli 'porządny'* umieszczał

<sup>132</sup> Przed ceremonią rozdania Oscarów 2011 Banksy nalepił na billboard w Los Angeles, przedstawiający półnagą modelkę, ulubione maskotki ze swych wcześniejszych prac – obłe myszy, z których jedna obejmuje kobietę. To Mickey Mouse, który oryginalnie był osobnikiem rodzaju męskiego. Przesłanie można było odczytać m.in. jako satyrę na rozwiązłość obyczajową Hollywoodu lub kpinę z blichtru świata, w którym dominują modelki i inni celebryci. Jego film dokumentalny *Wyjście przez sklep z pamiątkami*, jakby w odwet za krytykę, nie uzyskał prawie pewnej nagrody, na co Banksy odpowiedział w internecie pracą zatytułowaną *Pastelowe wykluczenie*, z motywem domu, którego drzwi są zabijane deskami, choć toczy się w nim życie, o czym świadczy unoszący się z kominu dym. Aluzja jest oczywista – zamykanie niezależnym artystom ust, spychanie ich na margines oficjalnego życia artystycznego i odmawianie prawa do swobody wypowiedzi jest odpowiedzią decydentów na krytykę i tłumieniem wolności.

<sup>133</sup> Wywiad W. Szablowskiego z Ganzirem odsłania jeszcze jedno ciekawe zjawisko: konflikt pokoleń w Egipcie o podłożu politycznym. Jego ojciec jest emerytowanym generałem, który o swoim synu powiedział, że jest „młody i głupio zbuntowany”, a ten ripostował, że ojciec, „jak całe jego pokolenie, był całe życie głupio pasywny”. Egipski grafciarz jest przykładem wolnego od ograniczeń artysty, który robi to, o czym „ludzie w wieku mojego ojca wolą nie mówić, a o niektórych rzeczach boją się nawet pomyśleć”, a dzięki jego graffiti „ludzie zaczynają rozmawiać o tym, co naprawdę ważne”, bo „rewolucja się dopiero rozkręca”, zob. *Jak namalowałem rewolucję*, wyborcza.pl/DF” z 13.10.2011 r., s. 2-4.

pod portretami osób publicznych popierających rewolucję lub działających na jej rzecz. Jego szablony nawoływały do przewrotu (*Niech upadnie władza wojska*), zawierały też elementy subwersji. Krytykę rządów armii Keizer przeprowadził w taki sposób, że przerobił firmowy napis *Nescafe* w *No SCAF* – SCAF (nazwa rządzącej junty wojskowej). Policjanta, przedstawiciela władzy, upostaciował jako świnię<sup>134</sup>, a służące jej organa sprawiedliwości zaprezentował symbolicznie w obrazach ośmieszających Temidę (w stroju do tańca, z karabinem i wąsami itp.). Artysta broni także kobiet przed molestowaniem seksualnym – ubrana niemal europejsko kobieta, na wysokich obcasach, ale w hidżabie, atakuje sprejem, tworząc napis *Nie wobec molestowania*<sup>135</sup>. W Kairze coraz częściej przeprowadza się graficiarskie akcje propagujące równość płci.

Rewolucyjne graffiti w Egipcie stanowiło, jak pisze Hala Kamal, „ekspresję protestu i formę mobilizacji do oporu” i było traktowane powszechnie jako jedno z alternatywnych mediów. Wiele prac, sygnowanych przez Związek Artystów Rewolucji, ostrzegało przed osobami dawnego reżimu, aktywnymi politycznie, a także wskazywało na represyjny charakter rządów islamisty Muhammada Mursiego. Po jego obaleniu władzę objęli wojskowi, wprowadzając autorytarne rządy. Graffiti i murale ostrzegają teraz przed przemocą ze strony policji i sił bezpieczeństwa, na którą są narażeni artyści i zwykli obywatele.

Treści streetartowych przekazów obejmują przede wszystkim aktualne problemy społeczne i polityczne. Ustami swoich twórców oraz za pośrednictwem ich dzieł sztuka uliczna głosi opinie i hasła, a nawet manifesty, które zawierają krytykę niekorzystnych zjawisk dokonujących się w jej bliższym lub dalszym otoczeniu. Tym samym twórcy (zapewne z pominięciem abstrakcjonistów i wyznawców czystej formy), „wyznaczając sobie rolę krytyka kultury, zabierają głos w takich kwestiach, jak przemoc, rasizm, tożsamość seksualna, nowoczesny wyzysk czy kryzys przestrzeni publicznej” (Biskupski 2011, 84). Czasami przypomina się w tym kontekście słowa Banksy’ego, który stwierdził we wstępie do swojej książki (2005), że diagnozy sytuacji społeczno-politycznej, czynione w imieniu społeczeństwa i jego interesów przez artystów sztuki ulicznej, zagrażają pozycji polityków i reklamodawców (globalnych korporacji). Ci ostatni – z założenia – działają dla dobra ogółu, ale tak naprawdę, to głównie we własnym interesie (Wasilewski, Drogowska 2011, 110).

Polscy streetartowcy w naturalny sposób stają się wyrazicielami i obrońcami zwykłych obywateli, tworzących wspólnotę, która jest nieustannie infiltrowana i kontrolowana przez umacniającą się w swej hierarchicznej strukturze władzę. Najpierw graficy podjęli z nią polityczny dyskurs. Na początku swej działalności – z tą narzuconą przez totalitarny system komunizmu, a po przełomie

<sup>134</sup> Antypolicyjny skrótowiec A.C.A.B. – odpowiednik naszego HWDP – pojawia się w różnych miejscach stolicy Egiptu.

<sup>135</sup> Zob. Keizer, Facebook, <https://www.facebook.com/KeizerStreetArt>.

ustrojowym 1989 r. także z nową władzą, której symbolem stał się Lech Wałęsa<sup>136</sup>. Współczesne graffiti i street art mniej się zajmują rodzimymi politykami i mechanizmami rządzenia, w znacznie większym stopniu kierują swoją uwagę na sprawy polityki światowej, zwłaszcza na ucisk, jakiego doznają niedemokratycznie rządzone narody w Europie Wschodniej czy Azji oraz brak swobód obywatelskich i religijnych.

Do najbardziej znaczących zjawisk sztuki miasta w sferze społeczno-politycznej należy działalność grupy Trzecia Fala<sup>137</sup>. Jej członkowie programowo uprawiają sztukę zaangażowaną społecznie i politycznie, starając się pobudzić mieszkańców miasta do uczestnictwa w różnych akcjach, wyzwolić ich energię<sup>138</sup>. Piotr Zańko nazywa Petera Fussa, Abramowskiego, członków RAT-u, Twożywa i Trzeciej Fali „aktywistami-artystami” i przyrównuje do „semiologicznych partyzantów” Umberta Eco<sup>139</sup>. Równocześnie zastanawia się, jak nazwać ich „dywersyjne wobec rzeczywistości społecznej praktyki”: „sztuką ulicy”, „sztuką krytyczną”, „komunikacyjną lub semiologiczną partyzantką” czy kolejną odsoną *culture jamming*, uznając, że sprowadzanie ich działań jedynie do poziomu „praktyk obstrukcyjnych” jest nieuzasadnione. Odpowiedniejsze byłoby uznanie ich za rodzaj

---

<sup>136</sup> O negatywnym wartościowaniu przez graficiarzy poczynań nowej władzy po 1989 r. i samych przywódców pisze G. Sawicka (1994).

<sup>137</sup> Zdaniem M. Rutkiewicza, zapoczątkowany przez Dariusza Paczkowskiego ruch artystyczny i sama grupa „jest nieco utopijną próbą stworzenia masowego zjawiska graffiti społecznie zaangażowanego” (PSA2 132). Sam lider twierdzi, że używa graffiti „w najbardziej typowej dla Polski formie – graffiti walczącego, wzywając do działania, zwłaszcza lokalne społeczności: Nie daję ludziom zapomnieć o ważnych sprawach (...) Mówię im od 25 lat to samo. Szanuj zwierzęta. Nie gódź się na zło, na tortury, na zbrodnie dyktatorów. Pamiętaj o słabszych, o niepełnosprawnych, o uzależnionych, o uchodźcach. O Tybetańczykach, o Czeczenach, o Cyganach, o Palestyńczykach i o Żydach. O narkomanach też, oni, oni są chorymi, a nie przestępcami. Uważaj na energię atomową i na GMO, nic dobrego z tego nie będzie. Szanuj las, nie pal śmieci. Nie daj się złapać w sidła konsumpcjonizmu. To truizmy, ale trzeba to ciągle powtarzać, bo ludzie obojętniej, zapominają” (PSA2 133).

<sup>138</sup> Jak twierdzi D. Paczkowski, aktywności mieszkańców „zagraża alienacja, komercjalizacja i zamknięcie się w swoim wąskim światku. Staramy się dotrzeć do ludzi z naszym przekazem, by zwrócić ich uwagę na ważne sprawy i problemy. Chcemy być dla naszych odbiorców inspiracją do podjęcia pozytywnych działań dla dobra innych” [<http://www.3fala.art.pl/>] [dostęp 3.06.2011]. W innym wywiadzie precyzuje: „Graffiti zaangażowane społecznie to takie, które ma społeczny przekaz. Nie tylko mówi o sprawach ważnych dla ludzi, ale także inspirowanie do działania i pomagania innym. Najczęściej moje prace są związane z kampaniami prowadzonymi przez różne organizacje pozarządowe. Każda akcja malowania jest okazją, by dotrzeć z informacją nie tylko do przypadkowych przechodniów, ale poprzez media do opinii publicznej” (Gazeta.ngo.pl – lipiec 2007). Na nasilanie się alienacji w konsumpcyjnym społeczeństwie i zanikanie ducha wspólnotowości wskazują także w swej twórczości artyści Twożywa.

<sup>139</sup> Mieliby oni, zdaniem Eco, wprowadzić „wymiar krytyczny do biernego odbioru” przez „weryfikację kodów” i „wciąż nową interpretację masowych przekazów”, a celem tych działań miałyby się stać „indywidualna odpowiedzialność zarówno wobec przekazu, jak i środka przekazu”. Włoski filozof i eseista nawiązuje do McLuhanowskiego stwierdzenia, że „the medium is the message”, czyniąc swoich partyzantów, jako ideowych spadkobierców hipisów, bitników, *new bohemia* i ruchów studenckich, strażnikami owej idei, odpowiedzialnymi za wprowadzenie jej w życie (1996, 167).

kulturowej prowokacji, która niesie nie tylko elementy obstrukcji i interwencji, ale także „kreowanie czegoś nowego w obrębie funkcjonujących już tematów”<sup>140</sup>.

Rozliczne działania Trzeciej Fali na przestrzeni ostatnich lat są motywowane obroną podstawowych wartości, takich jak prawda oraz wolność czynu i słowa w demokratycznym społeczeństwie. Należy do nich, między innymi, protest przeciwko krwawemu stłumieniu powstania w Tybecie przez komunistyczny reżim w Chinach. Warto tu przywołać graffiti z napisem *Społeczne Rondo Wolnego Tybetu w Warszawie*, niezwykle sugestywny streetartowy projekt fundacji Inna Przestrzeń i Klamra *Galeria Tybetańska* oraz liczne inne prace popierające wolnościowe dążenia Tybetańczyków, a także wyrażające podziw dla postawy Dalajlamy (zawierające jego podobizny): *Ratuj Tybet; Peace for Tibet; Odwaga to jedyna droga do wolności; Modlitwy nie wystarczają (Tybet)*.

Olimpiada w Pekinie była dla obrońców idei wolności okazją do nagłośnienia sprawy Tybetu i sytuacji więźniów politycznych; stała się tematem wielu plakatów pod hasłem *ONE WORLD ONE DREAM FREE TIBET PEKING 2008* ‘jeden świat – jedno marzenie – wolny (uwolnić) Tybet’. Uzupełnienie oficjalnego hasła olimpiady w Pekinie o część *Free Tibet* nadało mu zupełnie odmienny od zamierzonego przez organizatorów wydźwięk i ponownie zwróciło uwagę świata na tragedię okupowanego przez Chiny narodu i kraju. Reżim w Chinach jest także krytykowany za bezduszny system prawno-sądowy, który skazuje na karę śmierci za przestępstwa gospodarcze – *Chiny: rekord świata w ilości wykonywanych egzekucji* – mówi jedna z nalepek, piętnujących poczynania komunistycznych oligarchów. Wydaje się, że po raz pierwszy z taką siłą zaistniał w sztuce ulicy sprzeciw młodych artystów wobec działalności reżimów i kierujących nimi dyktatorów.

Idee wolnościowe są szczególnie bliskie streetartowcom z Trzeciej Fali. Takie ikony walki o wolność bez przemocy – polityczną i społeczną – jak Martin Luther King, Mahatma Gandhi (*Mahatma noł vajlens* ‘M. bez przemocy’, pisownia fonetyczna), Nelson Mandela czy lekarka z Węgier Agnes Gereb (*Free Agnes Gereb*, ‘uwolnić A.G.’), która od lat walczy o prawo kobiet z jej kraju do swobodnego wyboru miejsca porodu i za to została wtrącona do więzienia, to prawdziwi bohaterowie licznych naklejek i plakatów. Cytowane są ich myśli o sytuacji społecznej w danym kraju, na przykład znane stwierdzenie Kinga o potrzebie równości społecznej: „Nauczyliśmy się fruwać jak ptaki, pływać jak ryby, ale nie nauczyliśmy się żyć jak bracia” lub rada Dalajlamy: „Żyj w zgodzie ze swoim sercem i służ tyle, ile możesz”. Taka lekcja historii jest czymś nieocenionym dla młodych ludzi, których kontakt z najnowszą historią świata jest jedynie okazjonalny. Działania „trzeciofalców” mają niewątpliwie walor edukacyjny.

<sup>140</sup> Zańko opowiada się za racjami amerykańskiego badacza Grahama Meikle’a, którego zdaniem *culture jammers* nie tylko zagłuszają czy blokują konkurencyjne komunikaty, ale przede wszystkim „tak przetwarzają dostępne obrazy i formy medialne, by za ich pomocą wyrazić swoje poglądy na kulturę i politykę” (2012, 8).

Za najważniejsze we współczesnym świecie uznają oni prawa człowieka, dlatego w swych pracach ośmieszają i tępią tych, którzy je niszczą lub ograniczają. Do antybohaterów zaliczają głównie dyktatorów: Aleksandra Łukaszenkę (przedstawiony, gdy odlatuje w kosmos rakieta z umieszczonym na niej ironicznym napisem *Białoruś żegna Łukaszenkę*) lub Władimira Putina, którego wizerunkowi zza krat towarzyszy napis utrzymany w konwencji informacji prasowej: *W ramach walki z międzynarodową przestępczością. Putin do więzienia. Lista zarzutów jest długa*. Do innych spektakularnych działań o podobnym charakterze można zaliczyć apele dotyczące różnych spraw politycznych, na przykład hasło *Wolność dla Iraq* z wizerunkiem kosturki niosącej czarną flagę z napisem *Made in USA* nawołuje do zaprzestania interwencji państw NATO w Iraku. Na jednej z naklejek widnieje rysunek wraz z ironicznym napisem umieszczonym na rękawie bojowej: *od Busha... Demokracja dla IRAQ*. Dołączony antywojenny komentarz piętnuje „wprowadzanie siłą demokracji w Iraku”.

Aby osłabić publicystyczny rodowód i wzmocnić siłę przesłania, autorzy komunikatów starają się nadać im różne postaci gatunkowe – fałszywego newsa, napisu handlowego umieszczonego w nieoczekiwanym kontekście oraz przewrotnej formuły życzeń. W ten sposób chcą zwrócić uwagę bombardowanego wielością wizualnych informacji mieszkańca miasta na ludzkie dramaty, powodowane często przez polityków i ich niezdrowe ambicje. Krytyką pod adresem ludzi władzy jest praca podpisana frazą *Idą ludzie Babilonu*<sup>141</sup>, przedstawiająca sylwetki uzbrojonych żołnierzy. Jak wiadomo, w ruinach starożytnego Babilonu mieściła się polska baza wojskowa, zaś sam Babilon to w oficjalnej kulturze i w subkulturach symbol zła. Gorzka ironia, zawarta w przekazie tych wlepek, pogłębia ich antywojenny wydźwięk oraz podkreśla nieodpowiedzialność zarówno dyktatorów, jak i demokratycznie wybranych przywódców państw, posyłających na niepotrzebną śmierć młodych ludzi.

Prowolnościowe przekonania streetartowców przyjmują często postać deklaracji ideowych i protestów. Wolność w uprawianiu sztuki w obszarze publicznym wykorzystują do propagowania prawa narodów świata do samostanowienia i życia w pokoju na własnej ziemi. *Naklejkersi* (jak siebie sami nazywają) z Trzeciej Fali upominają się o *Wolną Birmę*. W wielu ich pracach można portret głównej opozycjonistki Aung San Suu Kyi, traktowanej jako ikona walki ze zniewoleniem wprowadzonym przez dyktaturę. W swoim czasie „trzeciofalewcy” piętnowali także militarne działania rządu izraelskiego wobec Palestyńczyków, gdy na jego czele stał Ariel Sharon. Pytanie retoryczne na naklejce z aluzją do nazwy proszku (*Jak Ariel (Sharon) to wyczyści?*) uzupełniono

---

<sup>141</sup> Jest to nawiązanie do utworu grupy Izrael, uprawiającej reggae, pod tym samym tytułem: „Idą ludzie Babilonu / Będą dalej maszerować, / Dopóki nie padnie na kolana / Każdy kraj. / Jutro chcą zagarnąć cały świat, cały świat...” – zob. [http://www.tekstowo.pl/piosenka,izrael,ida\\_ludzie\\_babilonu.html](http://www.tekstowo.pl/piosenka,izrael,ida_ludzie_babilonu.html) (dostęp 14.05.2015).

obrazkiem pokrwawionych chust arabskich. Ten perswazyjny zabieg pozwolił postawić oskarżenie w sposób nienatarczywy, jednak bardzo sugestywny.

Dla lidera Trzeciej Fali Dariusza Paczkowskiego sztuka jest ważnym orężem walki z przemocą polityczną. Kiedy w Egipcie wybuchła w 2012 r. „arabska wiosna”, rewolucja skierowana przeciwko dyktaturze prezydenta Mubaraka, namalował na murze obraz przedstawiający egipskiego policjanta mierzącego rewolwerem w orła Saladyna, godło tego kraju. Tak odpowiedział na apel kairskiego graficiarza Ganzira do twórców świata i ogłosił swoją solidarność z protestującymi. Jeszcze dobitniej posłużył się swoją sztuką w akcji *FREE PUSSY RIOT*, zmierzającej do uwolnienia rosyjskich aktywistek aresztowanych w cerkwi po ich proteście przeciw polityce Putina. Wykonany z użyciem szablonu obraz przedstawiał modlącą się świętą postać z kapturem na twarzy (PSA2 135). Ekspresja tego niezwykłego zestawienia została wzmocniona dzięki wykorzystaniu symboliki kolorów stosowanym w malarstwie ikonowym prawosławia.

W kwestiach społeczno-politycznych dotyczących Polski twórcy Trzeciej Fali koncentrują się na takich coraz bardziej widocznych w sferze publicznej negatywnych zjawiskach, jak nazizm, szowinizm, rasizm, homofobia. Odrodzenie się szowinistycznych ruchów politycznych komentują naklejki z napisami: *Co to? Narodowe szaleństwo* (skierowana przeciwko narodowcom niszczącym prace graficiarzy); *70 lat sprzątania po naziolach*; *Nazizmu nigdy więcej na Allegro* (akcja przeciw sprzedawaniu hitlerowskich pamiątek i rekwizytów na portalu Allegro); *Bujaj się stąd, naziolu* (pod rysunkiem świni); *Hip hop nazi stop*; *Nacjonalizm wali na dekiel*; *Wybij to sobie z głowy, buraku!* (tępa twarz młodego człowieka, ogolona głowa i wymalowana na niej swastyka).

Negatywny osąd antybohaterów tych wlepek został spotęgowany przez dosadność użytych sformułowań uzyskaną dzięki zastosowaniu form polszczyzny potocznej, slangu młodzieżowego, zwrotów adresatywnych w wołaczcu. Artyści ulicy dostrzegają polskie problemy i nagłaśniają je, twierdząc, że ksenofobia ciągle pozostaje żywa w naszym kraju, zwłaszcza na stadionach, stąd hasło w formie imperatywnej: *Wykopmy rasizm ze stadionów*. Obecny w działaniach i pracach zarówno twórców Trzeciej Fali, jak i innych protest przeciwko politycznym skrajnościom, ujawniającym się w działalności niewielkich, ale groźnych młodzieżowych ruchów, świadczy o politycznej walce, jaka toczy się w niektórych środowiskach młodzieży, podobnie jak to się dzieje, choć z mniejszym natężeniem, w społeczeństwie dorosłych. Apele artystów/twórców mają nie tylko dawać do myślenia, ale przede wszystkim pobudzić do działania, do angażowania się w sprawy społecznie i politycznie użyteczne.

Krytyka ze strony artystów Trzeciej Fali dotyka zachowań polityków niezależnie od opcji, jaką reprezentują: *The truth is out there* ‘prawda jest gdzieś poza’

– głosi podpis pod obrazkiem przedstawiającym budynki polskiego Sejmu<sup>142</sup>. Do negatywnych bohaterów minionej dekady streetartowcy zaliczają głównie działaczy Samoobrony (napis *Teraz ja!* + wizerunek goryla w biało-czerwonym krawacie oraz, w innej wersji, *Teraz kurwa ja Andrzej Lepper* + King Kong w krawacie Samoobrony, atakujący gmachy Sejmu), Romana Giertycha i LPR (*Walcie się i mnie też, pedały. Romek G.*<sup>143</sup> oraz: *Wszyscy mogą cmoknąć Romka G.* + obraz gołego tyłka z napisem LPR), braci Kaczyńskich (*Sterowane radiem ojca R.* + kaczki przedstawione jako dziecięce zabawki).

Karierowiczostwo, polityczne chamstwo, homofobia i poddawanie się wpływom mocodawców, to zaledwie część zarzutów stawianych politykom, które, w domyśle, decydują o braku ich moralnych kompetencji do kierowania państwem. Piętnowany jest także skrajny nacjonalizm (częścią plakatu z portretem Giertycha jest napis *Jedna rasa, polska rasa*) i, już bezosobowo, ksenofobia (napis *Polska dla każdego*, ochraniany parasolem, oraz inny: *Polska against racism* ‘Polska przeciw rasizmowi’)<sup>144</sup>. Nasz kraj jest dla autorów szablonów i wlepek politycznie nieprzewidywalny, a jego przyszłe losy – zagrożone. To przesłanie jest zobrazowane przez papierowy stateczek z napisem *POLSKA* i podpisem *Uwaga, ostro faluje*. W takim otoczeniu dużą sugestywność wykazuje plakat z fotorealistycznym portretem płaczącej dziewczyny ze słowami: *AJM KRAJING TUDEJ* ‘dzisiaj płacze’. Spolszczona grafia, za pomocą której została wyrażona angielska fraza, jednoznacznie kieruje uwagę obserwatora w stronę polskich spraw. Trudno je ogarnąć w rodzimym języku, gdyż znaczenia wielu nadużywanych słów gubią swój sens i wymagają wyrażenia w inny, przyciągający uwagę, sposób.

Jeśli prześledzić internetowe strony streetartowców, to można zauważyć, że w ich pracach rzadko są podkreślane zasługi rodzimych polityków, tak jak w napisie z wizerunkiem historycznej postaci Jacka Kuronia: *ZA WOLNOŚĆ TRAFIAŁ DO PUCHY. JACEK KURON*<sup>145</sup>. Obok wolności ceniona jest tolerancja, uważana za podstawowy warunek rozwoju społeczno-politycznego: *TOLERANCJA! I JUŻ SIĘ KRĘCI* – głosi inny napis. Atrakcyjność języka graffiti, który umożliwia łączenie słowa z obrazem i wzmacnia przesłanie, ułatwia streetartowcom podejmowa-

<sup>142</sup> Użycie języka angielskiego w wielu napisach ma prawdopodobnie wzmocnić sugestywność treści, które, wyrażone po polsku, wydać się mogą zbyt oczywiste. Hasło *Legalize it!* ‘zalegalizujcie to’ i podobne należą do stałych motywów pieśni reggae (środowisko rastafari, np. Peter Tosh czy polski Vavamuffin z przebojem *Smoking*) i utworów hip hopu (np. amerykański Cypress Hill, polski Kaliber 44).

<sup>143</sup> Wulgaryzmy podnoszą wyrazistość emocjonalną komunikatów, ale stanowią też dosadną charakterystykę działań polityków i ich poglądów.

<sup>144</sup> W walce z rasizmem graffiti stosuje także uliczne praktyki subwersywne; np. w Poznaniu na placu Wolności można się było w kwietniu 2012 r. natknąć na napis *White Power* (międzynarodowe hasło narodowców i rasistów), przekształcony na *White Rowery*.

<sup>145</sup> Na stronach internetowych polskich streetartowców i w albumie PSA znaleźć można nieliczne pozytywnie nacechowane inskrypcje.



nie tematów mało obchodzących przeciętnego obserwatora oraz akcentowanie wartości, których raczej nie wyraziliby w inny sposób.

Członkowie Trzeciej Fali biorą także udział w walce o rozwiązanie ważnych kwestii społecznych w Polsce i na świecie, takich jak narkomania i walka o czyste środowisko naturalne człowieka. W kwestii narkotyków mają jednoznaczne poglądy: są przeciwni nawet marihuanie, uważanej w niektórych środowiskach młodzieży za stosunkowo nieszkodliwy środek odurzający. Na torbach z konopi wydrukowali napis *Do noszenia, nie do palenia*, a na naklejce inny: *Marianna pali głupa* (nawiązanie do hiszpańskiego rodowodu nazwy: *Maria + Juana*). W tak sformułowanej opinii można odczytać aluzję do odurzających właściwości marihuany oraz krytykę działań jej obrońców. Jest to równocześnie trawestacja znanego powiedzenia wiecznego opozycjonisty, Janusza Korwin Mikkego, *Rząd rżnie głupa*.

*Naklejkarze* afirmują życie i dystansują się wobec narkotyków: *Wiatr mną kręci, a nie dragi* – głosi napis z obrazkiem tańczącej dziewczyny; *Wybrałam życie – metadon mnie uratował* – oświadcza inna postać. Równocześnie, są przeciwni karaniu narkomanów, o czym świadczy apel *Leczyć zamiast karać*. Antynarkotykowy charakter ma kompozycja z obrazkiem ślimaka i napisem *Po-wolne myśli po kwasie* (potoczna nazwa LSD). Wlepki z obrazkiem przedstawiającym wbite w mur strzykawki nawołują do walki z dilerami, podobnie jak napis *Sprzedaj fucka dilerowi*. Trawestacja znanej biblijnej formuły *Prochem jesteś i w proch się obrócisz* (Księga Rodzaju 3, 19) zyskała postać *Prochy bierzesz, w proch się obrócisz*. Jest to część projektu *Koniec z drugami*, który miał w swych jednostkowych realizacjach przekonać młodych ludzi do porzucenia narkotyków jako drogi donikąd.

Perswazyjność przekazu osiągnąta jest za pomocą często połączonych ze sobą werbalnych i wizualnych środków oddziaływania. Na przykład wyraziste przesłanie zostało wzmocnione emocjami zawartymi w obrazie przedstawiającym zjadającego mózg robota z napisem *Amfetaminowy mózgożer*<sup>146</sup>. Jednoznaczna krytyka sprzedaży i zażywania narkotyków jest w tym przypadku bezprecedensowa. Wiadomo, że od lat toczy się, także w Polsce, walka niektórych środowisk o dopuszczenie do użytku tzw. miękkich narkotyków, takich jak marihuana i haszysz<sup>147</sup>.

Działania streetartowców Trzeciej Fali zasilają nurt krytyki nadużyć władzy, także tej lokalnej, tak silnie obecny w ostatnich dziesięcioleciach XX w. w Polsce (Sawicka 1994, 165). Jednak przede wszystkim są skierowane przeciwko radykalizmom politycznym zagrażającym społeczeństwom zarówno w poszczególnych krajach, jak i w skali całego świata.

---

<sup>146</sup> Wszystkie wykorzystane cytaty pochodzą ze strony internetowej Trzeciej Fali <http://www.3fala.art.pl/> (dostęp 3.06.2011).

<sup>147</sup> Zob. np. [www.trawka.com.pl/](http://www.trawka.com.pl/); [www.hemp.pl/](http://www.hemp.pl/) (dostęp 3.06.2011) – tu m.in. szczegółowe instrukcje uprawy konopi indyjskich.

Inni polscy twórcy street artu, tacy jak członkowie Grupy Twożywo, Peter Fuss, Styles czy Zbiok, którzy nie muszą walczyć o wolność własnego narodu czy o wolność słowa, za to przekonująco przedstawiają zagrożenia, jakie dla tożsamości człowieka, wspólnot narodowych i etnicznych niesie współczesny świat. Ich kontestacja ma na celu zachowanie indywidualnej wolności każdej osoby (i całych narodów), jej prawa do intymności, miłości i samorealizacji, do sprawiedliwego traktowania przez system społeczno-polityczny i twórczej egzystencji w oswojonym lokalnym świecie. Polscy twórcy do największych zagrożeń wolności człowieka zaliczają rozbuchany konsumpcjonizm, wywołany strategią i działaniami światowych korporacji, banków i mediów, dla których zysk jest najważniejszym celem<sup>148</sup>.

Innym zadaniem streetartowców stała się walka z dewastującą przestrzeń publiczną wszechobecną korporacyjną reklamą napędzającą konsumpcję. Zwalczanie reklam to jeden z najważniejszych obszarów subwersywnych działań twórcy z Trójmiasta o pseudonimie Peter Fuss. Antykonsumpcyjne przekonania artysty dobrze ilustruje następujące przedsięwzięcie zrealizowane na billboardzie ze Stoczni Gdańskiej. Przez długi czas widniała na nim flaga biało-szara z napisem *THIS PICTURE IS NOT FOR SALE* 'ten obraz nie jest na sprzedaż' – sprzeciw wobec wszechogarniającej komercjalizacji i zarazem apel o nadanie naszej codziennej egzystencji głębszego wymiaru duchowego. Zastępując treści marketingowe plakatami z przekazami zmuszającymi do refleksji nad sensem życia, Fuss zdaje się mówić, że świat cierpi na deficyt duchowości, na brak perspektywy eschatologicznej i nie wystarczy zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych i materialnych.

Kontestacyjne akcje skierowane przeciw panowaniu bezdusznego świata konsumpcji, kultu piękna, młodości i sukcesu mają jednak dodatkowy kontekst. Coraz częściej prawom rynku ulegają sami streetartowcy, którzy na zamówienie różnych urzędów i instytucji zaczynają masowo produkować „ładne obrazki w ramach obchodów kolejnych rocznic”, co, z kolei, wywołuje reakcje obronne części tego środowiska<sup>149</sup>. Z drugiej strony, trudno w tym fakcie postępującej komercjalizacji street artu nie dostrzec sposobów na jego obłaskawienie przez różne grupy interesów, możliwych sponsorów i instytucje państwowe, którzy pragną go przykroić do niewybrednych gustów masowej publiczności, „zgodnie z regułami

---

<sup>148</sup> Amerykański socjolog S. Hall udowodniał w swoich studiach kulturowych nad ideologiczną rolą mediów we współczesnym świecie, że to właśnie one, będąc narzędziami w rękach korporacji, narzucają oficjalny dyskurs w społeczeństwie konsumpcyjnym. Na szczęście odbiorcy, a wśród nich – można dodać – także graficy i streetartowcy, starają się przeciwstawić owej hegemonii (badacz używa tego określenia), namawiając do aktywnego wobec niej oporu. Hall dodaje ważne spostrzeżenie: „walka ideologiczna to walka o język”, w której to „semantycznej rozgrywce na boisku mediów” uczestniczą zwłaszcza ludzie zepchnięci na margines życia społecznego (Griffin, 366-376).

<sup>149</sup> O niebezpieczeństwie komercjalizacji działalności graficy i obronie przed nią pisze M. Rutkiewicz (2011, 158).

dystynkcji społecznych”, opisanymi przez Pierre’a Bourdieu (Duchowski, Sekuła 2011, 12). Przenoszenie street artu do galerii czy muzeum niesie także inne niebezpieczeństwo: pozbawiony „ulicznego” kontekstu traci na sile oddziaływania oraz celowości przekazu i staje się dekoracją<sup>150</sup>.

Wydaje się czymś naturalnym, że po latach „undergroundowego” bytu sztuka ulicy, przynajmniej w pewnych zakresie, ulega urynkowaniu i staje się elementem oferty kulturalnej. Nie można także odmówić racji zwolennikom muzealizacji, którzy twierdzą, że „muzeum ma obowiązek otworzyć się na jedną z dominujących praktyk artystycznych kultury współczesnej”, zaś estetyka wpracowana przez graffiti i street art jest obecna w wielu dziedzinach, na przykład w modzie, projektowaniu graficznym, nie mówiąc już o sztukach wizualnych (Biskupski 2011, 88). W funkcjonowaniu mechanizmów komercjalizacji, która zmienia w pewnym stopniu sposób funkcjonowania kultury młodzieżowej, Barbara Fatyga dostrzega dwa aspekty: po pierwsze – wpływ amerykańskiej kultury popularnej, która z kultury młodzieżowej (alternatywnej) „uczyniła swoje zaplecze”, a po drugie – nieuchronność procesów jej instytucjonalizacji i urynkowania, które to zjawiska, paradoksalnie, mogą stać się jej siłą (2005, 269-275).

## **2. Wykładniki tożsamości kulturowej i narodowej w erze globalizacji w polskim, litewskim oraz łotewskim graffiti i wlepkarstwie<sup>151</sup>**

Tożsamość kulturowa to pojęcie, które jest różnie rozumiane, często zamiast niego używa się określenia tożsamość społeczna (Brzezińska 2006, 58-59). Tymczasem ten rodzaj tożsamości rodzi się jako następstwo wzajemnego oddziaływania na siebie w procesie socjalizacji jednostki dwóch rodzajów tożsamości: społecznej i indywidualnej (Mamzer 2002, 100). Należy pamiętać, że pojęcie tożsamości narodowej jest nieostre, w przeciwieństwie do pojęć tożsamości obywatelskiej, etnicznej czy rasowej (Szopski 2005, 37-38). W przypadku Polski te tożsamości są niemal równoważne – zdecydowana większość obywateli Polski czuje się Polakami, mniejszości narodowe i etniczne są nieliczne. Stąd w graffiti, jakie widnieje na murach Warszawy i innych polskich miast, raczej nie pojawiają się napisy czy wypowiedzi w innych językach niż polski (jeśli nie brać pod uwagę wszechobecnej angielszczyzny jako jednego z efektów globalizacji), nie widać też ksenofobicznych treści skierowanych przeciwko przedstawicielom innych narodowości i grup etnicznych oraz przeciw obcym, na przykład imigrantom, którzy coraz liczniej przybywają do Polski. Napisy, rysunki czy emble-

---

<sup>150</sup> Opinia K. Jakoba, wyrażona w książce *Street art in Berlin* (2008), za: B. Kietlińska 2008, 39.

<sup>151</sup> Podrozdział został częściowo oparty na: Moch 2011b.

maty antyżydowskie, które tu i tam widnieją, służą fanatycznym kibicom jako narzędzie walki ze zwolennikami innych klubów sportowych, nie mają zatem charakteru rasistowskiego.

Analiza działań streetartowców pod kątem ich stosunku do kwestii tożsamości kulturowej i narodowej oraz obywatelskiej jest zadaniem trudnym, gdyż wymaga pozbawionego uprzedzeń podejścia do kwestii globalizacji pojmowanej jako proces ponadnarodowej identyfikacji, rozpoznania i próby rozwiązania problemów społecznych wspólnych wszystkim mieszkańcom naszego globu. Refleksji w tej części pracy zostaną poddane te elementy i sfery działania polskich, litewskich i łotewskich graficyarzy, które wykazują zbieżności i różnice w konceptualizacji kwestii tożsamości kulturowej w zglobalizowanym świecie. Zastanowienia wymaga kwestia, czy monokulturowość Warszawy, z jednej strony, a wielokulturowość Wilna i Rygi, z drugiej, mają wpływ na treści tego, co pojawia się na murach. Inny problem, który trzeba brać pod uwagę przy analizie zagadnień tożsamościowych, to stosunek twórców graffiti z Polski, Litwy i Łotwy do przeszłości. Czy wobec faktu przynależności tych krajów do wspólnoty państw Unii Europejskiej w ich pracach pojawiają się elementy, które regulują zaszczości historyczne lub określają w sposób mniej lub bardziej wyrazisty podejście do kwestii tożsamościowo-kulturowych?

Należy przyjąć zastrzeżenie, że w przypadku graficyarzy i części środowiska street artu, tworzących własną subkulturę, pojęcie tożsamości kulturowej ma podwójny wymiar. Przede wszystkim zawiera te normy i wzory kulturowe, w które zostaje wyposażony młody człowiek w rodzinie funkcjonującej w określonych warunkach społecznych: dzielnicy, miasta i kraju. Nakładają się na nie, i to w sposób dominujący, normy postępowania, wartości i przekonania obowiązujące w grupie subkulturowej. Można więc mówić o nowym rodzaju tożsamości kulturowej nadającej ulicznym twórcom status względnej społecznej odrębności<sup>152</sup>. Każdy przypadek identyfikowania się przez nich z normami i przekonaniem uniwersalnymi stanowi zatem także przejaw budowania tożsamości wewnątrz własnej grupy subkulturowej. Posiedli oni równocześnie umiejętność „wpisywania się w rozmaite tożsamości grupowe za pomocą przekształceń w fizycznej i wizualnej przestrzeni miejskiej” (Skórzyńska 2010, 64).

Zacznijmy od kwestii wiążących się z globalizacją. Graffiti jako ponadnarodowe zjawisko kulturowe stanowi jeden z jej przejawów, a zarazem jedno z jej dobrodziejstw<sup>153</sup>. Młodzi ludzie, działający w podobny sposób w różnych czę-

<sup>152</sup> Zdaniem A. Wabika, „członkowie subkultury graffiti pozostają nadal wąską, nieco hermetyczną grupą, rządzącą się odrębnymi prawami, posiadającą własną tradycję i mitologię”, czego świadectwem okazała się zdecydowana reakcja tego środowiska na próbę zamalowania przez firmę Adidas muru służewieckiego – symbolicznego miejsca narodzin polskiego graffiti – w celu umieszczenia tam gigantycznej reklamy (2011, 241).

<sup>153</sup> N. Ganz podkreśla globalny charakter graffiti i jego demokratyczny charakter, pisząc: „narodowość, rasa i płeć nie mają żadnego znaczenia w świecie graffiti” (2008, 7).

ściach świata, mogą, korzystając ze stworzonych przez siebie technik wizualnych, zakomunikować miastu i światu swoje istnienie, dać wyraz artystycznej ekspresji i estetycznej wrażliwości oraz poglądom na różne sprawy. Dzięki internetowi<sup>154</sup> graficyarze i twórcy street artu/urban artu tworzą wspólnie największą w dziejach świata galerię sztuki, którą może obejrzeć każdy, kto ma dostęp do globalnej sieci. Poznając prace rówieśników, zaprzyjaźniają się z nimi, odwiedzają, czasem nawet w bardzo odległych krajach, prowadzą akcje malowania graffiti czy murali. Działalność tych grup subkulturowych ma zatem walor integracyjny w skali światowej. Do swoich kompozycji ich członkowie często dołączają komunikaty słowne, dzięki czemu zyskują one na nie tylko na wyrazistości, ale zyskują walor komunikacyjny. Globalizacja przejawia się tu w tym, że wiele graficyarskich przekazów werbalnych jest formułowanych po angielsku. Języki narodowe, rzecz jasna, nie tracą w tej zglobalizowanej rzeczywistości mocy tożsamościowej, ale ich zasięg oddziaływania najczęściej ogranicza się do terytorium danego kraju.

W Warszawie prace z podpisami w języku angielskim czasem przyjmują postać żartów lub supozycji o pseudoreklamowym i autotematycznym zarazem charakterze, na przykład wymalowane na ogrodzeniu toru służewieckiego hasło *Spray your name* 'namaluj swoje imię' stanowi zachętę dla graficyarzy, aby za pomocą puszek ze sprayem wymalowali na murze swój pseudonim lub tag.



Określenie *All IN ONE* 'wszystko w jednym', oznaczające w technice informatycznej komputery, których (prawie) wszystkie komponenty mieszczą się w jednej obudowie, dowcipnie zostało odniesione do osoby graficyarza, który cały, potrzebny mu do wykonania obrazu, warsztat nosi ze sobą, czyli jest samowystarczalny.

<sup>154</sup> Według WSJP, zob. [http://www.wsjp.pl/index.php?id\\_hasla=33275&id\\_znaczenia=4831091&l=10&ind=0](http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=33275&id_znaczenia=4831091&l=10&ind=0), dopuszczalne jest w polszczyźnie zapisywanie formy „internet” małą literą. Autor pracy przyjął to rozwiązanie.

Globalizacji ujawniającej się w stosowaniu angielszczyzny przeciwstawia się dążenia globalizacyjne. Znajdują one wyraz w używaniu języków narodowych. W Wilnie obok napisów w języku angielskim i litewskim można napotkać nie-liczne inskrypcje po rosyjsku, zwłaszcza w okolicach gmachu litewskiego parlamentu i w skate parku nad Wilią. Może to świadczyć o tym, że zarówno dla polskich czy litewskich writerów, jak i dla graficiarzy identyfikujących się z narodowością rosyjską, a zamieszkałych na Litwie, język jest ważnym wykładnikiem tożsamości narodowej. *Или ты забыл?* ‘czy zapomniałeś?’, *Или ты не знал?* ‘czy nie wiedziałeś?’ – to pytania, które mogą się odnosić do wspólnych niełatwych doświadczeń litewskich i rosyjskich mieszkańców Wilna z okresu transformacji ustrojowej i antysowieckich działań Litwinów na początku lat 90. ubiegłego wieku oraz do faktu ich coraz trudniej układającego się sąsiedztwa z mniejszościami. Jak memento jawi się napis na jednym z przeznaczonych do wyburzenia domów na wileńskiej starówce: *Пустой дом* ‘opuszczony dom’.



Wilno jak w soczewce skupia także sprawy stosunków polsko-litewskich. W miejscach, w których widnieje graffiti, trudno napotkać treści sformułowane po polsku. Brak ten może wynikać z faktu, że mieszka tu mniej młodych Polaków lub może nie chcą oni drażnić litewskich rówieśników swoją narodowo zdefiniowaną obecnością na graficiarskich *miejscówkach*. Narzędziem trudnego dialogu między obu narodami staje się wlepka. Polscy i litewscy wlepkarze poruszają sprawy wzajemnych relacji, w tym zwłaszcza obarczone balastem nie zawsze dobrej wspólnej historii kwestie tożsamościowe. Przykładem takiego dyskursu, zdominowanego przez nacjonalistów z obu stron, jest akcja naklejania wlepek o treści politycznej na tablicach z nazwami ulic (lato 2012). Trudno powiedzieć, która strona ją zapoczątkowała, niemniej efektem skierowanych przeciwko sobie działań są napisy: polski *JESTEŚMY U SIEBIE* – na tle polskiego godła i promieniście rozchodzących się od środka wlepki flag biało-czerwonych – umieszczony na obleganej przez turystów ulicy Pilies ‘Zamkowej’ – oraz litewska wlepka z napisem: *VILNIUS – MŪSŪ MIESTAS* ‘Wilno – moje miasto’ z wizerunkiem wieży

telewizyjnej<sup>155</sup>, która jest symbolem wyzwolenia spod sowieckiego zniewolenia. Umieszczono ją na tabliczce z nazwą ulicy Literatę, znanej z tego, że mieszkali na niej polscy poeci, zwłaszcza A. Mickiewicz, uważani przez Litwinów za swoich.



<sup>155</sup> Wieża odegrała zasadniczą rolę w wydarzeniach z 13 stycznia 1991 r., kiedy to 14 cywilów zginęło, a 700 zostało rannych w wyniku szturmowania wojska. Litwini zorganizowali protest przeciw zajęciu jej przez żołnierzy Armii Radzieckiej – zob. [https://pl.wikipedia.org/wiki/Wieża\\_telewizyjna](https://pl.wikipedia.org/wiki/Wieża_telewizyjna). Dostęp w lipcu 2012.

W Wilnie trudno znaleźć prace streetartowców o charakterze *stricte* politycznym, poza nieco wydumanym przekazem patriotycznym, podkreślającym świadomość społeczeństwa obywatelskiego Litwy: *NE MES LIETUVOS LIETUVA – MŪSŪ: GIERAUSIA MŪSŪ GALIMYBĖ* ‘nie my należymy do Litwy, ale Litwa do nas: to najlepsza dla nas opcja’ (naprzeciw gmachu parlamentu litewskiego) lub naszkicowanymi Słupami Giedymina, stanowiącymi jeden z najważniejszych znaków litewskiej tożsamości<sup>156</sup>.



Wspólna dla polskich, litewskich i rosyjskich mieszkańców Wilna trudna historia wzajemnych stosunków narodowościowych i sąsiedzkich okazuje się ważnym wykładnikiem ich tożsamości, elementem dialogu, w którym ujawnia się podejście skrajnie nacjonalistyczne, z jednej strony lub refleksyjne – z drugiej. Patriotyzm łączy się tu z szowinizmem, co ów dialog czyni często niemożliwym.

Bardziej uniwersalne i aluzyjne zarazem podejście do kwestii działań motywowanych patriotycznie znaleźć można na Łotwie. W centralnym miejscu Rygi, na placu katedralnym, na jednej z kamienic wykalgigrafowano starannie łotewską maksymę *Kāds, kurš saka: „Tas nav izdarāms”*, *nekad nedrīkstētu pārtraukt kādu, kurš to dara* ‘ten, kto mówi, że coś jest niemożliwe do zrobienia, nie powinien zatrzymywać tego, kto to robi’. Łotewski głos wolności lub pochwała tych, którzy uwierzyli w rzeczy pozornie niemożliwe i ich dokonali? A może zachęta do dalszej transformacji kraju, która, choć wymaga wyrzeczeń, nie może już zostać przez nikogo zahamowana.

<sup>156</sup> Są to symbole rodowe Wielkiego Księcia Giedymina oraz jego syna Kiejstuta oraz wnuków Władysława i Witolda.





Dla polskich graficy patriotyzm, zwłaszcza lokalny, okazuje się ważnym wykładnikiem ich tożsamości narodowej i kulturowej. Trudno znaleźć w ich pracach deklaracje o charakterze patriotycznym wyrażone wprost i odnoszące się do całej wspólnoty narodowej. Przeważają akcenty patriotyczne w postaci z lekka zakodowanych komunikatów, czytelnych jednak zwłaszcza dla młodego pokolenia. Przykładem może być rebus przedstawiający angielski zaimek I 'ja' + serce symbolizujące treść słowa *love* lub polskiego *kocham* oraz skrótowiec *PL* lub *Wawa/Wuwua*, co oznacza: 'kocham Polskę, Warszawę itp.'. Często nie są to indywidualne deklaracje osób, które w taki – skrótowy i symboliczny – sposób wyrażają swoją miłość do ojczyzny lub miasta, lecz napisy umieszczone na billboardach lub city lightach z logo danej instytucji czy redakcji.

Bydgoscy writerzy także lubią swoje miasto, choć potrafią skrytykować brzydotę niektórych miejsc. Lokalny patriotyzm wyrażają, umieszczając skrótowiec *BDG* 'Bydgoszcz' w różnych miejscach; pojawia się on często jako element kompozycji malarskich, czasami towarzyszy tagom.



Broniąc się przed globalizacją, która obniżyła rangę narodowych ojczyzn, ludzie wzmacniają więzi regionalne. Jednak, idąc w stronę małych ojczyzn, nie tracą potrzeby identyfikacji z narodem i państwem, ale zwłaszcza z własnym miastem, co widać na ulicach Warszawy, Bydgoszczy, Wilna czy Rygi. Podmiotowe podejście do kwestii narodowych i obywatelskich staje się czymś ważnym, zwłaszcza w niełatwej sytuacji geopolitycznej, w jakiej przyszło żyć przez wieki zarówno Polakom, jak i Litwinom czy Łotyszom. Po latach sowieckiej okupacji wzięli oni sprawy w swoje ręce. Poczuli się gospodarzami odpowiedzialnymi za przyszłość państwa i narodu. Komunikując się ze społeczeństwem za pośrednictwem graffiti, wykorzystali takie zjawiska komunikacyjne, jak interakcja i artystyczna ekspresja, które czynią ich działania bardziej skutecznymi niż w przypadku, gdyby ograniczyli się do jednostronnego przekazu, opartego na sterowaniu<sup>157</sup>.

Publiczne wyrażanie patriotyzmu w skali lokalnej staje się w Polsce coraz modniejsza, choć często stanowi element aktualnej walki politycznej. Aktywni w podejmowaniu tematyki patriotycznej są głównie muzycy rockowi i rapowi, jednak writerzy także odnoszą się do tragicznych wydarzeń z historii, które dla zachowania tożsamości narodowej przez Polaków mają ciągle duże znaczenie. Dowodem tego jest choćby uliczna galeria street artu opiewającego Powstanie Warszawskie na murze stadionu Polonii na Konwiktorskiej. Stworzyli ją malarze, którzy zaczęli od uprawiania graffiti – Rafał Roskowiński<sup>158</sup>, Jacek Wielebski i Adam Walas.

Zdawałoby się, że w dobie globalizmu przynależność oraz samoidentyfikacja narodowa traci na znaczeniu. Można się zastanawiać, czy jednonarodowa struk-

<sup>157</sup> O znaczeniu i skuteczności komunikacji opartej na sterowaniu, interakcji i ekspresji zob. Mikułowski Pomorski 2006, 216-219.

<sup>158</sup> Roskowiński, absolwent ASP w Gdańsku, jest uważany za twórcę polskiego muralu artystycznego. Już w latach 80. ub. wieku tworzył w Trójmieście wielkie malowidła naścienne, a później zainicjował dwa artystyczne przedsięwzięcia, które przesądziły o szybkim rozwoju sztuki muralu: projekt *Węzeł Kliniczna* (1996) i *Festiwal Malarstwa Monumentalnego* na gdańskim blokowisku Zaspą (1997), kontynuowane w następnych latach przez Piotra Szwabego (PSA2 26).

tura społeczna Warszawy lub wielonarodowy i wielokulturowy charakter Wilna i Rygi mają wpływ na to, co jest wypisywane czy wymalowywane na murach tych miast. W Wilnie przeważają teksty i napisy w języku litewskim, co oznacza określenie przez wileńskich malarzy swej tożsamości narodowej i obywatelskiej jako litewskiej. Współistnienie mieszkańców o różnym pochodzeniu etnicznym i narodowym nie znajduje wyrazistego odzwierciedlenia w tym, co się znajduje na murach tego miasta. Nie brakuje tu graficiarskich kompozycji, które łączą obraz ze słowem wyrażonym po angielsku, ale częściej anglojęzyczne komunikaty można spotkać w Warszawie. Mogłoby to świadczyć o tym, że stolica Polski jest nieco bardziej kosmopolityczna niż Wilno. Mieszka tu lub przebywa czasowo sporo cudzoziemców, do których przekaz w języku angielskim łatwo dotrze, więc obecność tego międzynarodowego środka komunikacji jest choćby z tego względu uzasadniony. Patrząc szerzej, stosowanie języka angielskiego to widoczny przejaw interkulturowego charakteru graffiti i street artu, czemu sprzyja łatwy dostęp do prac graficiarskich i streetartowych z całego świata na licznych wyspecjalizowanych stronach internetowych.

Porównanie treści i przesłań kompozycji wykonanych przez graficiarzy ze wspomnianych miast nie wykazuje znaczących różnic. W ich pracach jest wiele podobnych wątków tematycznych, które służą wyrażaniu przez nich tożsamości zarówno kulturowej, jak i narodowej. Walka o zachowanie różnych rodzajów tożsamości w epoce globalizacji przenosi się dzisiaj na płaszczyznę rozważań o roli takich uniwersalnych wartości, jak miłość, wolność, sprawiedliwość, widzianych często w wymiarze jednostkowym i osobistym. Właśnie ta perspektywa niesie nadzieję na uporanie się z ujemnymi skutkami globalizacji, do których zalicza się narzucanie wszystkim narodom takich samych wzorów i schematów w życiu społeczno-politycznym, przeciwko czemu twórcy street artu zdecydowanie protestują.

Polscy, litewscy i łotewscy graficiarze koncentrują się głównie na zbudowaniu wyrazistej lokalnej tożsamości kulturowej i narodowej, ale raczej nie o charakterze nacjonalistycznym (pomijając „pojedynek” na wlepki). Więcej ich łączy niż dzieli, gdyż opierają się na zbliżonym systemie wartości, wśród których do najważniejszych należy szeroko rozumiana wolność artystyczna i niezależność wobec systemu społeczno-politycznego. Z przekazów ulicznych aktywistów wynika, że mają poczucie permanentnego kryzysu wartości, o których ocalenie trzeba walczyć. To starają się robić podczas swych działań na ulicach miast.

Obecność rodzimych twórców street artu jako autorów legalnie wykonywanych murali jest coraz bardziej widoczna w kulturowym pejzażu miast takich, jak Warszawa, Gdańsk, Łódź, Poznań lub Bydgoszcz. W coraz większym stopniu ujawniają się także ich koledzy z państw położonych po wschodniej stronie polskiej granicy. Prace streetartowców stanowią przeciwwagę dla komercji oraz nadmiernej ingerencji urzędników i polityków w ikoniczną przestrzeń miejską, a przez nią – w codzienne życie zwykłych ludzi. Ironia, kpina lub sprzeciw, a czasami tylko

refleksja nad życiem mają za zadanie budzić sumienia i świadomość tych, którzy korzystają z dobrodziejstw cywilizacji, ale równocześnie są narażeni na jej ujemne skutki. Choć stosują nieco odmienne techniki malowania i uprawiają raczej inne gatunki sztuki ulicy (w Warszawie – przewaga barwnych kompozycji, liternictwa i murali, w Wilnie i Rydze więcej szablonów i tagów), to łączą ich podobne cele i wartości, zarówno partykularne, jak i ogólnoludzkie. Walka o zachowanie tożsamości regionalnej i subkulturowej w obrębie własnej kultury narodowej – z jednej strony, a podtrzymywanie uniwersalnych wartości w skali globalnej – z drugiej.

Wśród wykładników tożsamości narodowej i kulturowej najważniejsze dla graficyarzy i streetartowców zarówno z Polski, jak Litwy i Łotwy okazało się manifestowanie patriotyzmu o charakterze lokalnym, w nieco mniejszym – wyrażanie postaw pronarodowościowych, w tym nacjonalistycznych i szowinistycznych. Języki narodowe, których używanie jest także wykładnikiem narodowej i państwowej identyfikacji, okazują się ważne, ale we wszystkich tych krajach, choć w mniejszym natężeniu na Łotwie, można znaleźć wiele komunikatów i wypowiedzi po angielsku. Jest to widoczny efekt globalizacji, dążenia do efektywnego komunikowania się ludzi z różnych części Europy i świata.

Ważna dla artystów z trzech wymienionych krajów okazuje się symbolika i barwy narodowe. Identyfikacja z nimi jest traktowana jako wyraz narodowej dumy i oznaka patriotyzmu – to kolejny wykładnik. Tym niemniej, poszczególne państwa europejskie są przez nich traktowane jako autonomiczne części większego organizmu, zwłaszcza w obszarze wspólnych działań artystycznych. Europa równoprawnych organizmów narodowych, ale i Europa zjednoczona kulturowo – tak w dobie globalizacji postrzegają nasz kontynent uliczni twórcy z poszczególnych krajów. Widzą oni, pomimo negatywnych zjawisk, pozytywne strony globalizacji oraz jednoczenia się państw w Unii Europejskiej. Charakterystyczna w tej mierze jest wypowiedź Meata: „Wszyscy mieszkamy się teraz w kotle, którym jest Europa bez granic. Swoje dokłada też internet, w ciągu godziny możesz zobaczyć, co robią ludzie w wielu krajach i różnice się zacierają. Myślę, że my, warszawscy writerzy, jesteśmy częścią europejskiej sceny i tak się czujemy. Graffiti to język uniwersalny” (GwP 193).

### **3. Antysystemowa kontestacja na przykładzie graffiti i street artu z Polski, Litwy, Łotwy i Rosji<sup>159</sup>**

Jedną z płaszczyzn łączących graficyarzy i streetartowców z Europy Środkowej i Wschodniej jest podobne spojrzenie na problemy społeczne i polityczne. Nawoływanie do sprawiedliwości i do walki z panującym systemem ciągle jest

---

<sup>159</sup> Podrozdział został w części oparty na: Moch 2013.

aktualne w subkulturach działających w krajach tego regionu, mimo faktu, że demokracja i kapitalizm dopiero się w nich odradzają. Jednak wraz z rozwojem dysproporcje między bogatymi a biednymi powiększają się z dnia na dzień, rośnie liczba osób wykluczonych ekonomicznie i żyjących na społecznym marginesie. Problemy te znajdują odbicie w pracach polskich, jak i litewskich, łotewskich czy rosyjskich graficiarzy. *KuR TeISYBE? 'Gdzie sprawiedliwość?'* – pyta wileński kot i być może chodzi mu jedynie o zagwarantowanie ochrony i praw zwierząt. Zauważmy jednak, że na tym graffiti jest on bardzo uczłowieczony, personifikacja obejmuje sylwetkę, gesty i samą wypowiedź.



Jeszcze dobitniej kwestię nierówności społecznych i niesprawiedliwego rozdziału dóbr oddaje antysystemowe hasło *Fuck the system* 'pieprz system'. Widnieje ono na ścianie pomieszczenia, z którego wydaje się żywność i różne rzeczy codziennego użytku bezdomnym i żyjącym w biedzie w przejściu pod ulicą Służewiecką w Warszawie. Przyszło do Europy jako jeden z efektów globalizacji (szybki obieg informacji w „totalnej wiosce” jest jedną z jej cech), w ostatnich latach, ale swym ideologicznym rodowodem sięga końca lat 40. ubiegłego wieku, kiedy to w Stanach Zjednoczonych pojawiają się pierwsze kontrkultury – beatnicy, diggerzy, hipsterzy, ridersi, rockersi, motocykliści, Aniołowie Piekieł, natomiast w latach 60. następuje hipisowska kulminacja buntu, podkreślona przez kryzys roku 1968.



*System* jest dla młodzieżowych subkultur czymś ponadnarodowym, globalnym, układem władzy tworzonym i podtrzymywanym przez polityków i międzynarodowe korporacje. Jego dominacja stanowi, zdaniem ich przywódców, zagrożenie dla narodowych tożsamości i pojedynczych osób. Nic dziwnego, że hasło walki z nim pojawia się co jakiś czas, między innymi w formie przewrotnego pytania *A co TY zrobiłeś dla fakania systemu?*<sup>160</sup>, które wygłasza postać z szablону, przypominającą pierwszych amerykańskich prezydentów, ale ze znacznikiem anarchistów na kapeluszu<sup>161</sup>. Hipisi starali się z systemem walczyć pokojowo, przynajmniej na początku. Proponowali alternatywną drogę rozwoju, ale nie odnieśli sukcesu. Zapoczątkowana przez nich społeczno-obyczajowa rewolucja jednak przynosi owoce we współczesnej rzeczywistości społecznej różnych krajów, po wielu latach od jej rozpoczęcia. Ciekawe, że przez całą długość biegnącej prostopadle ściany biegnie ozdobny napis po polsku *DZIĘKUJEMY*. Być może są to podziękowania dla organizatorów pomocy ubogim. Rozbieżność treści obu komunikatów wywołuje niezamierzony efekt ironii u przechodzących.

Wileński graficiarz proponuje znacznie subtelniejszą formę protestu. Kieruje go przeciwko narzucaniu przez państwo niezyciowych zakazów i utrudnianiu życia mieszkańcom miasta. Napis w wąskiej bramie prowadzącej na podwórko jednej z wileńskich posesji *IVAŽIUOTI LEIDŽIAMA TIK TARNYBINIAM*

<sup>160</sup> Przewrotne nawiązanie do słynnego zdania „Nie pytaj, co Ameryka może zrobić dla ciebie, ale co ty możesz zrobić dla Ameryki” – wygłoszonego przez prezydenta Johna Fitzgeralda Kennedy’ego.

<sup>161</sup> Hasło *fakania/fukania systemu* zrobiło karierę w internecie. Na przykład na blogu <http://pr0myczek.blox.pl/2009/05/Fuck-the-system.html> w tekście pod tytułem „Fakam ten system” można znaleźć protest przeciwko „obrączkowaniu”, czyli zawieraniu małżeństw: „(...) nie pójde na romans z systemem. System co najwyżej mogę wypieprzyć” (dostęp 3.02.2015).





Na Zachodzie, jak i Wschodzie (Rosja, Litwa, Łotwa) dominują strategie street artu o charakterze subwersywnym, czyniąc z artystycznych wytworów sztukę zaangażowaną. Ową dążność można dostrzec w wielu dokonaniach rosyjskiego street artu, zwłaszcza tych o wydźwięku politycznym. Nieliczna represjonowana opozycja protestuje przeciwko Rosji Putina – państwa, w którym wskrzeszeniu uległy „tradycje Czarnej Sotni i carskiego samowładztwa”<sup>162</sup>. Normą stało się wtrącanie niepokornych obywateli do więzień i łagrów z pomocą uległych władzy sędziów, generałów i urzędników państwowych, zdarzają się skrytobójstwa polityczne<sup>163</sup>.

Przykładem działań skierowanych przeciwko „nowemu carowi Rosji”, jak często nazywają Putina media, jest akcja, którą 20 lutego 2011 r. przeprowadzili w centrum Moskwy aktywiści ruchu Мы (Мы) i Зміна (Смена). Otóż powiesili oni na moście Большой Москворецкий, w pobliżu Kremla, wielki banner z fotografiami Michaiła Chodorkowskiego (*osobistego więźnia Putina* – fragment tytułu książki, przetłumaczonej na wiele języków)<sup>164</sup> oraz Władimira Putina (jego postać widnieje z za krat więziennych) i z podpisem *Пора меняться!* ‘Pora się

<sup>162</sup> Zob. wypowiedzi Agnieszki Holland i Jerzego Jedlickiego dla „Gazety Wyborczej” z dnia 3 sierpnia br., s. 17 w obronie punkowej grupy dziewczęcej Pussy Riot.

<sup>163</sup> Można wymienić takie zdarzenia, jak zabicie opozycyjnej dziennikarki Anny Politkowskiej czy fizyczna likwidacja osób zwalczających korupcję na szczeblach władzy. Przykładem jest skazanie na podstawie fałszywych zarzutów, a następnie zamordowanie w moskiewskim więzieniu prawnika Siergieja Magnitskiego, a w ostatnim czasie – zabójstwo głównego opozycjonisty Kremla, Borisa Niemcowa.

<sup>164</sup> Chodorkowski to rosyjski przedsiębiorca, były właściciel potężnej firmy naftowej Jukos, który na początku 2004 r. był uważany za najbogatszego człowieka w Rosji. Po zapowiedzi zgłoszenia kandydatury w wyborach na prezydenta Rosji, a oficjalnie za przestępstwa finansowe, został skazany na wieloletni pobyt w łagrze, a jego firma uległa likwidacji. 20.12.2013 r., przed igrzyskami w Soczi, został ułaskawiony przez Putina i wypuszczony z więzienia.



zamienić!<sup>165</sup>. Plakat sugeruje, iż należy wypuścić z więzienia Chodorkowskiego, a umieścić tam Putina (strzałka pokazuje kierunek przemieszczenia). Zawarty w tej konstatacji sarkazm przepowiada jako coś nieodwołalnego, ma moc perswazy znacznie silniejszą niż apele, które wygłaszały różne znane osoby i instytucje w obronie Chodorkowskiego.



Akcje performatywne to również doskonały test na zachowania autorytarnej władzy, która czuje się zagrożona<sup>166</sup>. Inny napis głosi: *Любая критика воспринимается властью очень болезненно* ‘wszelka krytyka jest przez władzę odbierana bardzo boleśnie’<sup>167</sup>.

Przykłady antyputinowskich działań subwersywnych przyniosła wystawa w galerii Artplay w Moskwie, gdzie można było w pierwszych miesiącach 2012 r. zobaczyć wykonany przez anarchistów wielki banner ze zmienionym tytułem pieśni Boba Marleya *No Woman, No Cry!* ‘nie płacz, kobieto, nie’, w nowej wersji – *No Putin, No Cry!* + portret dziewczyny pokazującej władzę w obraźliwym geście środkowy palec, czyli tzw. *faka* (ze sl. am. *fuck* ‘pieprz (się)’). Inna praca przedstawiała nową wersję znanego plakatu Baracka Obamy *Hope* ‘nadzieja’ z kampanii wyborczej – zamiast Obamy mroczny Putin z podpisem *Hopeless* ‘beznadziejny, rozpaczliwy’. Do myślenia na temat systemu wyborczego w Rosji, gwarantującego rządzącej sile miażdżącą przewagę nad rywalami, dawała reprodukcja autoportretu Albrechta Dürera, opatrzona podpisem *Albrecht Dürer*

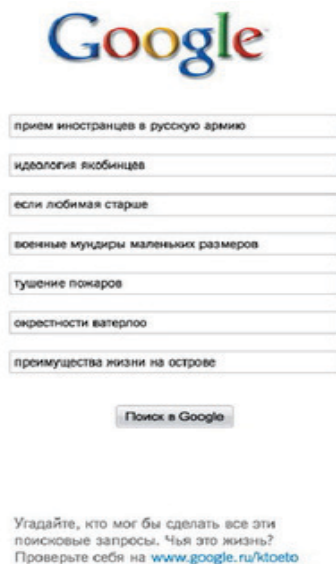
<sup>165</sup> Zob. <http://zyalt.livejournal.com/357993.html> (dostęp 5.08.2012).

<sup>166</sup> Tamże. Milicja, powiadomiona przez pracowników firmy z sąsiedztwa, szybko przystąpiła do akcji i usunęła banner po około pół godziny od jego zawieszenia, co jednak wystarczyło licznie zgromadzonym reporterom i zwykłym mieszkańcom na sfotografowanie całego zdarzenia, a jego obszerna dokumentacja znalazła się w internecie.

<sup>167</sup> Tamże.

*popiera uczciwe wybory*<sup>168</sup>. Powołanie się na autorytet najwybitniejszego artysty niemieckiego renesansu jest rękojmią uczciwych wyborów, a „stara” Europa pozostaje gwarantem zasad. Między prestiżem malarza i wartością jego arcydzieła a ważnością prawdziwych wyborów została przeprowadzona analogia, dzięki czemu przekaz uległ wzmocnieniu. Działania aktywistów rosyjskich, których bezpośrednim celem jest walka z opresyjnym systemem i obrona jego ofiar, wpisują się w zjawisko o zasięgu światowym określane jako *culture jamming* – zagłuszanie lub zakłócanie oficjalnej kultury we wszystkich jej obszarach, w tym politycznym, gospodarczym i społecznym.

Pozytywnym przykładem inteligentnego i dowcipnego, ale pełnego gryzącej ironii subvertisingu po rosyjsku jest zamiana plakatów z reklamą internetowej przeglądarki firmy Google na bardzo ją wizualnie przypominającą, ale zawierającą inne, zamienione tematy wiadomości. Nowa wersja plakatu wisiała w Moskwie przez trzy tygodnie, niezauważona przez policję i firmę Wall, która go w wersji oficjalnej wywiesiła, i została zdjęta dopiero po zakończeniu oficjalnej kampanii reklamowej. Przyjrzyjmy się tej tekstowej manipulacji, w której subvertising polegający na odwracaniu, reinterpretacji i zamianie treści informacji znalazł właściwe zastosowanie. Prawdziwa reklama umieszczona w Moskwie przez Google zawierała nagłówki komunikatów umieszczonych na stronie internetowej, między innymi: *прием иностранцев в русскую армию* ‘przyjmowanie cudzoziemców do armii rosyjskiej’, *идеология якобинцев* ‘ideologia jakobinów’, *тушение пожаров* ‘gaszenie pożarów’, *преимущества жизни на острове* ‘przywileje życia na wyspie’.



<sup>168</sup> Zob. [www.wyborcza.pl](http://www.wyborcza.pl) z 27.02.2012 r. (dostęp 28.03.2012).

Zachęta do korzystania z informacji dostarczanych przez wielkiego potentata w zakresie informacji zawiera typowe tematy z życia Rosji. Adbusterzy zastąpili je następującymi: *ГИБДД без взяток* 'GIBDD bez łapówek', *правительство для граждан* 'rządy dla obywateli', *строительство без откатов* 'budownictwo bez kantów', *альтернатива на выборах* 'alternatywa na wyborach', *веселе без алкоголя* 'wesele bez alkoholu', *активная гражданская позиция* 'aktywna rola obywatela', *телевидение без вранья* 'telewizja bez kłamstwa'.



Autorzy podmienionych tematów postawili sobie za cel nagłośnienie patologicznych zjawisk w życiu społecznym i politycznym Rosji, takich jak wszechobecna korupcja i łapówkarstwo, brak alternatywy politycznej na wyborach, antyobywatelski i całkowicie podporządkowany władzy system sędowniczy, zniewolenie mediów, między innymi, nieoficjalną, wewnętrzną cenzurą, zminimalizowanie ruchów obywatelskich, powszechny alkoholizm<sup>169</sup>. W ten sposób zwykły, typowo informacyjny przekaz zamienił się w diagnozę sytuacji społeczno-politycznej w Rosji, wymagającej gruntownej naprawy. Streetartowcy ją inicjują, pokazując kierunek i cel walki o przemianę życia w swoim kraju<sup>170</sup>.

Niektóre napisy wyrażają fatalistyczne spojrzenie na rosyjską rzeczywistość. Adresatem jednego z najbardziej dramatycznych apeli, usytuowanych na ogro-

<sup>169</sup> Nie tylko rosyjscy graficy zauważają ten problem w swoim kraju. Anonimowy polski writer jest autorem pracy ukazującej otwartą butelkę wódki Żytia i stojący obok kieliszek z napisem *MIESZ-KAM W BOLSCE* (PSA2 114). Jak wiadomo, wódka Bols należy do marek chętnie kupowanych w Polsce, a nazwanie naszego kraju *Bolską* sugeruje, że alkoholizm jest także naszym problemem.

<sup>170</sup> W Polsce wizerunkiem wyszukiwarki Google posłużono się nie w celach doraźnie politycznych, ale w kwestii tak poważnej, jak refleksja nad kondycją człowieka we współczesnym świecie. Jako hasło do wyszukania został wpisany właśnie wyraz *człowiek* (zob. PSA2 122), co ma zapewne sugerować, że znalezienie istoty ludzkiej w całym bogactwie jej jestestwa i pełni egzystencjalnej esencji jest w dzisiejszym świecie trudne, jeśli nie niemożliwe, a świat zaludniają istoty jedynie człekomopodobne.

dzeniu na jednym z osiedli w Moskwie, jest sam Bóg: *Тут не исправить уже ничего, Господь, жги!* 'tu już nie da się niczego poprawić, Boże, spal!'.



Polityczny i wolnościowy wydźwięk ma w dużej części graffiti obrazowo-tekstowe uprawiane w Sankt Petersburgu<sup>171</sup>. Jego subwersywny charakter nie jest tak spektakularny, jak w pracach street artu z Moskwy, ale jednak można go zauważyć w różnych elementach: w składnikach kompozycji obrazu, prześmiewczych napisach i podpisach, odniesieniach do tekstów kultury, postaci i artefaktów kulturowych. Na jednym z nich funkcjonariusze policji politycznej prowadzą ujętego Lenina, a napis głosi: *Ленин был экстремистом* 'Lenin był ekstremistą', co wyraża nadzieję, że w Rosji może się rozpocząć proces odkłamywania historii, skutecznie fałszowanej przez prokremlowską propagandę.

Bohaterkami wielu szablonów przyklejonych na murach są młode atrakcyjne kobiety. Niektóre z nich trzymają tubę w ręku i wygłaszają hasła o charakterze wolnościowym, inne są przedstawione jako dawczynie życia – z narysowanym na brzuchu płodem, choć niewykluczone, że w ten sposób są manifestowane postawy proaborcyjne. Graficiarze wyrażają swoje uznanie dla kobiet, które dźwigają główny ciężar życia w Rosji. Ich partnerzy czy mężowie w wielu przypadkach oddają się głównie nałogowi alkoholowemu, nie przejmując się losem bliskich. Rosyjskie kobiety są waleczne i twarde, dlatego niektóre zostały przedstawione z rewolwerem w ręku. To typowo graficiarski sposób wyrażenia szacunku – przez uwznioślenie, hiperbolizację, nadanie ideowej motywacji.

Bohaterki graficiarskich kompozycji walczą o podstawowe wartości, takie jak:

- wolność względem państwa i jego urzędników oraz osobiste prawo do swobody obyczajowej: *Русский значит свободный* 'Rosjanin znaczy wolny'

<sup>171</sup> Zob. *Путерский стрит-арт* <http://grani-tv.ru/entries/1804/> (dostęp 5.08.2012).

- wykrzykuje przez megafon uroczą brunetka na towarzyszącym temu patriotycznemu „równaniu” rysunku; *Свобода хочет тебя* ‘wolność pragnie ciebie’ – mówi inna w apelu-zachęcie, ukazana w pozie jednoznacznie erotycznej;
- inne wartości uniwersalne i swobody obywatelskie: *ИСТИНА, СМЕЛОСТЬ, КРАСОТА, ДОБРО, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, ЧЕСТЬ* ‘prawda, odwaga, piękno, dobro, sprawiedliwość, szacunek’ – głoszą hasła promieniście biegnące od efektownej kobiety z rewolwerem;
- prawo do własnego zdania – kobieta z tubą mówi: *НЕ БОЙСЯ БЫТЬ НЕСОГЛАСНЫМ!* ‘nie bój się być nieprawomyślny’. Ta fraza ma charakter adresatywny, wzywa do obywatelskiego nieposłuszeństwa wobec polityki zagłuszania prawdziwych aspiracji społecznych;
- prawo do państwa rosyjskiego swoich marzeń: *ВСТУПАЙ В ДРУГУЮ РОССИЮ* ‘wstąp do innej Rosji’ – namawia młody człowiek, zachęcając do działania na rzecz innej, nowej Rosji. Ten apel brzmi jak wezwanie do poboru wojskowego lub zachęta do wstąpienia do partii, ale tak naprawdę – wzywa do gruntownej odnowy/przemiany życia w tym państwie;
- uczynienie przestrzeni miasta bliskiej jej mieszkańcom, jej swoiste oswojenie i myślenie w kategoriach miejskiej wspólnoty: *ДУМАЕШЬ ЭТО ТВОЙ ГОРОД?* ‘myślisz, że to twoje miasto?’. Pytanie zadane przez młodą kobietę pozornie ma charakter retoryczny; celem jest uświadomienie mieszkańcom, że to od nich w dużej mierze zależy, w jakim mieście chcą mieszkać – przyjaznym wszystkim, „oswojonym” czy też wrogim, budzącym uczucia frustracji i klaustrofobii;
- przestrzeganie praw konstytucyjnych przez władzę – młoda uśmiechnięta kobieta w fantazyjnej sukni trzyma przed sobą plakat z artykułem konstytucji Federacji Rosyjskiej: *Граждане Российской Федерации имеют право собираться мирно...* ‘obywatele Federacji Rosyjskiej mają prawo do pokojowych zgromadzeń...’<sup>172</sup>.

Omówione tu przykłady petersburskiego graffiti mają zapewne charakter subkulturowy, gdyż pod niektórymi napisoobrazami umieszczony został podpis ich wykonawców, którzy określają się jako ГРУППИРОВКА ПЕРЕМЕН ‘ugrupowanie zmian’ albo STRATEGY 3LRU. Autorzy artykułu o graffiti w mia-

---

<sup>172</sup> Życie dopisało swoiste memento do tego urzędowego zapisu: prawo o zgromadzeniach publicznych i swobodnym demonstrowaniu poglądów zostało niedawno ograniczone do minimum przez powolną Putinowi Dumę. Dziewczęta z punkowej grupy Pussy Riot, zwane w Rosji *Puškami* – żywe wcielenie kobiet z wyklejanych na murach szablonów zostały wtrącone do więzienia tylko za to, że 21.02.2012 r. wykonały w moskiewskim soborze Chrystusa Zbawiciela w Moskwie utwór z refrenem *Bogurodzico, przegnaj Putina*. Aresztowane na kilka miesięcy, a potem skazane na dwa lata pobytu w kolonii karnej, wyszły cztery miesiące wcześniej, po licznych protestach środowisk wolnościowych na całym świecie.

stach Rosji pt. *Городские граффити* stwierdzają, że każde graffiti o rodowodzie subkulturowym jest zbudowane z kombinacji słów i symboli, którymi są rysunki, znaki, epigramy, loga firm, przeobrażone w swoisty sposób. Jest tak istotnie w wielu przypadkach, ale wskazać można liczne przykłady prac, które oddziałują wyłącznie obrazem, na przykład szablon przedstawiający policjanta pałującego spokojnego obywatela. Zgodzić się można natomiast z inną ich obserwacją, potwierdzoną w różnych krajach, że graffiti ma w osobach wielu swoich twórców powiązania z ruchem i kulturą hiphopową, obecną także w Rosji (Баждкова, Лурье, Шумов 2003, 432).

Wspomniano już wyżej, że w Wilnie, tak jak w Rydze, trudno zauważyć w pracach streetartowców bardziej wyszukane strategie komunikacyjne, które najczęściej są związane z kontekstem politycznym. Takie podejście bierze się zapewne z tego, że w wolnym kraju od wszelkich służebnych powinności ważniejsza staje się sama sztuka, dlatego coraz częściej mamy do czynienia w obu tych miastach, tak jak w Polsce, z graffiti malarskim, z bogactwem pomysłów i technik, których wykorzystanie służy nie tyle zawłaszczaniu przestrzeni publicznej, ile jej oswojeniu<sup>173</sup>. Sztuka ulicy, obecna w centrach wielu polskich miast (lub na odległych osiedlach), ale także litewskich czy łotewskich, tworzy najliczniej oglądane galerie sztuki współczesnej, służąc edukacji artystycznej zwykłych mieszkańców. Dzięki postmodernistycznemu zacięciu twórców ulicy, którzy niejednokrotnie w sposób nowatorski łączą przekaz ikoniczny z werbalnym, ich sztuka oddaje egzystencjalne niepokoje współczesnego człowieka. Nie zapominają oni o powinnościach względem społeczeństwa, proponując nowy rodzaj dialogu między artystą i obywatelem opartego na wspólnych działaniach. Są wśród nich kulturowi prowokatorzy, dla których walka z zastanym systemem społeczno-politycznym pozostaje głównym celem. Na przykład w Rosji sztuka ulicy pozostaje politycznym forum, na którym opozycyjnie nastawieni twórcy i aktywiści prowadzą nierówny dialog z autorytarną władzą. Rosyjskie graffiti ma również wielki walor społeczny, gdyż walczy z wadami swojego narodu i wskazuje na wartości godne upowszechnienia.

#### **4. Street art przeciw globalizacji, korporacjonizmowi i konsumpcjonizmowi**

Miasta ponowoczesne są postrzegane jako przestrzenie służące konsumpcji i turystyce, a przez to ich opis prowadzi do diagnozy kultury współczesnej, dokonywany w odniesieniu do takich problemów współczesności, jak wielokulturo-

---

<sup>173</sup> O oswojaniu, humanizowaniu „uprzedmiotowionej” przestrzeni miasta oraz jej symbolicznym zawłaszczaniu przez graficiarzy w Polsce lat 80. XX w. pisał m.in. P. Kowalski (1990, 31), M. Kita (1999, 81) i R. Sulima (2000, 64, 84-85). O niszczeniu jej przez nich – A. Osęka (*Polskie mury...* 1991).

wość czy konflikty kulturowe (Rybicka 2012, 472). Liczne prace i działania polskich streetartowców biorą sobie za cel przedstawienie i krytykę niekorzystnych zjawisk związanych z procesem globalizacji i współczesną kulturą konsumpcyjną. Chodzi tu zwłaszcza o dominację międzynarodowych korporacji produkujących dobra konsumpcyjne i politykę informacyjną koncernów medialnych. Ciekawe przesłania i działania o charakterze społeczno-politycznym cechowały działalność Grupy Twożywo. Jej członkom chodziło o udostępnienie sztuki współczesnej szerokiej publiczności poza galeriami, o zbliżenie jej do odbiorców. Starali się oni umiędzynarodowić swoją działalność przez udział w projekcie *Billboart Gallery Europe*<sup>174</sup>. Komunikatywność przekazu sztuki i jej maksymalna dostępność stała się dla twórców celem nadrzędnym, dlatego od 2004 r. urządzono legalnie szereg wystaw na peronach warszawskiego metra, wykorzystując billboardy firmy STROER. Nastąpiła międzynarodowa wymiana ekspozycji i współpraca, która zaowocowała edycjami BGE w kilkunastu krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

Antykorporacjonizm i związany z nim antykonsumpcjonizm to główne idee, wokół których koncentruje się twórczość Grupy Twożywo. Jeden z jej członków, Mariusz Libel, wyraził niegdyś myśl, że transformacja ustrojowa 1989 r. pozbawiła obywateli walczących o pełnię indywidualnej wolności wyrazistego wroga. W PRL-u byli nim komuniści, w systemie kapitalistycznym zlokalizowanie i nazwanie przeciwnika stało się o wiele trudniejszym zadaniem. Bojkotowanie korporacji jest trudem Syzyfa, a ludzie budujący nowy porządek sami stali się jego ofiarami, dlatego Twożywo starało się przede wszystkim uczyć Polaków myślenia, dostrzegania problemów i namawiało do podjęcia próby wydobycia się z „materialistycznego szlamu”, z trybów systemu, w którym człowiek przez całe życie spłaca raty kredytu, pozostając wewnętrznie zniewolony (GwP 203).

Łącząc umiejętnie gry słowne z obrazami, artyści wyrażali emocje społeczeństwa, ale równocześnie podejmowali trud jego edukacji. Jedną z prac, jaką wykonali na kamienicy położonej w sąsiedztwie murów Wawelu, przedstawia ludzi niosących wypchane różnymi towarami siatki i worki. Tytuł kompozycji *SIATANISCI* jednoznacznie kieruje uwagę widza na problem konsumpcjonizmu we współczesnym świecie, który staje się obiektem kultu, a tak naprawdę – piekłem współczesnego człowieka. Skojarzenie z *sataniściami* ‘wyznawcami szatana’ nie jest tu przypadkowe. Zagrożona jest wręcz, jak sugerują, substancja narodu. Nieprzypadkowo obraz umiejscowiono w pobliżu budowli, która jest symbolem trwania narodu polskiego.

Antykonsumpcyjny charakter ma także subwersywnie potraktowana reklama *UNITED COLORS OF BENETTON*, która w wersji grupy Twożywo

<sup>174</sup> Jest to kontaminacja wyrazów *billboard* i *art*. O projekcie jest mowa na stronach <http://www.billboart.org/> i <http://www.twozywo.art.pl/twzw.php?2et> (dostęp 14.05.2014).

zyskała postać *UNITED COLORS OF BETON*. Wyraża ona zdystansowanie się wobec polityki narzucania przez międzynarodowy koncern Benetton tych samych kanonów mody i wzornictwa na całym świecie, co służy uzyskiwaniu krociowych zysków. Podobny wydźwięk mają parafrazy przysłów w rodzaju *PRAWDZIWYCH PRZYJACIÓŁ POZNAJE SIĘ W SUPERMARKECIE*, będące swoistą próbą nakłonienia odbiorcy do namysłu nad spłycającymi się relacjami interpersonalnymi w skomercjalizowanym świecie<sup>175</sup>. Z wymową tych komunikatów współbrzmiały internetowe projekty Twożywa w formie szyderczych animacji, takie jak *Kapitan Europa*, które krytykowały niepoahamowaną konsumpcję i wskazywały kierunek działania dla nowego pokolenia streetartowców (zob. zdjęcie w GwP 198).

Zaangażowana społecznie twórczość Twożywa niosła – w postmodernistycznej formie – także antyglobalistyczne przesłania. Jeden z murali na warszawskim bloku nosi podpis *ZALEW INFORMACJI*. Ta słowno-obrazowa kompozycja jest protestem przeciwko informacyjnemu przesyłowemu, obrazowanemu przez wylewające się z prostokątnej rury bezkształtne „newsy”, pogrążające mieszkania. Nadmiar informacji i obrazów to objaw choroby, którą „zarażone” są media jako narzędzie globalizacji.

Nowatorskie podejście Twożywa do sztuki jest widoczne przede wszystkim w warstwie wizualnej prac, ale także w przekazie werbalnym dołączonym do obrazów. Jak zwraca uwagę P. Zańko, twórczość tej grupy artystycznej jest polisemiczna i zawiera liczne inspiracje – od futuryzmu począwszy, a na współczesnej reklamie skończywszy (2012, 80). Twożywo przestało istnieć w lutym 2011 r., a jego członkowie grupy kontynuują działalność indywidualnie. Pozostała dokumentacja ich działań w internecie, który twórcy traktują jako „równie istotny fragment przestrzeni publicznej co miejska ulica”<sup>176</sup>. Internet w coraz większym zakresie staje się obszarem powstawania i rozpowszechniania nowych mód i strategii działań. Trudno jednak nie dostrzec, że ta płaszczyzna artystycznej aktywności ma swoje ograniczenia. Co prawda, „może zapewniać przestrzeń graffiti, której nie może dać mu miasto” (Balázs 2006, 21)<sup>177</sup>, niemniej to ulica jest miejscem, w którym realnie powstaje sztuka, pozostając „najistotniejszą przestrzenią przeżywaną w interakcjach codzienności” (Żakowski 2006, 72). Zatem efektowne opinie

---

<sup>175</sup> Zob. <http://twozywo.art.pl/twzw.php?103> (dostęp 20.01.2012).

<sup>176</sup> Wszystkie cytaty i omawiane prace grupy Twożywo pochodzą ze strony <http://www.twozywo.art.pl/> (dostęp 6.06.2011).

<sup>177</sup> Ciekawsze wydaje się inne spostrzeżenie węgierskiego badacza: „Miasto i internet rozwijają się poniekąd współbieżnie. Są silne tam, gdzie drugie z nich okazuje znaczącą słabość; aterytorialność internetu uziemiana jest przez miasto, efemeryczność miasta archiwizowana jest w internecie. Anonimowi i nieznani artyści spotykają się i organizują w internecie (...). Te dwie radykalnie różne przestrzenie – jedna całkowicie niematerialna i iluzoryczna, druga niezmiennie fizyczna i przyziemna – łączą się w zadziwiająco zintegrowaną przestrzeń komunikacyjną, rozszerzając pojęcie przestrzeni w obu kierunkach” (2006, 22).



w rodzaju tej, że „street art jest nie tyle sztuką miasta, ile sztuką wykorzystującą przestrzeń miasta”, mogą się wydawać bezprzedmiotowe<sup>178</sup>. Najważniejszy w tej dyskusji jest fakt, że usytuowanie i miejski kontekst tej sztuki tworzą podstawy jej statusu.

Może nie tak nowatorsko artystycznie, ale za to znacznie radykalniej podchodzi do swych zadań streetartowiec, uznany w środowisku za anarchistę, a działający pod pseudonimem Abramowski (XIX-wieczny filozof i psycholog Edward Abramowski jest uważany za klasyka polskiego anarchizmu). Za motto swojej działalności przyjął antyslogan *Mysł globalnie, działaj nielegalnie*, zawierający prześmiewcze odwołanie do hasła alterglobalistów *Mysł globalnie, działaj lokalnie* (*Think Globally, Act Locally*)<sup>179</sup>. Kierując się nim, wykleił w kwietniu 2008 r. na billboardzie w okolicach Dworca Centralnego w Warszawie plakat z napisem *Gównno jest zjadliwe. Efekt Axe*, który zasłonił firmowe hasło reklamowe *Spray do ciała Efekt Axe*. Fraza z wprowadzonym wulgaryzmem miała wyrazić sprzeciw artysty wobec seksistowskich praktyk reklamowych, w których wyspecjalizował się reklamodawca dezodorantu Axe – potężna międzynarodowa korporacja Unilever. Przekazy tej korporacji odwołują się do prymitywnych seksualnych skojarzeń, obecnych w innych jej reklamach, w których użyto takich dwuznacznych komunikatów, jak na przykład: *Maturzystki lubią zaliczać* lub *Pielęgniarki nie odchodzą od łóżek pacjentów*. Prowokacyjno-pragmatyczne działania Abramowskiego spowodowały, że reklamodawca i agencja reklamowa zmienili formułę tych obraźliwych dla kobiet przekazów na znacznie łagodniejszą, można więc mówić o doraźnym, ale wymiernym sukcesie artysty.

Antyglobalistyczna kontestacja, widoczna w działaniach Abramowskiego, jest wywołana, jak sam twierdzi<sup>180</sup>, różnymi przyczynami: chęcią dotarcia z refleksją na temat współczesnego świata (pomijaną przez mainstreamowe media) do możliwie dużej liczby ludzi, pragnieniem odzyskania przestrzeni publicznej<sup>181</sup> w celu samorealizacji, wreszcie – ucieczką przed agresywną i nieetyczną reklamą. Wbrew pozorom, „artystyczna partyzantka” Abramowskiego nie zmierza ku rewolcie, nawet wtedy, gdy krytykuje on system polityczny, z jego bezduszną biurokracją i aparatem przemocy, lub gdy wzywa do bojkotu wyborów. Napisy na plakat�ch: *PRZEMOC PAŃSTWA NIE ZABIJE W NAS NASZYCH SNÓW* i *KAŻDA WŁADZA JEST WROGIEM WOLNOŚCI. BOJKOTUJ WYBORY* (październik 2007) + wizerunki głównych polityków polskich czy PiS – *Przemoc i Strach* są wyrazem wolnościowych poglądów autora, który oświadcza: „Robię coś, czego

<sup>178</sup> Opinia P. Bernatowicza, cytata za: B. Kietlińska 2008, 32.

<sup>179</sup> Zob. [http://en.wikipedia.org/wiki/Think\\_Globally,\\_Act\\_Locally](http://en.wikipedia.org/wiki/Think_Globally,_Act_Locally) (dostęp 6.06.2011).

<sup>180</sup> Zob. <http://www.abramowski.bzzz.net/> (dostęp 6.06.2011).

<sup>181</sup> Badacze wskazują na konflikt, jaki niesie zastosowanie wyrażenia „odzyskiwanie przestrzeni publicznej”: dla streetartowców jest to oswojenie miejsc w procesie tworzenia lokalnej ojczyzny, a dla władzy i części społeczeństwa, które tępi sztukę ulicy i działania streetartowców – symboliczne zagarnięcie danego obszaru (zob. Skórzyńska 2010, 59).

system nie jest w stanie kontrolować. Jest to bardzo specyficzne doznanie wolności i choć chwilowe, to jednak warte ryzyka<sup>182</sup>.

Żmudna praca graficiarzy, zwłaszcza w okresie schyłku PRL-u<sup>183</sup>, z pewnością przyczyniła się do przełomu ustrojowego w 1989 r., ale, jak przekonuje przytoczony wyżej komunikat, nawet demokratycznie wybrana władza wraz ze swoim sposobem kierowania państwem jest postrzegana przez nich jako system wrogi człowiekowi i wymaga ciągłej czujności i reagowania na tkwiące w tym systemie zło. Sztuka ulicy stała się rodzajem laboratorium, w którym testuje się relacje państwo – obywatel. Z takim podejściem do jej funkcji współgra głos innego artysty, Alexandra Sikory, któremu chodzi także o wykorzystanie sztuki do „zmiany społeczeństwa i wdrożenia bardziej holistycznego stylu życia” (GwP 116).

Podobny system poglądów reprezentuje Zbiok. Jego spojrzenie na sytuację współczesnego człowieka ma charakter równie polityczny i antysystemowy. Oprócz zwykłych obywateli na jego muralach pojawiają się postacie twardych ludzi w kominiarkach, pokazane jako symbole naszych niespokojnych czasów – zwolennik nazizmu i człowiek uzbrojony po zęby, być może funkcjonariusz państwowy. Ten ostatni na jednym z malowideł stoi z karabinem obok swojego psa na tle ironicznego napisu *RULES* ‘zasady’, na innym śpi uzbrojony, czemu towarzyszy „słuszna” myśl: *LIFE ain't BAG OF SWEETS* ‘życie nie jest pudłem słodkości’<sup>184</sup>. Zawłaszczające przestrzeń, agresywne w wyrazie obrazy Zbioka stanowią odpowiedź na agresję samego świata, który osacza zwykłego obywatela, narzucając mu reguły gry dalekie od zasad miłości, sprawiedliwości i społecznego porządku oraz od wartości określanych przez hiphopowców jako *rules*. Można je także interpretować jako próbę uczynienia przestrzeni publicznej wspólną, odzyskaną przez jednostkę, terytorium niejako wyszarpniętym z systemu znaków, zakazów i nakazów ustanowionych przez władzę<sup>185</sup>. Street art odzyskuje symbolicznie wspólną przestrzeń, oferując mieszkańcom jej indywidualne i lokalne zarazem zagospodarowanie.

Antykonsumpcjonizm wyrażany w sztuce streetartowca Simpsona polega na swobodnym żonglowaniu symbolami i umiejętnym posługiwaniu się językiem kultury popularnej. Jego uwagę zajmuje krytyka przemożnego wpływu międzynarodowych korporacji na codzienne życie ludzi: wilk w garniturze i meloniku ogłasza *KORPOKRACJĘ*, czyli rządy korporacjonistów, a szyderczy napis utrzy-

---

<sup>182</sup> Wszystkie cytaty pochodzą ze strony Abramowskiego: jw.

<sup>183</sup> Graficiarz Jacek Ponton Jankowski swoje szablony z II połowy lat 80. ubiegłego wieku uważał za rodzaj polemiki z ówczesnym politycznym status quo: „Było w tym trochę żartu, ale też trochę buntu. Nie chodziło o to, żeby olać system, tylko żeby mu piasek w tryby wysypać” (GwP 110).

<sup>184</sup> Zob. <http://www.flickr.com/photos/zbiokosky> (dostęp 6.06.2011).

<sup>185</sup> W działaniach street artu, podobnie jak ulicznego hip hopu czy gangsta rapu (np. w malowaniu napisu *HWDP*), można dostrzec reakcję na wkroczenie przez władzę bez przyzwolenia na terytorium jakiejś wspólnoty (Wasilewski, Drogowska 2011, 117).

many w stylistyce loga Coca Coli, umieszczony wokół obrazka ludzika działającego jak odbiornik sterowany radiem, głosi: *Consumuj więcej*. Simpsona nurtuje także problem „dystrybucji władzy”, której reprezentantów uważa za ludzi niekompetentnych, dlatego politycy przedstawieni na jego szablonach mają wizerunki błazna (Obama) i kaczora Donalda (Tusk). Jednak nawet komiksowa postać o przezwisku *Captain America*, stworzona w celu pobudzenia patriotyzmu Amerykanów w czasie II wojny światowej, w kreacji Simpsona przyjęła wygląd groteskowego nurka, symbolizującego manipulację uprawianą przez władzę (zob. obraz w PSA2 145).

Tego typu podejście dotyczy w street artcie także sfery uczuciowej. Na przykład członkowie grupy ETAM CRU ujęli seks jako akt konsumpcji, co samo w sobie nie jest niczym niezwykłym, wszak w języku urzędowym, a nawet naukowym, mówi się o „konsumpcji uczuciowej” lub „konsumowaniu związków”. Mural przyciąga jednak uwagę widza niezwykłą sugestywnością przedstawienia relacji erotycznej: na pierwszym planie figurują rozłożone nogi kobiety, ze zsuniętymi stringami, a na drugim widnieje wpatrzony w ten obiekt młody mężczyzna, który ma otwarte w grymasie okrzyku usta, wybałuszone z pożądania oczy i wzniesione wysoko ręce, „uzbrojone” w sztucce. Obrazowi towarzyszy ironiczny napis w formie życzenia *Bon Appetit* ‘smacznego’<sup>186</sup>, wygłaszanego czasem przy stole przed rozpoczęciem jedzenia. Twórca zdaje się mówić: seks nie jest odpowiedzią na problemy egzystencjalne jednostki i nie ocali ludzkości, która musi się oprzeć na prawdziwych wartościach duchowych. Krytyka instrumentalnego traktowania drugiego człowieka i pustki duchowej współczesnego świata, tu wzmocniona dzięki skojarzeniu aktu jedzenia z erotycznym, jest coraz wyraziściej obecna w dziełach street artu.

Większość obrazków w kręgu graffiti erotycznego ma jednak znacznie prostsze, by nie powiedzieć, prymitywne oblicze i obsceniczo-wulgarny charakter. Z reguły są to niedbale naszkicowane sylwetki nagich kobiet lub przedstawienie pary damsko-męskiej w akcie zbliżenia seksualnego. Dlatego nienaganna artystycznie realizacja tego tematu przez malarzy z ETAM CRU, Bezta i Sajnera, w powiązaniu z krytyką postawy konsumpcyjnej i wzmocniona dzięki skojarzeniu aktu jedzenia z seksem, jest czymś znacznie ciekawszym, podobnie jak inne dokonania graffiti erotycznego, łączące kwestie uczuciowe z globalnymi zagrożeniami i postępującym procesem dezintegracji związków międzyludzkich we współczesnym świecie, obecne na przykład w graffiti wileńskim. Przejmujący obraz BEZTa z ETAM CRU, zatytułowany *Broken* – przedstawiający w formie aktu piękną dziewczynę z wyeksponowanymi w kilku trójkątach, zamiast ciała, fragmentami jej szkieletu<sup>187</sup> – stanowi próbę nadania tematyce erotycznej głębszego wymiaru egzystencjalnego, wręcz eschatologicznego.

<sup>186</sup> Zob. <http://www.etamcru.com/>, dostęp 6.06.2011 r.

<sup>187</sup> Zob. <http://www.etamcru.com/bezt/broken#>, dostęp 10.03.2015 r.

Artyści walczą o wolność jednostkową obywateli w powszechnie dostępnej przestrzeni publicznej. Zwalczają negatywne tendencje i zjawiska, które zagrażają jej, czynią z człowieka i obywatela posłusznego i bezwolnego konsumenta różnych dóbr – materialnych i duchowych. Przez swoje akcje wyrażają przekonanie, że demokracja jest zagrożona rozpadem, a system neoliberalny niesie różne niebezpieczeństwa. W skrajny sposób wypowiedział się na ten temat pisarz noblista Günther Grass: „Kapitalizm zdegenerował się, stał się maszynią, która służy już tylko samej sobie. To nieprzyjazny ludziom moloch, którego nie ogranicza żadne skuteczne prawo. Czy rynek, konsumpcja i zysk mają być naszą religią?”<sup>188</sup>. Twórcy street artu nie tak fatalistycznie, jednak przekonująco i sugestywnie przedstawiają w pracach zagrożenia, jakie niesie współczesna cywilizacja, starając się im zapobiec na swój sposób. Ich kontestacja ma na celu zachowanie obszarów indywidualnej wolności każdego człowieka, jego prawa do intymności, miłości realizowanej w związkach, do sprawiedliwego traktowania przez system społeczno-polityczny i twórczej egzystencji w oswojonym lokalnym świecie, w małej ojczyźnie.

## 5. Graffiti przeciw dezintegracji duchowej

Bywa, że tworzone na zamówienie graffiti dostosowuje się do oczekiwań właścicieli i użytkowników obiektów, na których powstaje, realizując różne cele. Misję religijną realizuje na przykład obraz namalowany na murze okalającym kościół i klasztor warszawskich dominikanów. Przedstawia on mężczyznę, który mówi: *Zagubiony pogrąża się jeszcze bardziej, jeśli nie szuka przewodnika*. Stoi on na skrzynce, co podkreśla sytuację osamotnienia życiowego rozbitka w świecie, odrzucenia przez społeczeństwo. Wymowa tej kompozycji jest oczywista: potrzeba duchowych przewodników, którzy wyprowadzą ludzi ze stanu duchowego zagubienia, chaosu, poczucia tymczasowości i braku sensu. Sugestia, że spokojną przystań i pomoc można znaleźć w klasztorze, jest tu wyraziście obecna.

---

<sup>188</sup> Zob. G. Grass 2011, s. 18.



Poszukiwanie duchowego zakorzenienia łączy się z głoszeniem idei miłości, która zbawia i ocala, nadaje sens życiu człowieka. Miłość od zawsze była tematem graffiti i nadal nim pozostaje, przynależąc do „tabuizowanych obszarów kultury”; graficy szukają jej sensu, prawd w niej ukrytych, dzielą się swoimi – często strywializowanymi – doświadczeniami (Sawicka 1998, 201). W Wilnie owa, jak się zdaje pozorna – gdyż stanowi rodzaj semantycznej gry – tabuizacja przyjmuje postać rebusu-piktogramu, przedstawiającego serce i literkę *u* (w sl. am. *you* ‘ty’), co razem oznacza wyznanie ‘I love you’ ‘kocham cię’<sup>189</sup>:



Wyobcowaniu ludzi w epoce zglobalizowanego kapitalizmu i cywilizacyjnego wyścigu szczurów (ang. *rat race*) przeciwstawiają się ruchy obywatelskie, podejmując akcje, których celem jest zaspokajanie i wyzwalamie potrzeby nawiązywania serdecznych kontaktów z innymi, także obcymi. Przyjaźń należy do warto-

<sup>189</sup> W Warszawie podobna konstrukcja symboliczno-językowa służyła do wyrażenia miłości do miasta i ojczyzny.

ści, które w zubożonym duchowo świecie relacjom międzyludzkim pozwalają odzyskać osobisty, jednostkowy wymiar. Dlatego coraz większym powodzeniem cieszy się w Warszawie i innych polskich miastach akcja *Dzień Przytulania*, skierowana do przypadkowych przechodniów. Hasło-wezwanie *Przytul mnie!*, czyli akt mowy o charakterze perlokucyjnym, mający skłonić odbiorcę do wykonania określonego działania, wzmacnia ten pozytywny przekaz.



Zjednoczenie ludzi na płaszczyźnie uczuciowej jest trudnym zadaniem, nawet w obrębie jednego narodu, a raczej niemożliwe w skali globu, którym ciągle wstrząsają rozliczne konflikty. Niektóre prace graficiarzy to hymny na cześć miłości, ale mimo to nie jest ona traktowana jako panaceum na wszystkie bolączki tego świata. Jeden z komunikatów wileńskiego graffiti ujmuje miłość jako niewyczerpane źródło sił witalnych. Napis umieszczony na mało ciekawej współczesnej ścianie głosi *NIEKADA MAN MEILÈS NEBUS PER DAUG!* 'nigdy nie będzie mi dość miłości!'.  
*NIEKADA MAN MEILÈS NEBUS PER DAUG!*



Informacyjny charakter inskrypcji graficiarzy zyskuje wymiar osobisty, ale i ponadjednostkowy zarazem, gdy któryś z nich publicznie deklaruje swoje uczucia miłosne. Na jednym z garaży w Gdańsku-Brzeźnie widnieje duża wielobarwna kompozycja, wypełniona dziesiątkami gorejących serc, ale dopiero dzięki uważnej obserwacji można odkryć stereotypowe życzenia: *Wszystkiego najlepszego kochanie*. W centralnym miejscu umieszczone zostało kunsztownie wykonane za pomocą ogromnych liter (nieco zaszyfrowane) imię wybranki, prawdopodobnie *Anika*. Na jednym z serc znajduje się także trudny do odczytania napis, zapewne imię lub pseudonim nadawcy tych barwnych życzeń. Utrzymany w poetyce słowno-wizualnego kiczu malunek uzupełniają złączone ze sobą i wzlatujące do nieba na skrzydłach gorącego uczucia trumny – symbol miłości aż po grób, miłości wiecznej.



W niektórych przypadkach słowo „miłość” i frazy z jego użyciem zyskują ironiczny kontekst, stając się zaprzeczeniem zawartego w nich pozytywnego przesłania. W graffiti z warszawskiego Służewca dochodzi do charakterystycznego zderzenia słowa z obrazem. W centralnym miejscu kompozycji widnieje napis *LOFF WILL SAVE THE WORLD* ‘miłość ocali świat’, przy czym litera O w pierwszym wyrazie jest zastąpiona symbolicznym serduszkciem.



Optymizm zawarty w tym wyznaniu zakłócają dwa istotne szczegóły: po pierwsze, słowo *LOVE* jest napisane nieortograficznie, z podwojoną literą F zamiast V, choć to nie dziwi, bo prowokacje ortograficzne zdarzają się w graffiti dość często. Temu zabiegowi towarzyszy, po drugie, wpisany w figurę serca rysunek głowy dziewczyny, której twarz jest ukryta w kwefie, czyli – prawdopodobnie – Palestynki lub innej muzułmanki. Kompozycja zyskuje przez to kontekst polityczny, który każe podważyć wiarę w słuszność podanego hasła – zasady miłości nie rządzą dzisiejszym światem. Ich zaprzeczeniem są krwawe konflikty międzynarodowe, na przykład palestyńsko-izraelski czy czeczeńsko-rosyjski, ale terror nie zagraża jedynie ze strony fanatyków islamskich, gdyż równie groźny jest terroryzm państwowy.

Optymizmem nie tchnie także naklejona na billboardzie naprzeciw stacji Gdańsk-Oliwa sugestywna kompozycja Abramowskiego, pozbawiona bezpośredniego kontekstu politycznego. Składa się ona z portretu dziewczyny i napisu: *FOR BLACK HEARTED GHOST GIRL* 'dla dziewczyny-upiora o czarnym sercu'. Dopełnia ją obraz odwróconego białego ptaka (mewa?), który „wyznaje” konwencjonalne *much love to You* 'wiele miłości dla Ciebie' oraz usytuowane w centralnym punkcie, obramowane na czarno, czerwone serce z zaznaczonym wyraźnie wykrzyknikiem. Całość zdaje się świadczyć o tym, że jest to rodzaj wyznania miłosnego, a może raczej symboliczne przedstawienie uczuciowego odrzucenia. Niezależnie od osobistych motywów, jakie stoją za takim ujęciem uczuć, daje się odczuć ambiwalentne podejście artysty do tematyki miłości: z jednej strony wierzy w jej potencjał ocalenia jednostki w świecie pełnym zagrożeń, z drugiej – czyni ją źródłem niepokoju i niepewności.



Miłość jest przez graficiarzy niekiedy postrzegana wręcz fatalistycznie. Brak wiary w jej ocalający sens, a może nawet w jej obecność w dzisiejszym świecie, towarzyszy twórcom tajemniczej kompozycji z ulic Wilna. Ma ona dwuczłonową budowę – składa się z dwóch połączonych ze sobą obrazków. Pierwszy z nich przedstawia dwie osoby wirujące w miłosnym tańcu na tle kosmicznej pustki. Napis *KAS TU? Gdzie ty?* i symbolicznie ujęte fale radiowe, namalowane w pobliżu pary, sugerują, że mamy do czynienia z poszukiwaniem uczuciowej bliskości i porozumienia między ludźmi. Mimo skurczenia się świata do rozmiarów informacyjnej globalnej wioski, komunikacja interpersonalna staje się coraz trudniejsza. Ciemne tło malowidła może także oznaczać samotność i zagubienie ludzi we współczesnym świecie, którzy jednak usiłują się odnaleźć i połączyć. Drugi obraz odbiera nadzieję, że ludzkość jest w stanie zbudować wspólnotę opartą na miłości w wymiarze globalnym. Oto para domniemanych kochanków za chwilę zostanie wessana do czegoś, co przypomina czarną tubę lub jakieś koszarne zwierzę. Na horyzoncie ukazują się oczy tych, którzy utracili już swoją ziemską tożsamość. Napis-apel *RASK MANE 'znajdź mnie'* zapewne kryje pesymistyczne przekonanie autora kompozycji, że prawdziwa miłość jest w dzisiejszym świecie niemożliwa, wręcz skazana na zagładę. Wizja zglobalizowanej rzeczywistości, w której jest coraz mniej miejsca dla człowieka i uczuć łączących go z innymi, przytłacza i staje się ostrzeżeniem dla świata.



Na murach Wilna nie brakuje również sformułowanych w języku angielskim i rosyjskim niewyszukanych w formie wyznań o charakterze erotycznym. W skate parku można się natknąć na niewybredny dialog w rodzaju: *Renata xočet Sergeja i O...da... Xačiu ješčio twojewo giganta*<sup>190</sup> 'R. chce S. O... tak... chcę jeszcze twojego giganta' (*gigant* to popularne wśród rosyjskojęzycznej młodzieży określenie

<sup>190</sup> Grafia oryginalna. Zastąpienie cyrylicy łacinką może świadczyć o dostosowaniu się użytkowników języka rosyjskiego do dominujących w Wilnie zwyczajów językowych.

męskiego członka). Między innymi w ten specyficzny sposób graffiti realizuje wartości hedonistyczne.



Zaznacza się podobieństwo w ujmowaniu stanu uczuć współczesnego człowieka w graffiti polskim i litewskim. Twórcy uliczni z obu tych krajów szczególną wagę przykładają do kwestii niebezpieczeństw niesionych przez zglobalizowany świat i konsumpcyjne podejście do miłości oraz wywołanych przez samoizolację jednostek potęgującą problem samotności. Zagrażają one zarówno pojedynczym osobom, jak i związkom oraz różnego rodzaju wspólnotom. Graficy ostrzegają przed widmem dehumanizacji świata uczuć w wymiarze osobistym i społecznym, używając do tego zintegrowanego przekazu, zbudowanego z obrazu, słowa i kulturowego kontekstu. Ich działania i prace mają moc kompensacyjną, gdyż starają się oni zaspokoić potrzebę bycia zauważonym zarówno w lokalnej społeczności, jak i wspólnocie narodowej. Kompensacja ta, pojawiająca się na poziomie społecznym i ideologicznym, obejmuje także sferę indywidualnych potrzeb uczuciowych, które pozostają niezaspokojone.

CZĘŚĆ CZWARTA

**Graffiti i street art**  
**jako czynniki zmiany krajobrazu kulturowego miasta**



## 1. Rewitalizacja, estetyzacja i kulturowe oswajanie przestrzeni miasta w polskim street artcie w kontekście globalnym

Sfera miasta obejmuje materię – budowlę, infrastrukturę, ale i ludzi, jest zatem także przestrzenią egzystencjalną z całym światem idei, wartości, ducha ludzkiego. Świat realny „wypełniony jest i przeniknięty metarzeczywistością”, między obiema sferami zachodzą „specyficzne relacje”, a myśli, idee i wartości organizują przestrzeń wokół mieszkańców, co znajduje odzwierciedlenie w architekturze. To ona nadaje duchowym wartościom trwałość i „namacalny zmysłowy wyraz”. W ten sposób miasto „wizualizuje doświadczenia ogólnoludzkie, jest materialnym zapisem świadomości społecznej”. Każda dokonująca się w niej zmiana wywołuje zaś reakcje w tkance miejskiej (Michalewski 2006, 71).

Miasta są miejscami, w których zachodzą ciągle procesy kulturowej przemiany. Wywoływane są one, między innymi, przez praktyki o charakterze estetycznym, które przeprowadza się w ramach innowacji urbanistycznych, architektonicznych i uporządkowań czysto praktycznych, takich jak różnego rodzaju oznakowania. Kinga Czerwińska uważa, że „walory estetyczne przestrzeni miejskiej należą do najważniejszych. Decydują o tym, czy i w jaki sposób miasto oddziałuje na uczestnika przestrzeni miejskiej, na jej doświadczanie. Dla turysty pierwsze odczucia estetyczne, po znalezieniu się w nowym miejscu, decydują o intensywności percepcji przestrzeni miejskiej i chęci odkrywania jej wielowymiarowości” (2011, 371-372).

Streetartowcom zależy na estetyzacji miejsc zaniedbanych, zdewastowanych, brzydkich. Obok obiektów o przemyślanej architekturze i koncepcji urbanistycznej w polskich miastach jest wiele miejsc okaleczonych i nijakich, wymagających interwencji artysty. Zarówno w przeszłości, jak i dziś, artystyczne wytwory twórców graffiti, wlepek czy różnego rodzaju instalacji plastycznych, te dokonywane nielegalnie, najczęściej traktowane były jako akty nieuprawnionej ingerencji i dążenia do aneksji przestrzeni publicznej. Aby docenić działania artystów ulicy, obserwator musi się wyzbycić uprzedzeń i stereotypowego podejścia i przyjąć założenie, że działania i artystyczne produkty twórców street artu nadają architekturze miasta nową dynamikę, różnicują i wzbogacają jego estetykę, podnosząc tym samym jakość życia mieszkańców. Pozytywny wkład artystów w dzieło rewitalizacji miejskich organizmów, w sensie estetycznym i społecznym, staje się faktem, ale bywa kwestionowany<sup>191</sup>.

---

<sup>191</sup> Na przykład Sebastian Frąckiewicz, autor książki *Żeby było ładnie. Rozmowy o boomie i kryzysie street artu w Polsce*, GM „Arsenal”, Poznań 2015, nazywa boom streetartowy w naszym kraju „muralozą” i jest zdania, że przekonanie o rewitalizacji miast za pomocą murali to „mrzonki”. Za to

Pobocznym skutkiem ich działań – pożytecznym i trwałym, jest budowanie wspólnot komunikacyjnych wśród mieszkańców. Według Haliny Taborskiej sztuka publiczna, stając się elementem wizerunku i kapitału kulturowego miasta, wpisuje się w pamięć indywidualną i zbiorową. Jako przykład podaje miasto Lyon. Pod koniec lat 80. ubiegłego wieku miejscowi muraliści zrewitalizowali pod względem estetycznym dzielnicę znaną pod nazwą Miasto Tony'ego Garniera. Przenieśli oni na szczyty budynków jego rysunki i szkice architektoniczne. Ich dzieło zostało później dopełnione muralami innych artystów (2010, 18-19).

Estetyzacja dotyczy także sfery życia codziennego w mieście. M. Featherstone odnosi pojęcie „estetyzacja życia codziennego” do subkultur artystycznych XX w., które podczas I wojny światowej i w latach 20. stworzyły dadaizm, historyczną awangardę i surrealizm. Zarówno w dziełach, jak i w biografii artystów zacierały one granice między sztuką a życiem codziennym. Podobną strategię dostrzega w sztuce ponowoczesnej lat 60. W takim podejściu widzi podwójne dążenie: chęć zdjęcia ze sztuki nimbu świętości, pozbawienia nietykalności oraz założenie, że sztuką może być dowolna jej forma w dowolnym miejscu, jak na przykład happeningi i performansy. Oprócz tego chodzi o realizację zamiaru „przekształcenia życia w dzieło sztuki”, hasło, które głosili już symboliści, futuryści i inni. Łączą oni codzienną egzystencję z poczuciem estetycznej przyjemności i podobnym podejściem do życia, pełnego nieoczekiwanych odczuć (1998, 305-306).

Działania streetartowców w przestrzeni urbanistycznej mają na celu ożywienie i odnowienie miejskiej zabudowy, społeczno-kulturową rewitalizację zaniedbanych miejsc i ich estetyzację. Jak pisze Roland Schefferski, dzięki udziałowi w realizacji interwencji artystycznych użytkownik miejskiej przestrzeni „nie zostaje zredukowany do «osaczonego» dziełem sztuki pasywnego odbiorcy”, a jego „wpisanie się w kontekst miejsca i umożliwienie mu udziału w interakcji w procesie komunikacji z artystą i jego dziełem umożliwia mu «kreatywną partycypację»” (2010, 179). Wrocławski artysta Paweł Kowzan czyni to za pomocą projektów konceptualnych, malując czarne paski na różnego rodzaju obiektach. Jego działania służą budowaniu wspólnoty artystyczno-komunikacyjnej, gdyż każdy, kto poczuje się artystą graffiti może, naśladując pomysłodawcę, umieścić taki pasek w dowolnym miejscu i poczuć się artystą.

Inną funkcję pełnią murale streetarterki Iwony Zając – mają wyzwalać określone emocje. W swej twórczości stara się ona połączyć ze sobą sferę publiczną z prywatną. Murale, które dały artystce „poczucie wolności”, stały się zapisem jej życia rodzinnego. W prywatną narrację wpisują się postacie rodziców, obrazy baśniowej przyrody, sceny z dzieciństwa autorki. Wkomponowane w publiczną

---

murale zmieniają charakter miejsc, ściągając do złych i biednych dzielnic deweloperów i klasę średnią; biedniejsi mieszkańcy muszą sobie szukać wtedy nowego miejsca, bo drożeją czynsze i wszystko wokół. Murale są także często elementem autopromocji artystów – zob. wywiad M. Stelmach *Grzechy muraloży*, „Wysokie Obcasy” z 28.11.2015, s. 44.

przestrzeń miasta, czynią je bliskim sobie i innym: „(...) miasto wydaje mi się bardziej przyjazne, gdy ludzie malują na murach, tworzą własne otoczenie” (PSA, 324). Artystka organizuje warsztaty dla młodych ludzi. Uczy ich między innymi kreatywnego podejścia do technik street artu, takich jak szablon. Pokazuje, jak sami mogą podnieść poziom estetyki rodzimego krajobrazu, wyprowadzić go ze stanu zaniedbania<sup>192</sup>. Działania na rzecz lokalnej społeczności, znane na Zachodzie jako *community art* przynoszą nie tylko nowe prace typu *site-specific* – związane z historią i charakterem danego obszaru, ale inicjują nowe więzi i relacje między osobami ze środowiska, aktywizują mieszkańców w ważnych dla niego kwestiach. Dla animatorów kultury stanowią naturalny sposób działania (Turek, Żakowska 2011, 145).

Zaniedbane lub nowe mury są źródłem inspiracji dla streetartowca Damiana Terleckiego, znanego jako Czarnobyl. Nierestaurowane od dłuższego czasu fasady artysta traktuje jako zagruntowany obraz, a właściwie jego podkład. Nowoczesna architektura prowokuje go do działań, „bo jest taka zimna, hermetyczna, że człowiek czuje się obco. W momencie, gdy pojawia się tam street art, pojawia się także komunikacja, emocja” (PSA, 55). Zatem, osvajanie i ozdabianie zarówno starej, jak i nowej architektury, nadawanie jej indywidualnego, osobistego oblicza służy jej humanizowaniu.

Wojciech Kołacz (Otecki/Otek), jak sam pisze, „postrzega rzeczywistość dualistycznie” (PSA, 191). W artystycznej wizji łączy piękno natury z dziełem człowieka – miastem zatrutym spalinami. Jego celem jest przywrócenie mieszkańcom poczucia piękna. W pracach wprowadza klimat baśni. Jego postacie przywołują obrazy prymitywistów i artystów wywodzących się z egzotycznych kultur. Ozdobione wnętrza bram i ściany podziemnych przejść przeobrażają się w rodzaj ulicznej galerii sztuki. Wędrówka po niej jest magiczną podróżą w świat wyobraźni. Wyimaginowana rzeczywistość odrealnia miejską przestrzeń, pozwalając mieszkańcom na chwilę zanurzyć się w innym niż rzeczywisty świecie. Bezpośredniość przekazu to główne założenie artysty: „Robię to, co robię, z miłości do człowieka. Dążę do tego, aby było to przede wszystkim autentyczne, dopiero później estetyczne”. Estetyzacja wybranej przestrzeni za pomocą sztuki ma w tym przypadku cel dalekosiężny. Chodzi mu o zbudowanie, z pomocą mieszkańców, lokalnej tożsamości (PSA, 191, 199).

Estetyczno-pragmatyczny charakter mają działania artystów z grupy Taki Myk Studio, którzy upiększają miasto i podnoszą jakość istniejących w nim relacji interpersonalnych. Według nich: „W street artcie kryje się olbrzymi potencjał kreatywnej interakcji między twórcą, miastem a mieszkańcami. Jakość przestrzeni publicznej w Polsce stale się pogarsza. W Warszawie, mieście, w którym miesz-

<sup>192</sup> Duża siła emocjonalnego oddziaływania emanuje z jednego z murali I. Zajęc, pracy „pokazującej opuszczoną Stocznnię Gdańską przez wspomnienia i niespełnione pragnienia pracujących tu ludzi”, na co zwracają uwagę S. Gzell i L. Nyka (2011, 74).

kamy, jest to bolesny problem. Street art daje możliwość bezpośredniej interwencji. Umiejętnie użyty pozwala odczarować miejską szarugę” (PSA 284). Postulaty urzeczywistniają nie tylko w praktyce artystycznej, ale i poprzez działalność edukacyjną. Na corocznych warsztatach o nazwie Szablon Dżem szkołą młodzież uzdolnioną plastycznie.

Nie bez znaczenia jest fakt, że w wyniku wspomnianych interakcji coraz częściej dochodzi do porozumienia stron, rodzą się więzi społeczne w obszarze miasta, dzielnicy, ulicy itd. Dzięki tym procesom ludzie stają się, jak to określa Marika Pirveli, „architektami własnego miejsca”, a liczba stwarzanych przez nich „przestrzeni zaufania” rośnie (2008, 33). Miasto, dzięki łączeniu lokalnych wspólnot w większe organizmy, staje się przestrzenią współodczuwania, tak jak to było w miastach antycznych czy w średniowiecznym Paryżu, ale duch wspólnoty zniknął w wielkich XIX- i XX-wiecznych aglomeracjach przenikniętych ideą indywidualizmu (Sennet 1996). Sztuka ulicy zmierza dziś do odbudowania lokalnych wspólnot i więzi międzyludzkich.

Mając w pamięci te przedsięwzięcia polskich streetartowców, warto udać się do dwóch miast wschodniej Europy – Rygi i Wilna, po czym porównać dokonane tam obserwacje z tym, co dzieje się na ulicach polskich miast i osiedli. Pomocne w „artystycznych” peregrynacjach po Rydze są spostrzeżenia Izabeli Paluch, która w artykule poświęconym historii światowego i polskiego graffiti przypomina wrażenia Waltera Benjamina z wędrówki po stolicy Łotwy w latach 20. ubiegłego wieku. W swych wspomnieniach przywołuje on obrazki malowane na ścianach budynków i na szyldach sklepów, w których z dbałością o najmniejszy detal odwzorowywano różne przedmioty i materiały oferowane do sprzedaży – młotki, śrubki, worki cukru, bryły węgla, ale także wypięknione twarze kobiet na ścianie sklepu z galanterią damską i oferowane do sprzedaży staniki. Wędrując ulicami i zaułkami tego miasta, można się przekonać, że coś z tej aury pozostało w wyglądzie starych ryskich kamieniczek, ozdobionych gdzieś tam niewielkimi malowidłami. Autorka konstatuje, że w ikonosferze współczesnego miasta, zdominowanej przez agresywną reklamę, to sztuka ulicy przywraca harmonię i urodę miastu, kierując naszą uwagę na sprawy ważne, ale także na szczegół. Malarze, zwłaszcza ci z obszaru street/urban artu, czynią to nienachalnie, bez komercyjnego blichtru: „Czasami chcą tylko sprawić, aby nasze ulice były piękniejsze, pomysłowym żartem wzbudzić uśmiech na twarzy zamysłonego przechodnia, przerwać autystyczne poruszanie się po mieście” (Paluch 2010, 357).

Spójrzmy, w tym kontekście, na dzisiejszą ryską starówkę z jej wspaniałymi budynkami i kościołami. Przekonamy się, że oprócz śmiałego operowania kolorem, tu i tam na starych obiektach pojawiają się różnego rodzaju akcenty malarzko-graficzne, na przykład sylwetka arlekina albo stylowa reklama szwajcarskich zegarków. W sercu Rygi uderza w oczy wielkie, utrzymane w stylu starych



fotografii, malowidło na bocznej ścianie kamienicy, która właśnie tą niereprezentacyjną częścią jest zwrócona w stronę placu Katedralnego. Przedstawia ono jednego z następców Dedala i Ikara, usiłującego wznieść się w powietrze na prymitywnej maszynie, przypominającej dzisiejsze lotnie. Ta apoteoza kruchej wolności (Ikar wszak upoił się nią i zapomniał o bezpieczeństwie, co skończyło się jego śmiercią) zapewne jest rodzajem przestrogi dla Łotyszy przed Rosją i apelem o rozważne korzystanie z owoców odzyskanej swobody.



Charakterystyczne pod względem różnorodności obrazów i napisów w stolicy Łotwy jest jedno z przejść podziemnych między starą a nową Rygą, którego ściany po jednej stronie zostały ozdobione samymi tylko malowidłami przez zawodowych artystów, a naprzeciwko zlewają się w chaosie linii i symboli tagi oraz napisy wykonane przez grafików. Tam, gdzie kończy się stara Ryga, zaczyna się świat hipermarketów i nowoczesne budownictwo z krzykliwym dizajnem reklam, szyldów z napisami i o żadnej twórczości, poza czysto użytkową, nie ma już mowy. Graffiti stanowi obszar przejścia między tymi odmiennie ukształtowanymi przestrzeniami architektonicznymi.

Podobnie jest w Wilnie. W skate parku nad rzeką Wilią króluje świat graffiti. Kto się tu znajdzie, zauważy, że tło dla obrazów writerów stanowią, z jednej strony, supernowoczesne biurowce, zwłaszcza wykonane ze szkła i metalu siedziby banków oraz nowoczesna bryła budynku mieszczącego galerię sztuki współczesnej, a z drugiej – sylwetki starych kościołów i innych zabytkowych budowli oraz

elementy widocznej po drugiej stronie rzeki zabudowy starówki. Tu także, ale w przestrzeni symbolicznej, graffiti staje się łącznikiem między starym a nowym światem, nowoczesną i zabytkową architekturą, między dwiema zupełnie różnymi koncepcjami urbanistycznymi. Wdziera się także do samego centrum – boczne ściany domów przy reprezentacyjnym prospekcie Gedymina, a frontowe przy innych ulicach są gdziegdzie pokryte różnymi mniej lub bardziej zabawnymi napisoobrazami. Jedno z malowideł przedstawia dziwne zwierzę oraz sylwetki dziewcząt. Podpis o dosyć oryginalnym kształcie liter *Strytanimals* to zapewne pseudonim wykonawców. W ten sposób graficy przelamują wizualną jednostajność i nudę ciągnących się kilometrami podobnych do siebie budynków.

W Toruniu funkcję ożywiania, różnicowania i wzbogacania ikonosfery ulic, w której dominują solidne i stateczne budowle, spełniają malowidła wykonane na długim murze wzdłuż ruin zamku krzyżackiego, związane treściowo z historią zamku. Są one utrzymane w poetyce ilustracji ze zbiorów legend dla dzieci. Pragmatyzm gospodarzy rzeczonoego miejsca polegał na podjęciu działań uprzedzających ewentualne zjawienie się graficy przez zamówienie obrazków u zawodowego plastyka. Można zadać pytanie, czy jest to udana propozycja. Odpowiedź brzmi: efekt jest wątpliwy, a takie działanie nie jest najlepszym sposobem na podniesienie estetyki historycznego otoczenia. Podobnie jak nabazgranie w pobliżu przez nieznanego sprawcę pseudokatastroficznego napisu *Nadchodzi koniec*.



W centrum Bydgoszczy, w dzielnicy Śródmieście, pozwolono writerom na ozdobienie kilku bocznych ścian kamienic ogromnymi muralami, które zawierają wiele symbolicznych treści i aluzji kulturowych. Przechodzień, który dotąd obojętnie mijał mało ciekawe pod względem architektonicznym domy i klójące się z nimi swym wyglądem bloki w socrealistycznej manierze (ul. 3 Maja i Piotra Skargi), teraz podziwia ich nową estetykę i odczytuje kulturowe konteksty, jakie nadali im streetartowcy<sup>193</sup>.

<sup>193</sup> Próbę odczytania symboliki owych murali zawiera jeden z następujących podrozdziałów.

Mural wykonany przez członków okazjonalnej grupy działającej w ramach projektu city2city<sup>194</sup> w 2009 r. na 11-kondygnacyjnym bloku przedstawia Piotrusia Pana, a w tle bohaterów innych książek dla dzieci, kolorowe domki na drzewie wtopione w przyrodę. Nie zawiera napisów, ale jego treść jest czytelna. Obserwator przenosi się w barwny świat dziecięcych fascynacji, baśniową atmosferę ulubionych utworów dzieciństwa. Podkreślano marketingowy wymiar działań writerów: „Ważne jest to, że malujemy na bloku, który potencjalnie mógłby być zajęty przez billboard, a teraz będzie na nim coś, co ozdobi całe miasto. Zdjęcie ścianki ukaże się w zagranicznych magazynach o urban arcie, więc dodatkowo stanie się wizytówką miasta” – mówił o zaletach akcji i jej efektach Marcin Płocharczyk, pomysłodawca i realizator projektów city2city (dwie edycje) i Urban vision quest<sup>195</sup>. W ten sposób starają się swej działalności nadać rangę wyższą od tej, którą ma nielegalne wykonywanie wrzutów czy tagów, większość z nich zaczynała przecież od graffiti<sup>196</sup>.

W dyskusjach, które przetoczyły się na łamach lokalnej prasy i w internecie, zarzucano twórcom muralu zakłócenie jednolitości stylistycznej architektury osiedla, złożonego z wysokich bloków (ul. 3 Maja), a przez to zaburzenie pierwotnej koncepcji urbanistycznej jego twórców. Tego rodzaju argumenty spotykają wielu malarzy, gdyż każdy mural stanowi ingerencję w zastaną przestrzeń i założoną przez architektów koncepcję. Streetartowcy mają o tej realizacji dobre zdanie, twierdząc, że sam w sobie obraz jest spójny i dobrze zaprojektowany, choć dziewięć malujących go osób musiało iść na pewne artystyczne kompromisy (zob. PSA2 56). Mieszkańcy osiedla, pytani o opinię, w większości przychyłali się do zdania, że barwna baśniowa kompozycja skutecznie zwalcza szarzyznę postpeere-  
lowskich bloków. Ich zdaniem muraliści odpowiedzieli na zapotrzebowanie społeczne w kwestii ożywienia lokalnej architektury i jej otoczenia. Ponadto przyczy-

<sup>194</sup> Mural stworzyła dziewięćosobowa grupa w składzie: Marcin Chyliński, Wojtek Możyc, Krzysztof Syruć, Bartek Świątecki, Kamil Stuczyński (razem tworzą grupę Spectrum), Mateusz Gapski (Bezt) i Przemek Blejzyk (Sainer) z zespołu Etam Cru oraz Robert Proch i Przemek Bujanowski – zob. [http://porady.domiporta.pl/poradnik/1,127301,6873531,Najwiekszy\\_polski\\_mural\\_namalowano\\_w\\_Bydgoszczy.html](http://porady.domiporta.pl/poradnik/1,127301,6873531,Najwiekszy_polski_mural_namalowano_w_Bydgoszczy.html) (dostęp 20.03.2015). Autorzy tego ponoć największego muralu w Polsce, dziś w części studenci uczelni artystycznych, określają się za pomocą nazwy city2city ‘z miasta do miasta’, gdyż pochodzą z różnych ośrodków – Olsztyna, Poznania, Gdańska, Łodzi i Bydgoszczy. Podkreśla ona rolę miasta – a właściwie jego centrum – jako środowiska artystycznych działań. Projekt stanowi przede wszystkim próbę oswojenia zdehumanizowanej przestrzeni architektonicznej przez odwołanie się do poetyki baśni. W zamyśle twórców jest jednak czymś więcej – ma uruchomić mechanizmy wyobraźni i zachęcić do samodzielnego myślenia. Członkowie Etam Crew, wchodzący w skład CtoC o celach tego rodzaju kreacji artystycznej mówią tak: „(...) chcemy przenieść odbiorcę w taki trochę baśniowy świat, ale jednocześnie nie mówić wszystkiego do końca, żeby mógł sam odpowiedzieć sobie historię do tego, co widzi. Chcemy uruchamiać u ludzi wyobraźnię, bo w dzisiejszych czasach wszystko jest podawane na tacy, z gotową interpretacją, zniechęca do samodzielnego myślenia” (PSA2 56).

<sup>195</sup> W wywiadzie dla „Gazety Wyborczej”, edycja bydgoska z 3 sierpnia 2009 r.

<sup>196</sup> Członkowie Etam Cru, Sainer i Bezt, tak o tym mówią w rozmowie z M. Rutkiewiczem: „Obaj zająwkę na malowanie złapałaliśmy w młodości przez klasyczne graffiti. Nie przypuszczaliśmy wtedy, że kiedykolwiek doprowadzi nas to na uczelnię” (PSA2 56).

nili się do odnowienia relacji artysta – odbiorca, jako zwalczającej, dzięki aktowi artystycznej kreacji, bezruch i apatię.



Podobne kontrowersje budzą inne wielkoformatowe realizacje streetartowców, choćby mural o wysokości 12 kondygnacji, namalowany w Łodzi w 2013 r., przedstawiający owce i futurystycznego „owczarza”. W tym samym mieście członkowie Etam Cru rok wcześniej stworzyli pracę *Kobieta z kurą* na bocznej ścianie okazałej kamienicy przy alei Politechniki, a w 2010 r. artysta Blue z Bolonii wykonał mural przedstawiający desant żołnierzy (na bloku stojącym na rogu alei Jana Pawła II i Siennej w Warszawie)<sup>197</sup>.

<sup>197</sup> Zob. <http://wyborcza.pl/zdjeciazhistoria/51,135836,15621321.html?i=28>, dostęp 20.06.2015 r. Warto także przeczytać dostępny pod tym samym adresem wywiad Bożeny Aksamit z Marcinem Rutkiewiczem pod znamionym tytułem *Street art – sztuka czy syf?*, w którym oddziela on street art od graffiti, ale równocześnie stwierdza, że „granica między writingiem a street artem jest dość płyn-

Ingerencja streetartowców w zorganizowaną już architektonicznie przestrzeń nie ma trwałego charakteru. Budzący kontrowersje mural zostanie zamalowany przy okazji kolejnego remontu, jeśli jakiś autorytet w dziedzinie sztuki uzna go za dysonans w harmonijnie uporządkowanej ikonosferze tego osiedla. Warto zauważyć, że – nie będąc arcydziełem – oswaja zdehumanizowaną przestrzeń urbanistyczną, wymagającą rewitalizacji. Biorąc pod uwagę przedstawione zastrzeżenia, nie sposób nie zgodzić się z poglądem M. Rutkiewicza, że „współczesne polskie murale to w większości realizacje na dobrym poziomie, ciekawe artystycznie, dobrze osadzone w krajobrazach miast, w których się pojawiają” (PSA2 28). Także zdaniem samych writerów murale „pozytywnie wpływają na miasto”, jednakże pod warunkiem, że ich wykonawcy mają pełną świadomość estetycznych i społecznych skutków, jakie zrodzi ich pojawienie się w konkretnym miejscu (PSA2 214). Dlatego najczęściej nie są malowane na fasadach, lecz na bocznych ścianach domów, na ogrodzeniach, w opuszczonych pomieszczeniach.

Mieszkańcom miast łatwiej zaakceptować działania streetartowców, kiedy mają charakter jednorazowy i ograniczony w czasie. Wtedy ich prace przyciągają uwagę, bywa też tak, jak to się zdarzyło na gdańskiej Zaspie, że mieszkańcy bloków, które omijają artyści, domagają się namalowania muralu na ich budynku. Mniejsze zainteresowanie obserwatorów budzi aktywność artystyczna o charakterze happeningowym. Obiektem artystycznych prowokacji stawał się dwukrotnie, w 2010 r., bydgoski pomnik Tysiąclecia Państwa Polskiego na skwerze Leszka Białego. Akcja przeprowadzona przez Grupę Twożywo polegała na zawieszeniu na pionowych i poziomych elementach tego obiektu, nazwanego przez artystów szyderczo *Obelgiskiem* (obelga dla sztuki pomników?), szerokich pasów materiału z napisami, składającymi się na swego rodzaju łamigłówkę – jedna z niespójnych językowo, ale dających do myślenia frazy brzmi: *Ten Bóg dał ból, łzy, aby móc sam też wyć*. Sens i efekt podjętych działań artyści tłumaczą w tonie pozornie poważnym. W rzeczywistości ich opis „odnowionego” pomnika stanowi żartobliwie-absurdalny ekwiwalent językowy samego happeningu oraz parodię opisów niektórych dzieł sztuki: „Porzucony obiekt o funkcji symbolicznej stał się podstawą prowizorycznego urzędnictwa w technologii semantycznej do wskazywania rozdroży. Afirmacja nieodzowna każdemu działaniu automatycznie uruchamia oprawcę. Sprzeciw wobec zaniechania prowadzi na pastwę, pastwisko gdzie potulnie tuczemy nasze biografie losową mieszanką. TAK → AKT → || ← KAT”<sup>198</sup>.

Inną strategię wobec monumentu zastosował Bartek Świątecki, który wraz z Adamem Cieślakiem i z pomocą grupy przyjaciół z bydgoskiego stowarzyszenia Las owinął go foliową pajęczyną, nadając mu lekkość, transparentność i elegancję

---

na i często zależy od indywidualnej oceny odbiorcy”. Graffiti jest dla niego nie tyle aktem bezsensownego niszczenia ścian, co „naturalnym stylem ekspresji graficznej, częścią ikonosfery”. Spełnia także ważną funkcję społeczną, gdyż stanowi drogę ujęcia dla frustracji młodego pokolenia.

<sup>198</sup> Zob. <http://www.twozywo.art.pl/twzw.php?3jj7>, dostęp 20.01.2015.

klasycznego stroju panny młodej<sup>199</sup>. Końcowe pasma folii, niczym welony, „przyciętym” pomnik do gruntu i okolicznych drzew. Chodziło zapewne o uroczyste podkreślenie faktu, że polska państwowość, mimo dziejowych burz, przetrwała ponad tysiąc lat. Patriotycznej motywacji nie osłabia deklaracja pomysłodawcy projektu, który techniczny aspekt jego realizacji tłumaczył upodobaniem do „dużych płaszczyzn czystych kolorów i kształtów, dobrej kompozycji i właściwego rozmieszczenia akcentów” (PSA, 210). Głód obcowania z pięknym przedmiotem znalazł w tej realizacji dobitny wyraz, dzięki czemu sztuka miasta spełniła kilka ważnych funkcji, przede wszystkim – estetyczną.

Działania obu grup *happenerów* względem pomnika doprowadziły do interesującego przeobrażenia obiektu i jego otoczenia (parku), do swoistej, bo tymczasowej i ekscentrycznej, rewitalizacji śródmiejskiej ikonosfery. Zyskała ona, poza estetycznym, także walor komunikacyjny. Zwłaszcza w odniesieniu do artystycznej interwencji *Twożywa* można mówić o zastosowanym tu nowym modelu komunikacji. Tego rodzaju działania subwersywne stanowią przykład nowej strategii artystycznej *street artu*, efektywnie wykorzystywanej w działaniach jego twórców do wprowadzania nowej sztuki w sferę publiczną. Prace *streetartowców* oprócz dostarczania doznań estetycznych (kolor, dynamika) przypominają o ważnych wydarzeniach historycznych, stanowią zachętę do dyskursu na różne tematy, na przykład o znaczeniu sztuki dla młodego pokolenia i jej funkcjach społecznych. Nie zmieniają zbyt radykalnie krajobrazu kulturowego miasta i jego dzielnic. Nie są intruzami przestrzeni wizualnej miasta, lecz pozytywnie ją reorganizują. Zbyt często zdarza się jeszcze, że działania *streetartowców* są traktowane instrumentalnie przez władze miasta, którym sztuka ulicy służy do realizacji doraźnych celów: „jako tani środek tymczasowej rewitalizacji miasta, a dokładniej do maskowania tego, że jest ono zaniedbane, nieodnawiane od lat i nie można się nim pochwalić przed przyjezdnymi” (Krajewski 2011, 22).

W *graffiti* i *street artcie* tkwi realny potencjał społecznego ożywienia tych przestrzeni miasta, które są nieprzyjazne mieszkańcom. Ingerencje artystyczne zamieniają rutynę widzenia miasta i automatyczne poruszanie się po nim w nowe inspirujące doświadczenie. „Bezosobowy charakter relacji międzyludzkich” w mieście, o czym pisał Anthony Giddens (2006, 601), ustępuje miejsca uczestnictwu w jednostkowych narracjach artystów ulicy. Tworzą oni w zurbanizowanej przestrzeni ten obszar kultury popularnej, w którego klimacie możliwe się staje wzajemne porozumienie mieszkańców i obcych (głównie turystów), a także uruchamiają dialog międzypokoleniowy, choćby w mikroskali. Zbudowana społecznie przestrzeń miasta staje się ważnym elementem zbiorowej świadomości, a twórcze współuczestnictwo w kulturze – sposobem na rozpoczęcie procesu integracji kulturowej jej użytkowników<sup>200</sup>. Równocześnie owe działania służą samym

---

<sup>199</sup> Instalacja została sfinansowana przez miasto w ramach projektu o nazwie *Urban vision quest*.

<sup>200</sup> Warunki tej integracji przedstawia W. Jacher 2010, 42.

artystom, a w szczególności „przepracowaniu [ich] kondycji” za pomocą miasta: jego ikonosfery i dostępnych w nim miejsc wraz ze związanym z nimi środowiskiem (Skórzyńska 2010, 64). W tym procesie wzajemnej komunikacji powstaje coś w rodzaju sprzężenia zwrotnego, dającego obopólne korzyści obu stronom, ustanawiającego nowe relacje międzyludzkie i międzygrupowe.

Aleksandra Niżyńska (2011) spogląda na street art (z którego wyklucza graffiti) jako na próbę dialogu czy, jak to określa, „alternatywnej debaty” ulicznych twórców, głównie tych wykluczonych, ze społeczeństwem i władzą, formę demokracji bezpośredniej. Badaczka dochodzi do wniosku, że tak określona funkcja tej dziedziny sztuki zanika: „Komerccjalizacja pozbawiła street art potencjału dyskursywnego i sprawiła, że stał się nowym, ożywczym nurtem sztuki współczesnej. Szansę na bycie częścią publicznej debaty widzę teraz bardziej w działaniach typu *community art*”. Niebezpieczeństwo, jakie niesie dla street artu komercjalizacja, jest zatem zrównoważone pożytkiem w postaci promocji nowej sztuki. Jednak potencjalne szkody, do których Niżyńska zalicza utratę społecznej tożsamości przez artystów ulicy („malowanie w przestrzeni miasta nie będzie już ich atrakcyjnym wyróżnikiem”) i alternatywnego charakteru ich działań, przejętych przez rynek, stanowią widoczną stratę dla społeczeństwa. Te niekorzystne zjawiska pojawiły się dlatego, że polski street art ciągle balansuje na granicy alternatywności i komercyjności<sup>201</sup>.

Niebezpieczeństwo komercjalizacji street artu dostrzegają sami jego twórcy i osoby związane z ruchem. Malowanie na zamówienie samorządów i za pieniądze podatników wielkich murali w polskich miastach stało się modne i pozwoliło ich twórcom na osiągnięcie pewnej finansowej niezależności, a także przyczyniło się do powstania wielu dopracowanych artystycznie i koncepcyjnie projektów, ale tego typu twórczość, niekiedy dość kiczowata, uwzględniająca narzucone przez inwestora pomysły, często kłóci się z buntowniczym charakterem sztuki ulicy<sup>202</sup> i odbiera jej wiarygodność, a samym twórcom – wolność artystyczną.

Z drugiej strony, prace i działania streetartowców, takich jak P. Kowzan, I. Zając, D. Terlecki, W. Kołacz, B. Świątecki, Sepe i Chazme, artyści z Etam Cru czy Taki Myk Studio, przyczyniają się do odkrywania miasta na nowo, zwłaszcza jego zdegradowanych fizycznie i kulturowo dzielnic, służą podnoszeniu ich atrakcyjności i walorów użytkowo-turystycznych. Coraz modniejsze stają się wędrówki współczesnych miejskich nomadów po takich odnowionych miejscach, realizujące choćby koncepcję Giuliany Bruno, przedstawioną w książce *Streetwalking on a Ruined Map*; tak jest na przykład w Gdańsku i w Łodzi (szlakiem mura-

<sup>201</sup> Zob. wywiad z autorką: [www.nowapolitologia.pl/wydarzenia/ze-swiata-politologii/street-art-jako-forma-debaty-publicznej-wywiad](http://www.nowapolitologia.pl/wydarzenia/ze-swiata-politologii/street-art-jako-forma-debaty-publicznej-wywiad) (dostęp 10.03.2012).

<sup>202</sup> M. Rutkiewicz tak opisuje objawy tego zjawiska: „(...) efektem tego procesu jest uprzedmiotowienie zjawiska i narastająca w urzędach i instytucjach tendencja do sprowadzania działalności twórców graffiti do roli dostarczycieli ładnych obrazków w ramach kolejnych rocznic” (2011, 158).

li). Chodzi o odbiór architektury nie tylko wizualny, lecz dokonany za pomocą wszystkich zmysłów, o poddanie się sile jej oddziaływania. Street art buduje „atmosferę miasta”, wydobywa „cechy szczególne ulicy” i „eksponuje walory przestrzeni porzuconych”. Dzięki połączeniom i przejściom, jakie buduje sztuka ulicy, takim jak galerie pod wiaduktami i wzdłuż linii kolejowych, z uporządkowanej w różnym stopniu (lub nie) struktury miasto przekształca się w krajobraz o niezakłóconej ciągłości (Gzell, Nyka 2011, 75).

Niejednoznaczne odczucia budzi zjawisko *festiwalizacji street artu*, czyli powstanie licznych festiwali tej sztuki, podczas których na ścianach budynków wykonywane są murale lub prace o mniejszym formacie. Pierwsze z nich zorganizowano w Norwegii (*Nuart Festival* – od 2006 r., w 2015 r. miała miejsce już 10. edycja<sup>203</sup>) i we Włoszech (*Fame Festival* – od 2008 r.)<sup>204</sup>. Street art stał się atrakcyjny nie tylko dla widzów „na mieście”, ale także dla galerii sztuki. Latem 2008 r. na fasadzie londyńskiej Tate Modern „wystawiono” szereg murali, które przyszedł oglądać tłumy. Fakt ten, w połączeniu z prestiżem i promocją znanej galerii, dał impuls działalności festiwalowej streetartowców, którzy nagle stali się obiektami powszechnego zainteresowania. W Polsce dobrze są znane wieloletnie projekty artystyczne, spośród których najbardziej znany stał się *Monumental Art Festival* w Gdańsku. Formalnie funkcjonuje od 2009 r., ale murale na osiedlu Zaspą pojawiły się już w 1997 r. Ideą festiwalu jest „humanizowanie materii betonowego ponurego blokowiska”<sup>205</sup>. Festiwal *Out Of Something* we Wrocławiu został zapoczątkowany wystawą urban artu w tamtejszym BWA w 2008 r., a od 2010 r. prezentuje się tę sztukę w ramach „symultanicznej sceny miejskiej”<sup>206</sup>. W tym samym czasie zapoczątkowano realizację festiwalu *Galeria Urban Forms* w Łodzi, który przez prestiżowy francuski „Graffiti Art Magazine”, poświęcony sztuce miejskiej, został w 2012 r. uznany za jeden z pięciu najważniejszych festiwali streetartowych na świecie. Organizatorzy za główny cel uważają „permanentną zmianę wizerunku Łodzi i znaczną poprawę jej codziennej estetyki”. Jak piszą: „Chcemy, aby Łódź jako miasto w przyszłości było na całym świecie kojarzone z wartością,

---

<sup>203</sup> Zob. <http://www.nuartfestival.no/previous-years>, dostęp 14.09.2015 r.

<sup>204</sup> <http://studiocromie.org/category/show-projects/>, dostęp 14.09.2015 r.

<sup>205</sup> Zob. <http://www.obieg.pl/recenzje/18606>, dostęp 14.09.2015 r.

<sup>206</sup> Zob. <http://pik.wroclaw.pl/Out-Of-Something-c357.html>, dostęp 14.09.2015 r. Organizatorzy trzeciej edycji festiwalu w 2012 r. interesująco przedstawiali jego cele: „*OUT OF STH vol.3* to wielopoziomowe wydarzenie o charakterze interaktywnym, mające na celu zmianę postrzegania i współlistnienia sztuki w przestrzeni miejskiej w obrębie nurtów współczesnej twórczości wizualnej poprzez prezentację szerokiego spektrum estetyk, technik i nośników oraz jej przenikania do wzornictwa masowego. To szeroka prezentacja dokonań kilkudziesięciu artystów podejmujących temat miasta, jego nowej definicji i funkcji, wspólnej przestrzeni publicznej, miejskiego dizajnu, uzupełniona wydarzeniami muzycznymi, performansami, spotkaniami, warsztatami i wykładami, podczas których artyści dzielić będą się z uczestnikami swoją wizją miasta i wyjątkową estetyką, dzięki której sztuka w przestrzeni poza-galeryjnej od lat przyciąga uwagę nie tylko miejskich rebeliantów”. Zob. <http://www.bwa.wroc.pl/index.php?l=pl&id=636&b=1&w=1>, dostęp 14.09.2015 r.



nowatorską sztuką umieszczoną w jego przestrzeni publicznej. Pragniemy, aby wielkoformatowe obrazy stały się główną wizytówką miasta, a cała Galeria była jedną z jego z podstawowych atrakcji turystycznych. Dzięki doborowi odpowiedniej klasy artystów, nasz projekt ma przekształcić miasto w «żywą» galerię sztuki współczesnej na najwyższym poziomie artystycznym»<sup>207</sup>.

Warte uwagi są także inne festiwale. *Katowice Street Art Festival* organizowany jest od 2011 r. i reklamowany jako „pochwała miasta i święto miejskości”. Animatorzy festiwalu pragną „pogłębionej refleksji nad miastem” i zadania „trudnych pytań o jego przyszłość”<sup>208</sup>. W Warszawie od kilku lat w ramach festiwalu *Street Art Doping* artyści z całego świata tworzą murale w zaniedbanych dzielnicach. W 2015 r. Praga Północ zyskała 5 nowych murali. Także w krajach wschodniej Europy organizuje się imprezy streetartowe. Na przykład od 2013 r. odbywa się festiwal sztuki ulicznej *Vilnius Street Art* w niezbyt atrakcyjnej „dla biznesu i mieszkańców” przydworcowej dzielnicy Wilna. W jego ramach podczas trzeciej edycji – latem 2015 r. – wymalowano cztery ściany budynków, zorganizowano wystawy i dyskusje. Na dyskusję na temat „uwłaszczenia” przestrzeni publicznej i jej kształtowania przybyły do klubu Kablisy 3 września tego roku tłumy mieszkańców poruszonych usunięciem sowieckich rzeźb z Zielonego Mostu<sup>209</sup>.

Sukces tych i podobnych festiwali zapoczątkował lawinę imprez plenerowych, których street art stał się częścią. Biorą w nich udział zarówno wybitni artyści streetartowi, jak i dopiero początkujący, ale już uznani przez środowisko i obserwatorów. Są pożyteczne w wymiarze społecznym i kulturalnym, gdyż pełnią rolę swoistego laboratorium sztuki. Murale i inne prace powstają na oczach widzów, wciągając ich w proces tworzenia. Rodzą się interakcje na linii sztuka-artyści-społeczność. Dla wielu festiwale są świętem sztuki, po którym pozostają w przestrzeni miasta dzieła większej lub mniejszej wartości. Celem streetartowców jest uczynienie swej sztuki stałym elementem miejskiej sfery publicznej, z którym będą identyfikować się mieszkańcy. Aspekt kulturowy i edukacyjny takich eventów jest nie do przecenienia<sup>210</sup>. Uliczne galerie stanowiłyby pierwszy etap w pro-

<sup>207</sup> Zob. <http://www.urbanforms.org/projects/pl/>, dostęp 14.09.2015 r.

<sup>208</sup> Zob. <http://2014.katowicestreetartfestival.pl/festiwal/>, dostęp 14.09.2015 r.

<sup>209</sup> Zob. <http://kurierwilenski.lt/2015/08/19/vilnius-street-art-w-centrum-uwagi-bedzie-prydworcowa-dzielnica/>, dostęp 12.08.2015.

<sup>210</sup> W tym kontekście trudno się zgodzić z opinią M. Bieżyńskiego, że organizatorzy niektórych projektów, zwłaszcza urzędnicy, myślą o sztuce w sposób infantylny, podyktowany polityką PR-u danej instytucji i w kategoriach „ciekawego, modnego gadżetu”, traktując ją jako dodatek do „pikniku”, „zwykłą dekorację” i próbując przy okazji przemycić treści różnych obchodów, na przykład Roku Chopinowskiego czy rocznicy śmierci Marii Curie-Skłodowskiej. Jego zdaniem, jest to postępowanie fałszywie pokazujące street art z perspektywy zbuntowanego, zakapturzonego grafciarza. Powoduje to, że tak pojmowana festiwalizacja „staje się szkodnikiem tkanki miejskiej”, banalizując cały ruch. Warunkiem autentycznego zaistnienia sztuki w miejskiej przestrzeni wizualnej jest „odpowiednia jakość artystyczna” obrazów, a nie wykonywanie zleceń przez przypadkowych „artystów” (2012, 82-83).

cesie społecznej edukacji artystycznej<sup>211</sup>, prowadzonej głównie w obszarze sztuki współczesnej. W przypadku najbardziej zaniedbanych dzielnic byłyby rodzajem socjoterapii, której celem jest przeciwdziałanie peryferyzacji miejsc i marginalizacji zamieszkujących je grup społecznych o niskim poziomie życia. Budowanie wspólnoty, której częścią chcą być artyści ulicy, jest bezsprzecznie ważnym aspektem takich praktyk.

Należy jednak pamiętać o tym, że „miasto jest przestrzenią, w której różne grupy realizują swoje własne projekty, dążąc od osvajania kolejnych jego części” oraz „miejszem spontanicznie tworzoną przez kolejnych lokatorów – wedle ich własnych wizji szczęścia, piękna, dobra”<sup>212</sup>. Na miasto należy patrzeć także z mniejszej niż całościowa perspektywy, gdyż mieszkańcy utożsamiają się przede wszystkim z własną dzielnicą, a nawet ulicą (przykład: w Bydgoszczy obchodzone są święta takich ulic, jak Gdańska czy Cieszkowskiego). Odpowiednio do takich postaw, graficy i twórcy street artu w różny sposób podchodzą do sprawy zaznaczenia swojej obecności w ikonosferze dzielnic i ulic miasta i do swej artystycznej aktywności w mieście.

Writerzy przez *otagowywanie* starają się w agresywny sposób oswoić, a następnie symbolicznie zawłaszczyć jak największą część jego przestrzeni, tworząc sferę alternatywną. Streetartowcy nie pragną zawłaszczać, chcą jedynie nadać przyjazny charakter ulubionym miejscom i symbolicznie odzyskać dla mieszkańców wspólną przestrzeń publiczną w procesie konstruowania lokalnej tożsamości. Staje się ona nie tylko „przestrzenią projekcji przekonań i wartości”, podzielanych zarówno przez mieszkańców, jak i artystów, ale także „symbolem i elementem konkretnego stylu życia, poglądów politycznych i światopoglądu” (Dziuban 2014, 18)<sup>213</sup>.

Estetyzacja obiektów w miejskiej przestrzeni także jest sposobem na budowanie lokalnej wspólnoty. Oryginalny sposób na ożywianie miejskich murów

---

<sup>211</sup> Niektóre, jak murale na gdańskiej Zaspie, już pełnią taką rolę. Po tej największej w Europie galerii wielkoformatowego ulicznego malarstwa, która wzbogaca się co roku o nowe dzieła, w ramach Europejskiego Festiwalu Malarstwa Monumentalnego, oprowadzają społeczni przewodnicy. A. Kozłowska, autorka artykułu pt. *Największa galeria murali w Europie*, „Gazeta Wyborcza” z dn. 14 lipca 2011 r., s. 12, czyni znamienne spostrzeżenie: „Murale sprawiają, że identyczne bloki zaczynają się wyróżniać, wystarczy powiedzieć np. «Mieszkam pod kropkami». Na początku mieszkańcy nieufnie podchodzili do muralesów, teraz często dopytują, kiedy wreszcie coś namalują na ich domu”.

<sup>212</sup> Zob. Janik 2010, 149. W tych twierdzeniach autorka uwzględniła spostrzeżenia A. Zeidler-Janiszewskiej (1997, 65), która przypominała myśl Arystotelesa, że „ostatecznym sensem i celem *polis* było (...) zapewnienie życia społeczności zgodnie z jej wyobrażeniami o szczęśliwym życiu i dobrym współżyciu”.

<sup>213</sup> Autorka przywołuje ważne rozróżnienie Davida Harveya dotyczące dwubiegunowego charakteru bycia w mieście: w kategorii „miasta jako doświadczenia” i „miasta doświadczenia”. Pierwsza odnosi się do miasta jako przestrzeni codziennej, praktycznej aktywności miejskich podmiotów, a druga do miasta jako przedmiotu refleksji i krytycznego namysłu. Są to dwa wymienne i pozostające we wzajemnej relacji sposoby doświadczania miasta (2014, 11-12).

wymyśliła warszawska artystka o pseudonimie NeSpoon, autorka prac o ciekawej estetyce. Można ją zaliczyć do czołowych „oswajaczy” miejskiej przestrzeni. Jej skromne, bo trudno zauważalne prowokacje artystyczne nadają różnym obiektom w ścisłym centrum Warszawy ciekawy wyraz<sup>214</sup>. W murze okalającym Zamek Królewski streetarterka umieściła naklejone na cegły ceramiczne płytki z tradycyjnymi motywami polskich koronek, co tłumaczyła potrzebą „rewitalizacji obiektów publicznych”. Jednym z jej ciekawszych pomysłów było przyklejenie na postumencie, pod jedną z barokowych figur w warszawskim Ogrodzie Saskim, symbolizujących różne dziedziny nauki i sztuki, napisu *STREET ART*, wykonanego w stylistyce z tamtej epoki. Do innych powierzchni w mieście przytwierdza zabawne płaskorzeźby przedstawiające bajkowe figurki owadów z myślą o najmłodszych odbiorcach. Zgodnie z intencją artystki, automatyczne poruszanie się mieszkańców miasta w przestrzeni jego ulic i placów ma zostać przerwane i zamienić się w pełną niespodzianek wędrówkę, która dostarcza wrażeń estetycznych i równocześnie pełni funkcję edukacyjną<sup>215</sup>. Prace NeSpoon są także artystyczną odpowiedzią na chaos i tandetę reklam niszczących krajobraz kulturowy miasta. Celem jej, jak sama mówi, „ceramicznych interwencji” jest odzyskanie przestrzeni publicznej dla mieszkańców i poprawa ich samopoczucia wywołana obecnością pięknych artefaktów. Estetyczny walor sztuki artystka łączy z aspektem emocjonalnym, tworząc, według jej określenia, sztukę pozytywną. Daje ona spełnienia i satysfakcję zarówno widzom, jak i jej samej (zob. wypowiedź w GwP 246).

Zwolennikiem osławiania i ożywiania miasta, a nawet kreowania jego przestrzeni jest graficiarz Kwiatek z warszawskiego [v]lepvnetu. Graffiti traktuje jako „formę szukania kontaktu z miastem, zaczepkę, bodziec, który wychodzi od mieszkańców i jest pierwszym etapem relacji z przestrzenią miejską”. Sztuka jest dla niego działaniem o charakterze prospołecznym, inicjującym lokalne więzi: „fajne rozumienie graffiti i działań streetartowych to moim zdaniem rozumienie dążące właśnie do osławiania ludzi z przestrzenią publiczną i do głębszego spojrzenia na miasto jako takie” (cyt. za Turek, Żakowska, 116-117). Działania przywołanych artystów, pozostawiających po sobie przekazy wizualne i werbalne, nadają zdehumanizowanym miejscom lokalny kontekst i zmienioną treść. Dzięki temu zyskują one nieco odmieniony charakter kulturowy. Tak zagospodarowana przestrzeń miejska staje się obszarem międzypokoleniowej transmisji wartości i nośnikiem tradycji z nią związanych.

Przeobrażanie architektonicznego i kulturowego porządku miasta jest trudnym zadaniem. Architektura miasta ma charakter palimpsestu, łącząc dawne i nowe style budownictwa, wykazującego różnorodność umieszczonych w nim obiektów, a wielość kulturowych i architektonicznych wpływów oraz kulturowych nawarstwień daje złudzenie nieporządku, a nawet chaosu. Jednym z ulicznych

<sup>214</sup> Zob. <http://www.behance.net/nespoon> (dostęp 6.06.2011).

<sup>215</sup> Prace NeSpoon w dużym wyborze pokazują albumy: PSA 176-189 oraz GwP 246-251.

twórców, starających się nad nim zapanować, jest Krystian Czaplicki (Truth), twórca projektów modernistycznych, które „w przeciwieństwie do urbanistycznego bałaganu są małą próbą wprowadzenia idealnej formy. Mogą działać jak wspomnienie utraconej, zniszczonej koncepcji urbanistycznej” (SI). Są to różnego rodzaju artefakty i instalacje, takie jak geometryczne *huby*, doklejane do ścian budynków w postaci form przypominających te pasożytnicze grzyby, które „wpijają się w miasto jak pasożyt” i „anektują fragment miejskiej architektury” (wszystkie cytaty za PSA, 288). Przyklejone do kamienic i bloków, nadają im nieoczekiwany wygląd. Można takie działanie odczytać jako strategię symbolicznego zawłaszczenia miejskiego obiektu i przestrzeni, ale artystyczne aneksje, których dokonuje Truth, nie szkodzą takim miejscom.

Czaplicki przyjmuje także inną artystyczną strategię, tworząc rodzaj interakcji między dziełem, miejscem jego usadowienia a widzom. Swoje rzeźby lub instalacje stawia w różnych miejscach i bada reakcję widzów na nie, wyrażającą się w dotykaniu przedmiotów lub formułowaniu różnego rodzaju sądów na temat twórcy i jego dzieła (PSA2 362-367). Styropianowe belki, rozrzucone w parku, czy cegły, wypełniające dziuple w starych drzewach, nietrwałe mostki przerzucone przez strumień, stanowią tylko chwilową ingerencję w przestrzeń, jakże sugestywną i interesującą z designerskiego punktu widzenia. Są to „doskonałe w swym kształcie formy, które przypominają wiele rzeczy, ale nie są żadną z nich” (PSA, 295). Później ulegają rozpadowi lub są usuwane przez porządkowych, co potwierdza prawdę o ulotności wielu działań streetartowych. Truth, podobnie jak inni artyści, zakłada, że przestrzeń publiczna należy do wszystkich mieszkańców miasta, dlatego nikt nie powinien poddawać osądowi tego rodzaju artystycznych eksperymentów. Formy stworzone przez artystę wprowadzają do architektury harmonię, dającą odbiorcy poczucie spokoju i bezpieczeństwa. Taki sposób działania artysty można potraktować jako rodzaj arteterapii.

Zadania rewitalizacji zdegradowanej przestrzeni miasta podjął się także streetartowiec Jan Kołodziej (Autone), stosując w pracach technikę rysunku i zachowując geometrię obiektów. Dzięki temu jego ażurowe i jednokolorowe kompozycje idealnie wtapiają się w strukturę zniszczonych ścian. Szary fragment betonu zyskuje fascynujący wygląd, stanowiąc zaskoczenie dla przypadkowego użytkownika postindustrialnej przestrzeni (zob. GwP 254). Olsztyński streetartowiec Bartek Świątecki (Pener) stosuje w swych rozlicznych działaniach artystycznych technikę *fristajlu*, która polega na eksperymentowaniu w zakresie kompozycji, ekspresji i kształtu. Jego prace przybierają postać ostrobocznych trójkątów i biegnących obok siebie białych linii. Umieszczone zarówno w zdegradowanej pofabrycznej przestrzeni, jak i w otwartych obszarach miasta, takich jak parki i inne tereny zielone, charakteryzują się ostrymi geometrycznymi kształtami i, częściowo, kolorowym wypełnieniem. Niektóre formy, jak na przykład projekt olsztyński 2010, sprawiają wrażenie trójwymiarowych. Nadają one zastanym przestrzeniom postindustrialnym zarazem lekkość, jak i fascynujący dynamizm, a dzięki

zastosowaniu farb luminescencyjnych wnoszą w ponurą ciemność dawnej hali fabrycznej niemal nieziemską świetlistość (GwP 259).

Dynamika i jeszcze większa malarskość cechuje abstrakcyjne (rzadziej figuratywne) murale Krzysztofa Syrucia (Roema/Proembriona), autora pojęcia „hiperkompozycja”. Jak sam definiuje, jest to „kompozycja złożona z ogromnej ilości elementów o zależnościach i prawidłowościach wykraczających poza ludzką zdolność komponowania”. Opierając swój styl na „geometrii diagonalnej” i stosowaniu pełnej palety barw oraz figur, artysta składa hołd naturze, inspirując się występującymi w niej kształtami i kolorami. Jego celem staje się „różnorodność i odejście od wypracowanej stylistyki na rzecz elementu zaskoczenia”. Prace Syrucia dobrze wpisują się w szeroko rozumiany kanon graffiti, choć starają się poza niego wychodzić, a dzięki swej barwności i różnorodności oraz zharmonizowaniu z otoczeniem, niezależnie od tego, czy jest to filar wiaduktu, czy ściana bloku, czy też przejście podziemne, nadają tym obiektom bardzo interesujący walor estetyczny (GwP 262-263). Artysta stosuje strategię delikatnego „odświeżania” miejskich murów, najczęściej zniszczonych. Maluje na nich linie i kontury dla form, faktur i kolorów zastanych lub traktuje jako tło własnych linearnych improwizacji. Takie podejście przynosi bardzo interesujące rezultaty, gdyż stara się on twórczo wykorzystać najbliższe otoczenie jako konieczny kontekst swoich kompozycji. Każda z nich stanowi przykład odrębnego artystycznego rozwiązania, z zastosowaniem różnorodnych technik malarskich i oryginalnych pomysłów, takich jak na przykład „konturowanie skupisk abstrakcyjnych plam”, wygenerowanych przez stworzoną dla celów warsztatowych maszynę spryskującą o dwudziestu jeden spiralnych ramionach. Artysta zajmuje się także „odnawianiem” zapuszczonych terenów zielonych w mieście, umieszczając w nich transparentne wrzecionowate bryły dużego formatu, przypominające jakiegoś monstrualnego owada rodem z powieści science fiction (PSA, 243-255).

Przejawem swoistego udomawiania przestrzeni są działania i prace artystek uprawiających *knit graffiti*, czyli graffiti włóczkowe lub dziergane, polegające na owijaniu drzew i różnych przedmiotów kolorową włóczką lub wykonanymi z niej wyrobami. Maja Brzozowska-Brywczyńska pasję szydełkowania w miejscach publicznych oraz instalowania gotowych robótek na różnych obiektach miejskiej infrastruktury tłumaczy chęcią sprowokowania widza do „zmiany perspektywy patrzenia na przestrzeń miejską jako na przestrzeń miękką, dziecięcą, taktylną”<sup>216</sup>. Obserwowanie artystki publicznie wykonującej prace, a następnie instalującej je w wybranych miejscach oraz dotykanie przeobrażonego za pomocą włóczki obiektu nie tylko, jak sama twierdzi, czyni kontakt ze sztuką doświadczeniem bardziej osobistym i bezpośrednim, ale sprzyja też intymnym niemal kontaktom z miastem (PSA, 244). *Knit graffiti*, określane u nas również jako *guerilla knitting*

<sup>216</sup> *Taktylny* (łac. *tactilis* ‘dotykalny’ od *tactus* ‘dotykanie’) ‘dotyczący wrażeń odczuwanych przez zmysł dotyku; dotykowy’, zob. <http://portalwiedzy.onet.pl/120978,,,taktylny.haslo.html> (dostęp 10.05.2012).

lub *yarn bombing*, są to działania nielegalne, rodzaj miejskiej partyzantki artystycznej, podobnie jak *guerilla gardening*, czyli 'partyzantka ogrodnicza'. Miejscy partyzanci odrzucają agresję, a ich działania mają wymiar prospołeczny i polityczny zarazem (tworzenie wspólnot sąsiedzkich wokół działań proekologicznych i prozdrowotnych)<sup>217</sup>.

Agata Oleksiak (Olek) ubiera we włóczkę drzewa w parku, środki komunikacji i maszyny budowlane. Jej działania nie zawsze spotykają się z przychylnym przyjęciem miejskiego otoczenia. „Włóczkowa interwencja” polegająca na założeniu różowo-fioletowo-zielonego przyodziewku na figurze Starego Marycha (symbol regionalizmu poznańskiego), spotkała się z gwałtowną reakcją „młodych poznańców”. Zniszczyli oni nowe ubranie, uznając je za „gejowskie”<sup>218</sup>. Za to knit grafity w położonym centralnie parku Wilna spotkało się z pozytywnym przyjęciem przechodniów.



<sup>217</sup> Szerzej o miejskich partyzantach i ich akcjach, zob. Bernatowicz 2015 i Pigla, Rataj 2015.

<sup>218</sup> Spalenie instalacji wywołało gniewną reakcję artystki: „Jeżeli to zostało spalone tylko z tego powodu, że to było gejowskie, to mnie to strasznie boli. To znaczy, że [w Polsce] nic się nie zmieniło. Nie zniszczyli tej pracy mi, zniszczyli ją miastu i ludziom, którzy obok niej przechodzili”. Oleksiak wyjechała z kraju w 2001 r. W czasie publicznej debaty na temat tego incydentu doktorant z Instytutu Kulturoznawstwa UAM w Poznaniu, P. Juśkowiak, „zwrócił uwagę zebranych na zły klimat w Poznaniu dla sztuki w przestrzeni publicznej”, obwiniając po części za ten stan rzeczy władze samorządowe, zob. <http://poznan.naszemiasto.pl/artukul/1181313,zdaniem-agaty-olek-w-polsce-nic-sie-nie-zmienilo,id,t.html>, dostęp 10.05.2012 r.

Ten i wiele innych przykładów umacniają w przekonaniu, że streetartowcy, choć ich działania są często ulotne i nietrwałe<sup>219</sup>, pragną zakorzenienia/zadomowienia w strukturze miasta, ale niekoniecznie w tym celu zawłaszczają lub anektują wspólną przestrzeń. Raczej usiłują przeobrażać ją wizualnie i kulturowo, a wielu z nich stara się budować artystyczne i czysto międzyludzkie więzi – zarówno w swej grupie subkulturowej, jak i przez kontakty z mieszkańcami danej części miasta.

Przykładem dążenia do stworzenia wspólnoty służącej integrowaniu mieszkańców na płaszczyźnie działań estetyczno-artystycznych są wymyślane i praktykowane przez grupę Massmix *streetartowe combosy*, czyli „spontanicznie powstające skupiska prac różnych autorów, kolektywne lepienia, sama idea wlepki – zwielokrotnionej, lekkiej, wszędobylskiej”. Jest to rodzaj eksperymentu, którego wyrazem są powstające kolektywnie kompozycje złożone z mieszających się ze sobą fragmentów – „graficznych sampli”. Mimo z góry założonej spontaniczności działań i wbrew temu, co członkowie grupy mówią o „robaczkowych ruchach sztuki”, ich improwizowane prace osiągają zadziwiającą swą dyscypliną stylistyczną jednolitość. Tak jak M. Waras umiejętnie wykorzystał technikę szablonu do tworzenia wielkoformatowych kompozycji, tak w odniesieniu do wlepki zrobił to „kolektyw artystyczny” Massmix, uzyskując równie spektakularne efekty (PSA, 130).

Tego typu eksperymentowanie jest rodzajem strategii artystycznej i próbą stworzenia nowej techniki artystycznej. Strategia umożliwia realizację indywidualnych pomysłów w procesie tworzenia wspólnego dzieła przez członków grupy, jak i osób wciągniętych niejako samoczynnie w jego realizację. Nowa technika przynosi owoce w postaci ciekawie zaaranżowanej przestrzeni i poszerza formułę twórczości wlepkarskiej o nieosiągalne dla innych form działalności streetartowej możliwości przekazu<sup>220</sup>. Ten pomysł przyczynił się do nadania wlepkarstwu siły ekspresji, gdyż około 2010 r. ruch ten zdawał się tracić dotychczasową dynamikę.

Jeszcze jednym sposobem zaistnienia niektórych twórców street artu w świadomości społecznej jest granie emocjami widza. Chodzi tu zarówno o ich ujawnianie, budzenie, jak i nasywanie krajobrazu miasta przekazem emocjonalnym. „Lubię wzbudzać niepokój w ludziach, to taki mój bezpiecznik, tak wyładowuję emocje” – mówi Michał Linow (Pikaso), autor fotorealistycznych portretów, czyli *fotoreali* (PSA, 233). Postacie z jego prac są najczęściej w strefie ust nieco zdeformowane, a ich oczy, sprawiające wrażenie chorych, spoglądają smutno na przechodnia. Pikaso umieszcza je w otoczeniu pełnym chaotycznie położonych linii i barw, co może rodzić w odbiorcy kompozycji niepokój.

<sup>219</sup> Jak zauważają badacze, np. J. Wasilewski i K. Drogowska, nietrwałość sztuki ulicy jest jej cechą immanentną (2011, 100).

<sup>220</sup> M. Rutkiewicz palmę pierwszeństwa w rozpowszechnieniu ruchu wlepkarskiego daje warszawskim artystom o pseudonimach Goro i Kwiatek. W 2000 r. założyli oni pierwszy i jak do tej pory najbardziej reprezentatywny w tej sferze działań artystycznych serwis internetowy *wlep[v]net*, który służy wzajemnej komunikacji i wymianie doświadczeń wlepkarzy (2011, 156), stanowi także doskonałe źródło informacji dla badaczy kulturowego fenomenu, jakim stała się wlepka.

Emocje odgrywają także dużą rolę w twórczości wspomnianego już Bartka Świąteckiego (Penera). Jego krzyczące kobiety wnoszą do przestrzeni miasta dużo ekspresji, podobnie jak widoczne na innych obrazach ostro cięte bryły o intensywnie skontrastowanych kolorach. Figury geometryczne, które maluje, mają wyraziste kanciaste kształty, ale są utrzymane w zharmonizowanych ciepłych barwach. Emocjonalizm niektórych wytworów sztuki<sup>221</sup> miasta stanowi jedną z najważniejszych jej cech – dowód jej młodości i ekspansywności.

Interesujące może się okazać porównanie przedstawionych dokonań polskich graficiarzy i streetartowców z twórczością graficarki i streetarterki, Faith47, białej artystki z Kapsztadu (Republika Południowej Afryki). Jej podejście do kwestii zmiany krajobrazu kulturowego i przekształcania miejskiej architektury jest równie emocjonalne jak naszych twórców, ale bardziej estetyzujące. Prace, jak u polskich artystów, są nasycone treściami społecznymi, ale wydają się bardziej spektakularne, gdyż odnoszą się do dramatycznych spraw i zdarzeń, którymi w swoim czasie żył cały świat. Dotyczą one różnych problemów czarnej ludności RPA i następstw apartheidu w ich psychice oraz społecznych zachowań. Faith47 w oryginalny sposób, nadający jej sztuce indywidualny charakter, łączy w swoich kompozycjach piękno i brzydotę architektury rodzinnego miasta z estetyką i tematyką murali. Wykonuje je w różnych jego częściach, w bogatym centrum i w ubogich dzielnicach, takich jak Langa, w miejscu przeznaczonym niegdyś przez białych dla czarnej ludności. Emancypacyjne zmiany, jakie od 1994 r. dokonały się w jej postawach, znajdują w ekspresyjnych kompozycjach artystki wyrazistą i estetycznie wyrafinowaną postać. Wyrażają one nie tylko aspiracje autochtonicznych mieszkańców RPA, lecz także poparcie artystki dla nich.

Tematyka emancypacji czarnoskórych mieszkańców RPA i unowocześnienia ich życia zajmuje w pracach stworzonym przez Faith47 wiele miejsca i odnosi się głównie do trudnej sytuacji tamtejszych kobiet. Na jednym z wielkich malowideł, umieszczonym na nowoczesnym trzypiętrowym budynku, młoda murzyńska kobieta w kolorowej sukni niesie na głowie telewizor, a na rękę trzyma dwoje czarnych dzieci, wpatrujących się w niego – nowoczesna edukacja audiowizualna jest ważna dla młodej Afryki. Kompozycja, podobnie jak wiele innych autorstwa Faith47, ma wyraziste żywe barwy. Przewaga czerwieni jest odwołaniem, aluzją do afrykańskiego rękodzieła. Kolor ma dla tej writerki duże znaczenie, gdyż umożliwia uzyskanie dodatkowej ekspresji i nawiązuje do tradycyjnej kolorystyki afrykańskiej. Równie istotny dla Faith jest styl liternictwa. W zależności od funkcji, jaką pełni napis, posługuje się różnymi fontami – od surowych, prostych krojów liter, aż po wyszukaną, fantazyjną kaligrafię. Jej wszechstronność w tym zakresie może stanowić wzór dla polskich streetarterek. Wzory na sukni kobiety układają się w wielobarwny napis *Boys Ain't Nothin But Hoes And Tricks* 'chłopcy to nic jak

---

<sup>221</sup> Jak pisze G. Sawicka, najważniejszą cechą napisów, nie tylko tych miejskich, jest emocjonalność przekazu, są one formą mówienia o sobie i wołania do świata (1998, 196).



tylko narzędzie (gwałtu) i podstęp. Jest to ostrzeżenie przed gwałcicielami, gdyż problem gwałtu jest zmorą kobiet w tym kraju. Afrykanka symbolizuje przyszłość własnego kraju, uosabia dążenie do osiągnięcia emancypacji kolorowej ludności, bez męskiego szowinizmu i poddawania się przez kobiety plemiennie-patriarchalnemu przymusowi. Los afrykańskich kobiet, ofiar ucisku i gwałtu, artystka utożsamia z historią własnego kraju, przez dziesiątki lat niewolonego i wyzyskiwanego przez kolonialistów i zwolenników apartheidu.



Czarnoskóre kobiety są bohaterkami większości prac Faith47. Podziwia je, domaga się dla nich pełni praw i łączy z nimi nadzieję na rozwój społeczny. Sprawa emancypacji kobiet łączy się w jej twórczości harmonijnie z kwestią wydobywania się z opresji biednych warstw ludności RPA. Pomimo kilkunastu już lat rządów czarnej większości, jest bardzo podzielona pod względem klasowym, jak i rasowym, a bezrobocie dotyka tu ciągle 40% ogółu obywateli. Gdyby odnieść tego typu prace do twórczości którejś z polskich streetarterek, to nasuwa się przykład Anny Szejdewik. Akcentuje ona w swych muralach tematykę kobiecości w sposób bardziej ogólny, gdyż podstawowe prawa kobiet w Polsce są respektowane, ale niepokoi ciągle nierówne ich traktowanie w pracy zawodowej, przypadki mobingu i molestowania seksualnego, wysoka liczba gwałtów itp. Na zaniedbanych lub zniszczonych ścianach kamienic artystka, tak jak południowoafrykańska writerka, maluje niezwykle kolorowe sylwetki kobiet, które wnoszą w szarość budynków barwną dynamikę, optymizm i życie.

Faith47 stara się w muralach odkryć piękno i siłę, jakie tkwią w Trzecim Świecie, w pejzażu jego miast i w zamieszkujących je czarnych mieszkańcach, zestawiając ten wielki potencjał z biedą i codzienną walką o byt. W ten sposób zarówno blaszane budy z getta, jak i nowoczesne budowle oraz wspaniałe pałace z centrów miast, zwłaszcza Kapsztadu, zyskują w miejskiej przestrzeni etniczny kontekst, który zawiera także przekaz dotyczący społecznej emancypacji Afrykanów. Na jednym z murali, obejmującym długie betonowe ogrodzenie wzdłuż jednej z ulic tego miasta, wymalowała wielkie litery tworzące jej pseudonim, czyli *FAITH*, a w obrębie każdej z nich nakleiła przerażające w swej wymowie komunikaty prasowe o zabójstwach, gwałtach, dziecięcych gangach, przemocy w szkole i na ulicy i wielu innych negatywnych zjawiskach bieżącego życia RPA. W tym niepokojącym kontekście widniejące u góry kompozycji i kojarzące się z nazwą miasta Capetown/Kapsztad kształtne litery *The Cape Of Good Hope* 'Przylądek Dobrej Nadziei' zyskują dwojaki wydźwięk. Z jednej strony ironiczny, bo nadzieja, w świetle treści doniesień prasowych, ulega unicestwieniu. Z drugiej, wiara w nią może stać się mimo triumfującego zła zaczynem pozytywnych przemian.

Pogarszająca się sytuacja społeczno-polityczna kraju, w którym działa Faith47, nie sprzyja jej artystycznej aktywności. Przekonanie, że RPA jako relatywnie najbogatsze państwo afrykańskie może stać się „nadzieją i łącznikiem” dla Afryki subsaharyjskiej, a zwłaszcza motorem rozwoju dla regionu południowoafrykańskiego, stało się „wysoce nierealistyczne”<sup>222</sup>. Obok pięknych dzielnic Kapsztadu, Johannesburga, Durbanu czy Pretorii ciągle straszą przybysza ubogie dzielnice zamieszkiwane przez murzyńską biedotę, w części także przez napływową ludność z sąsiednich krajów, głównie z Zimbabwe, i nic nie wskazuje na poprawę losu ich mieszkańców<sup>223</sup>.

*Land and liberty* 'ziemia i wolność' – taki przekorny tytuł nadała Faith47 fotografii<sup>224</sup>, przedstawiającej ogromny mural na bocznej ścianie wielopiętrowej kamienicy: czarna kobieta, siedząca na kolorowym afrykańskim słupie totemicznym, patrzy na miasto i wyciąga ręce w kierunku poprządkanych nowoczesnymi wieżowcami imponujących, utrzymanych w klasycznym stylu budynków, charakterystycznych dla Kapsztadu. Mieszczą się w nich ośrodki władzy i mieszka nowa klasa średnia, w większości złożona z białych. Mural jest wołaniem o wolność i dobre życie w imieniu ludzi zepchniętych na margines, wydziedziczonych z rodzinnej ziemi i zarazem stanowi rodzaj oddanego im hołdu.

<sup>222</sup> Pisze o tym hiszpański socjolog M. Castells i dodaje: „Ścieżka jej rozwoju oddala się od jej wyniszczonych sąsiadów. Koniec gorączki złota, zapóźnienie technologiczne oraz rosnące napięcia społeczne i etniczne mogą zepchnąć RPA w stronę otchłani społecznego wykluczenia” (2009, 111).

<sup>223</sup> Mieszkańcy 48-milionowego RPA zwracają się przeciwko nim, bojąc się pogorszenia warunków życia: „Nielegalni imigranci, stanowiący dziesiątą część ludności Południowej Afryki, uciekają z kraju, który zdawał się im ziemią obiecaną. Boją się pogromów po zakończeniu mundialu, jakimi od dawna straszili ich miejscowi” („Gazeta Wyborcza” z 24-25 lipca 2010 r., s. 7).

<sup>224</sup> Zob. <http://www.designindaba.com/news-snipet/everybodys-backyard> (dostęp 6.06.2011).



Diagnoza sytuacji społecznej w RPA jest tak jednoznacznie negatywna, że czasami Faith47 posługuje się w pracach hasłami i obrazami kojarzącymi się z rewolucją. Choć nie nawołuje do niej bezpośrednio, to przesłania obrazów w przestrzeni kapsztadzkich dzielnic biedy można uznać za rewolucyjne. Hasło *stop the violence* 'zatrzymać przemoc' widnieje na sztandarze trzymanym przez ciemnoskórą dziewczynkę. Flaga niesiona przez czarną Afrykankę głosi: *our world is our weapon* 'nasz świat jest naszą bronią'. Kompozycja na ścianie niskiego budynku w murzyńskim getcie stanowi tło dla bawiących się czarnoskórych dziewczynek. W nich widzi Faith47 nadzieję na pełną emancypację afrykańskich kobiet, pokonanie biedy i nierówności społecznych. Te ostatnie są w RPA szczególnie dotkliwe, dlatego na fladze stojącej w pobliżu innej Afrykanki widnieje napis: *the rich stagger because they overeat the poor because they are starving* 'bogaci zataczają się z powodu przejedzenia, biedni – bo są głodni'. Z kolei, wizerunkowi przesytej strzałą pięknej murzyńskiej dziewczyny, ukazanej na czerwonym tle na ścianie budynku w centrum Kapsztadu, towarzyszy ironiczny napis o charakterze apelu: *open heart don't stop* 'otwórz serce, nie przestawaj' – kolejne ostrzeżenie przed szowinizmem.

Przestrozę zawierają słowa w podpisie pod fotografią przedstawiającą obraz z prężącymi mięsiami Murzynkami: *you strike a woman you strike a rock* 'bijesz kobietę – uderzasz w skałę'. Wspieranie wykluczonych, zepchniętych na margines życia mieszkańców slumsów w ich życiowych aspiracjach Faith47 uznała za jeden z głównych celów swej graficznej działalności. Na ścianie skromnego budynku w Landze namalowała czarną didżejkę o płonącej sercu, zonglującą płytami

i mikrofonem – na fotografii zamieszczonej na stronie autorskiej artystki w obraz wpatruje się stojący przy nim murzyński chłopiec<sup>225</sup>. Dziewczyna uosabia swobodę i prawo do kierowania własnym losem, wbrew nastawieniu patriarchalnego środowiska. Faith47 stara się wpoić w czarnych mieszkańców RPA poczucie dumy i dać im nadzieję na lepszą przyszłość. Podpis *Power to the people* ‘władza dla ludzi’ pod wizerunkiem przedstawiającym młodego czarnoskórego człowieka, wykonanym na płócie dzielnicy slumsów, nawiązuje do tytułu przeboju Johna Lennona i Plastic Ono Band.

Cała twórczość afrykańskiej artystki wyraża wiarę w humanistyczną i edukacyjną misję sztuki, czemu służą propagowane przez nią hasła. Nie dziwi zatem wielki napis na długim płócie, oddzielającym szosę od dzielnicy biedy w Kapsztadzie: *The People Shall Share In The Country's Wealth* ‘ludzie powinni być współwłaścicielami majątku państwowego’, a także fraza *all shall be equal before the law* ‘wszyscy powinni być równi w obliczu prawa’ z wizerunkiem Temidy jako symbolem sprawiedliwości. O społecznej wrażliwości Faith47 przekonuje również wykonany na ogrodzeniu w charakterystycznej ozdobnej stylistyce napis *an injury to one is an injury to all* ‘krzywda jednostki jest krzywdą wszystkich’.

W muralach Faith o tematyce dotyczącej nierówności społecznych, dostrzeganych w relacjach czarnych mieszkańców z białymi, postacie tych ostatnich pojawiają się dość rzadko. Na odrapanym budynku w centrum Kapsztadu artystka wykonała rysunek przedstawiający skąpo odzianą białą dziewczynę i podpisała tę pracę na swojej stronie internetowej *they speak differently* ‘oni mówią inaczej’. Ten i podobne obrazy sygnalizują brak porozumienia między białymi a czarnymi mieszkańcom RPA. Faith wyraźnie staje po stronie tych ostatnich. Hasło wypisane obok namalowanego w „rewolucyjnym” stylu portretu młodego Murzyna w czapce z czerwoną gwiazdą głosi: *NEOLIBERALISM = COLONIALISM*. W ten sposób problemy społeczne zyskują w niektórych jej kompozycjach wymiar ideologiczny. Pracę tę uzupełnia dodatkowy napis na czerwono: *AFRIKA IS THE FUTURE* ‘Afryka to przyszłość’. Niektóre hasła wyrażają równościowe i wolnościowe przekonania artystki, na przykład na wielopiętrowym budynku w Johannesburgu umieściła hasło w postaci wielkiego napisu o ozdobnych białych literach na czerwonym tle: *The People Shall Govern* ‘ludzie będą sprawować władzę’. Na słupie mostu, pod którym bezdomni urządzili sobie legowiska, namalowała, utrzymany w kunsztownej ornamentyce, podszyty drwiną napis *rest leisure and recreation shall be the right of all* ‘wypoczynek i rekreacja prawem dla wszystkich’. W sytuacji RPA, gdzie ludzie tworzą zamknięte, niekomunikujące się ze sobą środowiska, a białych i czarnych mieszkańców dzieli kulturowa przepaść, ważny jest aspekt komunikacyjny graffiti. Zawarte w jej pracach apele niosą prosty przekaz, choć czasami z lekka ironiczny, ale jest to działanie celowe ze względu na fakt, że większość czarnoskórych mieszkańców RPA to analfabeci. Wokół malo-

<sup>225</sup> Zob. <http://www.fait47.com/>, dostęp 25.06.2011 r.

wideł wykazujących wyraźne lokalne wpływy kulturowe, Faith47 stara się stworzyć komunikacyjną wspólnotę i prowadzić dyskurs z opinią publiczną. Z jej prac emanuje wiara w społeczną misję sztuki i w to, że widzowie wyrobią sobie własną opinię na temat zawartych w nich treści, o czym mówi w wywiadach.

Fenomen tworzonej przez tę artystkę sztuki polega na tym, że nie pełni ona wyłącznie funkcji estetycznej i rewitalizacyjnej w stosunku do architektonicznego obrazu miasta, choć jest to istotne jej zadanie, ale w równej mierze, a może głównie, wyraża aspiracje życiowe rdzennych mieszkańców RPA, wpaja w nich poczucie dumy z osiągnięć ich kraju. Po latach apartheidu i zepchnięcia na margines egzystencji czarni obywatele tego kraju po uzyskaniu pełni praw dążą do samorealizacji w różnych dziedzinach, konkurując z białymi jego mieszkańcami. Południowoafrykański biały pisarz-noblista John Maxwell Coetzee pokazuje w swej powieści, jak trudny jest to proces<sup>226</sup>. Fantazyjne napisy typu *LOVE* czy *HOPE* zdobią zrujnowane wnętrza, miejsca zabaw murzyńskich dzieci. Estetyka graficiarska oznacza początek rewitalizacji miejsc zaniedbanych, opuszczonych, które stają się piękniejsze, a równocześnie zachęcają mieszkańców, zwłaszcza młodzież, do spotykania się w ich otoczeniu, co inicjuje lokalne wspólnoty. Artystka traktuje swoją działalność w przestrzeni miast południowoafrykańskich także jako przełamywanie barier rasowych i klasowych między mieszkańcami, które ciągle istnieją jako fatalne dziedzictwo polityki apartheidu. Kiedy maluje w miastach Europy czy Ameryki, jej uwaga kieruje się bardziej w stronę samego miasta jako specyficznego organizmu. Stara się w nim odnaleźć swoją przestrzeń sztuki, którą organicznie wtapia w przestrzeń miasta i w ten sposób kreuje w swojej indywidualnej skali jego nowe oblicze.

Faith47 zmieniła kulturowe oblicze Kapsztadu i innych miast, nadając ich architekturze prawdziwie ludzki wymiar. Uczłowieczyła miejską przestrzeń, wniosła w nią nowe życie i społeczną wrażliwość. Traktując mury miasta jako miejsca na zmanifestowanie swojej prorównościowej, emancypacyjnej postawy, wskazała biednym mieszkańcom miast, głównie czarnoskórym kobietom, kierunek walki o lepszą przyszłość dla nich i ich dzieci. Udowodniła, że piękne budynki i ulice elitarnych dzielnic nie mogą służyć wybranym (w domyśle: białym), gdyż, oderwane od naturalnego otoczenia Czarnego Łądu, stają się obszarem wyizolowanym i odhumanizowanym. Jej społeczna retoryka w obronie czarnych, wyrażona przez białą artystkę za pomocą sztuki publicznej, obywatelskiej, to prawdziwy fenomen w skali całego globu.

Cele i formy działań zarówno Faith47, jak i polskich streetartowców wydają się zbieżne, a temperatura ideowego zapału wysoka. Wszyscy w ulicznej działalności

<sup>226</sup> E. Mirkowska-Moch i M. Moch (2011, 286) stwierdzają, że „relacje Johna Maxwella Coetzee’ego z ukazaną w *Hańbie* (Warszawa 2009) przestrzenią miejską Kapsztadu i tożsamością południowoafrykańską są bardzo skomplikowane i dramatyczne, co szczególnie unaoczniała decyzja pisarza o opuszczeniu macierzystego kraju i zamieszkaniu na stałe w Australii”.

sygnalizują nabrzmiałe kwestie społeczne i jednocześnie rewitalizują zaniedbane dzielnice, wnosząc w przestrzeń miejską ducha walki o realizację wartości, takich jak sprawiedliwość, prawda i spokój społeczny. Tak pomyślany aktywizm spełnia zamierzenia artystów i czyni życie mieszkańców miast czymś ciekawszym niż dotychczasowe bezrefleksyjne trwanie. Oprócz zaskakiwania widza i grania jego emocjami, streetartowcy starają się podjąć z nim dialog i edukować, zarówno jeśli chodzi o jego stosunek do świata, jak i poczucie estetyki, wlewając w szare miejskie krajobrazy kolor, emocje i życie. Strategia *odświeżania* murów miasta i rewitalizacji jego obszarów publiczno-kulturowych zmierza do zbudowania przez artystów, wspólnie z mieszkańcami, lokalnej tożsamości. Chodzi o to, aby wszyscy poczuli, że są u siebie i mają wszelkie szanse na trwałe zakorzenienie w odczuwanej wspólnotowo ikonosferze miasta. W ten sposób street/urban art zamienia się w independent public art, sztukę niezależnej przestrzeni publicznej.

## 2. Utylitarne funkcje graffiti i street artu

Współczesne graffiti pełni funkcję informacyjną, zawartą głównie w ekspansywnych napisoobrazach, umieszczonych na większych lub mniejszych nośnikach w najważniejszych miejscach miasta. Informacyjno-perswazyjne walory graffiti coraz częściej doceniają reklamodawcy, organizatorzy różnych imprez, właściciele klubów i sklepów, angażując graficiarzy do wykonania atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nie tak nachalnie i stereotypowo podanych, jak w zwykłych przekazach reklamowych.



Bodó Balázs wręcz twierdzi, że graffiti zostało „wchłonięte przez kulturę reklamy”, zaakceptowane przez galerie, muzea i miejskie władze, które fundują z publicznych funduszy programy artystyczne, a „ojcowie założyciele graffiti, niegdysiejsze dzieciaki z amerykańskich gett, stali się w ten sposób bohaterami globalnej kultury młodzieżowej” (2006, 18). Wcześniej pisał o tym Marian Golka (2002), który uznał zaadaptowanie języka i ekspresji graffiti do reklamy za jego sukces. Dla graficiarzy te związki są problemem, gdyż z założenia uznają reklamę za degradującą przestrzeń publiczną. Coraz częściej przekazy reklamowe konkurują z dziełami sztuki ulicy, stąd pojawienie się w przestrzeni miasta aktywistów, którzy z nimi walczą, używając przeróżnych strategii i technik zwanych partyzanckimi.

Tym niemniej, graficiarze muszą z czegoś żyć, dlatego realizują zamówienia o charakterze reklamowo-użytkowym. W tego typu pracach, na przykład w malowaniu nazw sklepów sprzedających odzież lub warzywa, posługują się podobną jak w graffiti stylizacją liter, które mają przyciągać kolorystyką i fantazyjnym kształtem. Czasami napis ma formę komiksu w stylu graffiti, nawiązując do poetyki i humoru ilustracji z książeczek dla dzieci. Przykładowo, napis informujący o usłudze grawerowania zawiera piktogramy określające technikę wykonywania tej czynności – *ręczne*, *komputerowe*, *laserowe* oraz wizerunek zabawnego robota, który „gaweruje” litery komunikatu, co ożywia suchą informację o usłudze.



Sposób działania, estetykę oraz informacyjno-perswazyjną funkcję graffiti i street artu wykorzystują w kampaniach reklamowych zarówno wielkie korporacje, jak i małe firmy. Na przykład w 2002 r. koncern PepsiCo przeprowadził kampanię reklamową napoju i marki *Mountain Dew* z pomocą dużej grupy wy-

jętych warszawskich graficiarzy. Wrzuty i szablony z wyeksponowanym znakiem *MD* podpisywali jako *MD crew*, czyli w sposób charakterystyczny dla subkultury<sup>227</sup>. Reklama imitująca działania street artu i posłużenie się graficiarską estetyką, nazewnictwem, a także sposób działania (prace zostały wykonane nielegalnie) spotkały się z ostrą kontrakcją środowiska writerów. Zamalowali oni kompozycje *MD* i obrzucili zaangażowanych w nią kolegów inwektywami w formie obraźliwych napisów<sup>228</sup>.

Tego rodzaju – w części nielegalne – działania reklamowe określa się mianem *guerilla marketing* lub *guerilla media campaign*, nadużywając słowa *guerilla* ‘partyzantka, partyzancki’. Promując nowe produkty, posługują się nimi firmy telekomunikacyjne, na przykład Polska Telefonia Cyfrowa z powodzeniem przeprowadziła w 2004 r. kampanię reklamową marki Heyah. Kilkaset tysięcy nielegalnie odbitych szablonów z czerwoną łapą, logiem Heyah, zdominowało sferę ikonograficzną polskich miast. Cel został osiągnięty; marka stała się powszechnie rozpoznawalna. Podobnie postąpiła firma Polkomtel, promując w 2008 r. produkt 36,6. Jego logo – pusty komiksowy dymek – pojawiło się nielegalnie, bo na nośnikach do tego nieprzeznaczonych, takich jak znaki drogowe czy balustrady na mostach i wiaduktach) w postaci tysięcy wlepek i szablonów. Ten fakt sprowokował publiczną debatę na temat etyki *reklamy partyzanckiej*, a nawet wywołał bojkot konsumentów w Łodzi<sup>229</sup>.

Coraz częściej graficiarskie napisy, wykonane leganie, zyskują rację bytu w „oficjalnej” przestrzeni miasta, informując o tym, z jaką instytucją czy organizacją mamy do czynienia. Stanowią wtedy rodzaj „przednapisu” o podwójnej funkcji – informacyjnej i promocyjnej, podczas gdy właściwy napis, czyli oficjalna urzędowa informacja, znajduje się na tabliczce umocowanej na ścianie budynku. Tak jest w przypadku napisu wymalowanego na ogrodzeniu otaczającym II Społeczne Gimnazjum i Liceum Ogólnokształcące w Bydgoszczy, wzbogaconego o sylwetkę człowieka z drogowskazem w ręku oraz popularnym w Polsce po II wojnie światowej obrazem otwartej książki jako symbolu zdobywanej wiedzy. Takie wykorzystanie graficiarskiej estetyki świadczy o pokoleniowych więzach młodzieży uczącej się w tej szkole z writerami. Niewykluczone, że uczą się niej lub z niej wywodzą.

---

<sup>227</sup> Grupy określają się za pomocą określeń typu *crew/kru*, *team*, *kids*, *ekipa*, *drużyna* itp.

<sup>228</sup> Opis tych wydarzeń przedstawia A. Wabik (2011, 237).

<sup>229</sup> Omówienie obu kampanii zob. Wabik 2011, 237-239.





W Wyższej Szkole Gospodarki w Bydgoszczy graficiarsko-streetartowe obrazy na stałe zagościły jako *outdoor (art) exhibition* 'zewnątrzna/uliczna wystawa sztuki', stając się częścią wizerunku uczelni (jej logo zostało wkomponowane w malowidło). W jej ramach funkcjonuje Akademicka Przestrzeń Kulturalna pomieszczona w zabytkowym budynku starej wozowni. Pośród innych instytucji kulturalnych działają tu galerie sztuki. Wspomniana ekspozycja została w materiałach promocyjnych dedykowana „rozwijającym kreatywną aktywność artystom reprezentującym urban art i graffiti w Bydgoszczy”, co stanowi dowód uznania dla ich sztuki.



W sposób naturalny estetyka graffiti znajduje zastosowanie w napisach i reklamach firm związanych z subkulturą hiphopową. Dotyczy to zwłaszcza sklepów z odzieżą, płytami i akcesoriami używanymi w szeroko rozumianych środowiskach młodzieży identyfikującej się z nią. Z hip hopem kojarzeni są na przykład *skejci*, czyli młodzi ludzie wyczyniający na deskorolkach efektowne ewolucje w różnych punktach miasta (*miejscówkach*). W centrum Bydgoszczy mieści się sklep przeznaczony właśnie dla nich. Gdyby jego zreplikowana nazwa nie została ujęta najpierw w formę klasycznych liter, trudno byłoby się domyślić, w jakie słowa układają się wykonane w wild style'u litery, które tworzą jej centralną część, czyli graficiarską wersję nazwy *SKATES OP*. W ten sposób subkulturowa przynależność skejtów została wyraziście podkreślona, a sama nazwa ma walor nie tylko czysto informacyjny, lecz także estetyczny.



Kompozycje i napisy wykonywane przez graficiarzy *na legalu* nie przysparzają emocji i zarobku, ale mogą stanowić źródło zawodowej satysfakcji, na przykład, gdy ozdabiają jakiś klub młodzieżowy, taki jak „Estrada” w Bydgoszczy (latem 2013 r.). W kompozycję plastyczną wpleciono utworzony za pomocą nie najlepszej angielszczyzny slogan *If you can't rock'n'roll, don't fucking come* – w wolnym tłumaczeniu – ‘jeśli nie czujesz/tańczysz rock'n'rolla, nie wbieprzaj się do środka’. Wyraża on ideologiczno-artystyczne przekonania gospodarzy, ale równocześnie stanowi zachętę dla grupy bywalców, świadomych konsumentów kultury, którymi są zwolennicy klasycznego rock and rolla.



W ten sposób działania komercyjno-marketingowe przeplatają się z czysto artystycznymi, a użytkowe wykorzystanie graffiti stało się faktem, co jednak w dziejach sztuki nie jest czymś nowym. Na tle podobnych działań rodzą się jednak obawy o zacieranie się granicy pomiędzy przekazem czysto komercyjnym a subkulturowym (Wabik 2011, 241). Graficy zdają sobie sprawę z tego niebezpieczeństwa i starają się oddzielać swoją działalność „dla chleba” od aktywności *stricte* artystycznej. Zachowanie alternatywnego statusu ich sztuki oraz jej subkulturowych korzeni jest dla nich elementarnym wymogiem bycia niezależnym artystą, swobodnego funkcjonowania w obszarach wewnętrznej i zewnętrznej wolności.

Uliczni twórcy są „autorami” miejskiej przestrzeni, którą kształtują w sposób swobodny. Jedynie w przypadku prac zamawianych lub sponsorowanych można mówić o bezpośrednim wpływie osób z zewnątrz na kształt powstałych dzieł. Artyści niejednokrotnie starają się uwzględnić w ich tworzeniu opinie otoczenia, a nawet prowadzić wspólne działania (*community art*). Ich poczucie wolności łączy się bowiem z podobnymi odczuciami innych użytkowników miasta – mieszkańców i turystów (Duchowski, Sekuła 2012, 9). Dzięki temu maleje dystans między obiema stronami tego kulturowego dyskursu, a nawet, jak w przypadku malowania murali na blokach, rodzi się życzliwe zainteresowanie obserwatorów i duch współpracy. Doświadczanie wielowymiarowości urbanistycznej przestrzeni, powstające w trakcie praktyk artystycznych, staje się zatem wspólne dla artystów i mieszkańców. Abstrakcyjna przestrzeń fizyczna zamienia się w obszar doświadczenia kulturowego i egzystencjalnego, a wskutek tej przemiany następuje zwrot kulturowy prowadzący do „lokalizacji kultury” (Rybicka 2012, 477).

Jak twierdzi Aleksandra Niżyńska (2011), możliwość prowadzenia tego rodzaju dialogu między autorami i odbiorcami sztuki jest rzadko wykorzystywana przez ulicznych artystów, a w ostatnich latach niemal zanikła. Joanna Sokołowska, kuratorka sztuki, jest wyrazicielką przeciwnego poglądu; dla niej przestrzeń publiczna – jako niezwiązana z określoną lokalizacją i podlegająca ciągłej renowacji – jest miejscem, w którym „różne grupy społeczne dyskutują na swój temat, proponują reprezentacje swoich wartości, walczą o swoje interesy” (Turek, Żakowska 2011, 151). Szkoda, że wyrazicielka tego poglądu nie podaje żadnych przykładów na jego potwierdzenie. W dyskusji na temat społecznotwórczych wartości sztuki ulicy prawda zdaje się leżeć pośrodku: graffiti i street art uczestniczą w dyskursie społecznym i go inicjują (coraz częściej zdarza się to w internecie), ale można dyskutować nad skalą tego uczestnictwa, które wydaje się niedostateczne.

CZEŚĆ PIĄTA

**Strategie i praktyki artystów ulicy**



## 1. Działania subwersywne jako wyraz buntu i prowokacji kulturowej

Kwestia kulturowego spadku lat 60. ubiegłego wieku, dziedzictwa 1968 r. od dawna skupia uwagę badaczy. Jako przykład zideologizowanego podejścia badawczego do buntu lat 60. na Zachodzie, warto przypomnieć książkę Aldony Jawłowskiej (1975), wybitnej znawczynie młodzieżowych ruchów kontrkulturowych, *Drogi kontrkultury*. Traktowała ona „programowy irracjonalizm” młodzieżowej rewolucji z tamtych lat jako reakcję na „techniczną racjonalność” i „absurdalność zrjonalizowanych działań”, przeniesioną w sferę stosunków interpersonalnych przez system kapitalistyczny. Za nieporozumienie uważała odrzucenie poznania naukowego na rzecz „mistycznych olśnień”, a indywidualne prawdy i doświadczenia egzystencjalne, na przykład propagowany przez hipisów pozazmysłowy „bezpośredni kontakt”, uznawała za sprzeczne z wiedzą o świecie i za sposób na „beznadziejną ucieczkę od rzeczywistości”.

Buntownikom zrywającym z systemem społeczno-politycznym zarzucała antyracjonalizm, nieautentyczność zachowań i poglądów oraz bezsens prób budowania relacji społecznych opartych na „przeżyciach i nastrojach” czy „atmosferze ruchu”, tłumacząc jednocześnie atrakcyjność haseł antykulturowych reakcjami na opresyjność „społecznej kontroli”, której poddana jest na Zachodzie „nawet sfera prywatności”. Badaczka krytykuje unikającą wszelkich kulturowych hamulców, norm czy wzorów spontaniczność i autentyczność młodzieży oraz przyjęte przez nią zasady życia w alternatywnej rzeczywistości jako siły destrukcyjne.

Jedynie konstruktywne odniesienie się do kultury zastanej, przyjęcie jednych treści, a odrzucenie drugich, względnie wymagające wysiłku „przekroczenie ku innemu, nowym wartościom”, może prowadzić do jej odnowy. A. Jawłowska nie obawiała się przenikania „zachodnich wzorów” do polskiej młodzieży, tłumacząc, że tamtejsza kontestacja, rozumiana jako „odmowa uczestnictwa w zastanej rzeczywistości” i, równocześnie, jako afirmacja wartości propagowanych, była skierowana „przeciw społeczeństwu obfitości, przeciw nadmiarowi rzeczy, sztucznie rozbudowywanym potrzebom konsumpcyjnym”, a przecież – tłumaczyła, powołując się na prognozy ekonomiczne i społeczne do 2000 r. – nasycenie potrzeb konsumpcyjnych polskiemu społeczeństwu nie grozi. Historia zweryfikowała te słowa i opinie powstałe w epoce gospodarki niedoboru. Konsumpcjonizm zaczął być zwalczany w Polsce już kilka lat po dokonaniu się transformacji ustrojowej w 1989 r., kiedy rozpoczęło się hipermarketowe szaleństwo zakupów. Gwoli prawdy, trzeba dodać, że badaczka wskazywała na rodzenie się wśród młodzieży postaw konsumpcyjnych. Jednak najważniejsze dla niej

było uzmysłowienie czytelnikowi, iż to „wielkie przedstawienie”, jak nazwała bunt zachodniej młodzieży, miało „sens głęboko ludzki”, mimo że dramat mieszał się w nim z groteską (1975, 315).

Współcześnie badacze postrzegają lata 60., głównie rok 1968, jako okres dokonania się rewolucji w wymiarze kulturowym (ale nie politycznym), której skutki trwają po dziś dzień. Choć przebiegała pod „wolnościowymi hasłami – wyzwolenia, emancypacji i liberalizacji życia”, to nie zniszczyła zastanych struktur i zasad społecznych. Jednak jej celem nie było zbudowanie nowego porządku, lecz „uelastycznienie struktur istniejących”. Do głosu doszła jednostka, z całym potencjałem jej kreatywności i niepowtarzalną ekspresją; rok 1968 okazał się „rewolucją subiektywności – podmiotu, który domaga się swoich praw”, a „politykę reprezentacji zastąpiła polityka partycypacji” (Dziamski 2008, 200-201). Na tym, jak się wydaje, polega największy sukces hipisowskiego buntu, gdyż inne, czysto praktyczne rozwiązania społeczne i kulturowe, które starano się wdrożyć w życie w ramach tego ruchu, okazały się utopią.

Bunt twórców ulicznych miał w ostatnich kilkunastu latach taki właśnie zindywidualizowany i subiektywny charakter, mimo że wielu z nich działało grupowo i nie podpisywało swych prac, choć większość znamy z imienia (prawdziwego lub przybranego). Ich aktywność, którą należy postrzegać jako wyraz uczestnictwa w dokonujących się zmianach, przyjmowała przez ostatnie lata postać albo działań bezpośrednich, ale raczej pozbawionych rewolucyjnego wymiaru, albo bardziej dyskretnych, aluzyjnych, jednak niemal zawsze kontestujących. Charakter licznych haseł i działań artystycznych streetartowców stał się znacznie mniej bezpośredni niż w poprzedniej epoce politycznej. Wynika to zapewne z przekonania, że zastosowanie strategii dosłownego komunikowania treści, tak zdeprecjonowanej przez PRL-owską propagandę sukcesu formy przekazywania informacji, jest mało skuteczne, a proste apele w rodzaju *Free Tibet!* ‘Uwolnić Tybet!’ mają dość nikłą moc perswazji. Większą siłą oddziaływania przedstawiają quasi-ostrzeżenia w rodzaju tego, jakie przedstawiła grupa Twożywo: *DANGER! RELIGION IS NOT A WEAPON!* ‘niebezpieczeństwo! religia to nie broń’, wizualizowane za pomocą stylizowanych symboli trzech największych religii świata<sup>230</sup>. Zamysł twórców wydaje się oczywisty – starali się wzbudzić w odbiorcach refleksję nad instrumentalnym, politycznym wykorzystywaniem religii przez różne grupy we współczesnym świecie i, w domyśle, nawoływali, aby położyć temu kres. Choć takie podejście może się stać do pewnego stopnia skuteczne, to artyści ulicy sięgnęli jednak po środki bardziej radykalne i silniej oddziałujące na opinię społeczną. W podrozdziale III.3. jest mowa o tym, że artyści rosyjscy, wzorem zachodnich, stosują w swych działaniach strategię subwersywną. Warto przyjrzeć się temu zjawisku bliżej, gdyż za-

---

<sup>230</sup> Szczegółową analizę tej kompozycji i jej kontekstu polityczno-religijnego zawarł P. Zańko (2012, 115-118).



czyna ono odgrywać coraz większą rolę w sztuce ulicy w innych krajach, także w Polsce.

Analizę konkretnych przekazów poprzedzi przegląd wypowiedzi polskich badaczy na temat subwertywizmu jako strategii i techniki działania artystycznego. Zdaniem Wojciecha J. Burszty subwertywizm/subvertising, jako przejęty przez street art sposób działania, jest przejawem anarchizmu XXI w. – „globalnego ruchu skierowanego przeciwko wizji zglobalizowanego świata, którego głównym mechanizmem stała się ekonomia i – skryta za frazesami o dobru ludzkości – ideologia neoliberalna” (2011, 107). Jagoda Cierniak uważa, że strategie subwersywne umożliwiają skuteczną, wewnątrzsystemową krytykę<sup>231</sup>. Posługujący się nimi artyści ulicy pozornie utożsamiają się z przedmiotem swej krytyki, ale, jak twierdzi Grzegorz Dziamski, równocześnie dokonują delikatnego przesunięcia znaczeń<sup>232</sup>, wskutek czego stawiają ów przedmiot w centrum krytyki. Najprościej ujmując, jest to tworzenie antyprzekazów z przekazów, wskutek czego to, co oficjalne, zostaje ośmieszone, sparodiowane, a schematy i stereotypy – obnażone w swej jednowymiarowości. Powstaje nowy przekaz, którego idee wyrażają kontrkulturowe podejście graffiti i zajmujący się subwersją odłam street artu. Łukasz Ronduda rozumie subwersję jako metodologię czy też technikę konstrukcji dzieła artystycznego opartą na operacji „dekontekstualizacji i rekontekstualizacji obrazów przejętych z obszaru sztuki lub szerszej kultury wizualnej”. Uważa on, że jest ona metodą i zarazem narzędziem swego rodzaju manipulacji, dążącej do tego, aby pokonać wroga jego własną bronią; w walce z systemem społeczno-politycznym nieprzyjaznym obywatelom parodia, szyderstwo i zwykły humor stają się bronią niezwykle skuteczną<sup>233</sup>. Podobnym tropem idzie Agata Skórzyńska, ale w miejskich subwersjach, które postrzega jako „niewyraźne kultury oporu”, nie tyle dopatruje się manipulacji, co raczej gry, która budzi „wrażliwość na otoczenie” i wypełniające je znaki lub nawet związane z nimi lokalne kody kulturowe: „Gra z elementami zastanymi przestrzeni miejskiej, re-kodowanie, rekonfiguracja znaków wpisanych w tę przestrzeń, nawet jeśli chwilowa, uwrażliwia na miejsca oraz ich znakowy charakter”. Przez to koncentruje się na krajobrazie kulturowym jako źródle znaków i ich znaczeń. Wypełniając te wszystkie zadania, subwersja sytuuje się „między estetykami oporu a wytwarzaniem tożsamości kulturowych”

<sup>231</sup> Zob. <http://krytyka.org/subwersja-czyli-sztuka-inteligentnego-oporu> (dostęp 5.08.2012).

<sup>232</sup> Cyt. za J. Cierniak, jw.

<sup>233</sup> Badacz przypomina, że termin ten pojawił się w języku krytyków sztuki w latach 80. ubiegłego wieku; używano go w odniesieniu do praktyk „artystycznego zawłaszczania (*appropriation*)”. Zauważa on, iż subwersja formułuje swój protest z wewnątrz krytykowanej rzeczywistości, z pozycji uwikłania w nią, a nie z „projektowanej” pozycji zewnętrznej ([http://www.exchange-gallery.pl/subwersywne\\_text.html](http://www.exchange-gallery.pl/subwersywne_text.html), dostęp 10.03.2011). To ostatnie spostrzeżenie jest, jak się wydaje, nawiązaniem do postulatu „krytyki permanentnej: prowadzonej z samego środka dyskursu, którego dotyczy”, sformułowanego przez Judith Butler, amerykańską filozofkę feministyczną, która w swej książce *Uwikłani w płęć* zauważa ponadto, że zjawisko subwersji zawsze musi być badane kontekstowo (za: Skórzyńska 2010, 52).

(2010, 62).

Podobnie widzi taktyki i strategie subwersywne Robert Kulpa, który jednak posługującym się nimi twórcom i aktywistom daje do spełnienia konkretniejsze (w sensie szybko osiąganego skutku) zadania: oprócz krytyki, ich działania mają oznaczać praktyki twórcze, „potencjał odnowienia” – artyści mają podważać konwenanse, parodiować, wstrząsać schematami, przekraczać normy, dążyć do zmiany<sup>234</sup>. Zatem, podważenie tego, co zastane, to zaledwie pierwszy etap działań, najważniejsze jest nowe, twórcze podejście do istniejących treści i znaczeń, które się nawarstwiają jak palimpsest, co wymaga od obserwatora zjawisk kulturowych przyjęcia postawy krytycznej.

Tego typu obserwator to nie może być jedynie przypadkowy przechodzień, zaskoczony widokiem tego, co zastał (choć taki najczęściej bywa), lecz ktoś o wyrobionym poczuciu estetyki i wystarczającej wiedzy na temat zjawisk i dzieł z szeroko rozumianej dziedziny kultury i sztuki światowej. Byłby to współczesny *flâneur*, spacerowicz-intelektualista, wyrafinowany esteta, czasami wręcz „malarz, artysta” (Dzionek 2005, 96). W tej pozycji sytuuje się graficiarz lub streetartowiec, który ogląda swoje kompozycje umieszczone w labiryncie ulic i traktów komunikacyjnych (zob. hasło *rejoniarz* w *Słowniku*), podpatrując także prace kolegów. Na takie podejście do artysty ulicy pozwala wymiennosc ról, jakie pełni na co dzień – z widza staje się wykonawcą i odwrotnie. Chodząc po mieście, ów współczesny *flâneur*, jako „podmiot post(modernistyczny)” (Dzionek 2005, 100) i „uosobienie naszego konsumpcyjnego sposobu bycia w świecie”<sup>235</sup>, kieruje uwagę raczej nie na życie metropolii, jak jej XIX-wieczny protoplasta, lecz właśnie na obrazy i oglądających je. Czerpie z tej zabawy radość oraz dające satysfakcję poczucie uczestnictwa w grze (ze społeczeństwem, władzą, innymi writerami), zwłaszcza gdy – zmieniając role – dokonuje aktów kreacji artystycznej czy quasi-artystycznej. O tym stanie jego umysłu i poziomie emocji świadczą liczne wypowiedzi ulicznych aktywistów, zawarte w albumach GwP czy GGE.

Subwersja w przestrzeni miasta jest działaniem o charakterze praktycznym (aktywność) i symbolicznym (sztuka) zarazem i służy budowaniu kulturowej tożsamości zarówno poszczególnych miejsc (stanowi wtedy element miasto- i miejscotwórczy), jak i samych autorów, a zwłaszcza grup, w które się łączą, tworząc na obszarze kraju znaczącą subkulturę. Zaletą działań subkulturowych jest także i to, że zmuszają one odbiorcę wytworów street artu do myślenia, do podejmowania wyborów, a dzięki temu rosną jego kompetencje świadomego uczestnika wydarzeń kulturalnych. Subvertising w działaniach streetartowców wpisuje się w nurt społecznego i politycznego zaangażowania i wiąże się z alterglobalistycznymi prowo-

---

<sup>234</sup> Zob. [www.ntuni.wroc.pl/teksty/kulpa.html](http://www.ntuni.wroc.pl/teksty/kulpa.html) (dostęp 10.03.2011). Więcej o subvertisingu jako rodzaju prowokacji kulturowej, zob. Zańko 2012, 50-53.

<sup>235</sup> Sformułowanie H. Paetzolda: za Dzionek 2005, s. 97.

kacjami kulturowymi (Banasiak 2011, 20), przybierającymi postać anarchizmu<sup>236</sup>.

W tym kontekście warto mieć na uwadze spostrzeżenia Adama Czecha (2004), rozróżniającego subvertising i *pseudosubvertising* – graficzne i literowo-słowne żarty, które z żadną ideologią i przemyślaną strategią nie mają nic wspólnego, stanowiąc jedynie asumpt do dobrej zabawy. Niemniej i w przypadku takich akcji, treść reklamy zostaje wzięta w cudzysłów, wraz z wpisanymi w nią mechanizmami perswazji, a zwłaszcza manipulacji. Śmiech okazuje się nie po raz pierwszy potężnym narzędziem w ręku prześmiewców, skutecznie blokując cele reklamodawców. Kanadyjska badaczka Naomi Klein uważa takie działania za rodzaj prowokacji kulturowej i strategii, której celem jest przejmowanie kontroli nad billboardami, bannerami i city lightami w celu zmiany lub „poprawienia” treści reklam i rozpowszechniania tak zmienionych przekazów, zwalczających lub wyśmiewających pierwowzory (2004, 298). Inny badacz, Michał Korczyński, sięga głębiej w swej analizie i szuka wytlumaczeń w obszarze psychologii społecznej; *culture jamming* oznacza „działania wymierzone w procesy wytwarzania uległości i przyzwolenia wykorzystujące manipulację symbolami” przez podmioty gospodarcze i polityczne. Owe działania mają także na celu walkę ze stereotypami funkcjonującymi w kulturze, akcentującymi pierwiastek konsumpcyjny i hedonistyczny<sup>237</sup>.

Polem walki jest głównie wielkoformatowa reklama – billboardy i city lighty reklamujące produkty wielkich korporacji międzynarodowych, które wykorzystuje się dla wyrażania własnych poglądów. Stosowane są zazwyczaj dwie strategie: zaklejanie całej ich powierzchni przekazami techniką *snipingu* lub doklejanie napisów, symboli itp. w celu ośmieszenia treści sloganów reklamowych i odwrócenia ich przesłań. Walka z reklamą prowadzona za pomocą strategii *subwertywizmu/subvertisingu* jest skierowana przeciwko szerzonemu przez korporacje, koncerny i media konsumpcjonizmowi jako ideologii bezrefleksyjnego stylu życia, a także przeciw powstającej w takich warunkach komercjalizacji stosunków międzyludzkich<sup>238</sup>. Streetartowcy uświadamiają, że powszechna konsumpcja i nieograniczone wpływy z handlu to cele, za którymi stoją wielkie korporacje. Czerpią one ze sprzedaży produktów olbrzymie zyski, nie troszcząc się przy tym o zdrowie konsumentów. Dlatego aktywiści podejmują działania subwersywne, włączając się

<sup>236</sup> Zdaniem W. J. Burszty, „anarchizm jest moralną busolą alterglobalizmu” (2011, 108).

<sup>237</sup> Za: *Adbusting w kontekście jammingu kulturowego*, <http://shidokan.blox.pl/2009/10/Adbusting-w-kontekście-jammingu-kulturowego.html> (dostęp 5.08.2012).

<sup>238</sup> Zgodnie z neoliberalnymi przekonaniemiami „mamy być racjonalnymi podmiotami rynkowymi, których horyzont oczekiwań sprowadza się do nabywania dóbr” i „wszyscy samorealizujemy się dzięki konsumpcji, ponieważ konsumować to także tworzyć i wyrażać własną tożsamość”. Na te, jak mówią anarchiści, dzisiejsze formy dominacji i wyzysku, rodzące „poczucie wyobcowania w świecie unifikowanym przez wielkie korporacje, a zarazem rozdzieranym przez lokalne fundamentalizmy”, lekarstwem może się stać „tworzenie nowych alternatywnych stylów życia” i szukanie nowej idei (Burszta 2011, 102, 105).

w nurt alterglobalizmu, który przerabia bilbordy w taki sposób, aby „realizowały” jego hasła (Banasiak 2011, 17).

„Przechwytywanie” obrazów i tekstów z nośników reklamowych jest kontynuacją techniki sytuacjonistów<sup>239</sup>, określaną jako *détournement* ‘przechwycenie’, co oznaczało przekształcenie ich w zupełnie innych celach niż komercyjne. Taką praktykę stosowała na przykład grupa urban75, a ruch „uwalniania” bilbordów, rozpowszechniony przez autorów strony Billboard Liberation Front (BLF) stał się bliski idei street artu (Burszta 2011, 106). W Polsce i w innych krajach znalazł on poparcie wielu aktywistów, którzy wykorzystali tego typu działania do propagowania nie tylko antykorporacyjnych haseł.

Graffiti i street art są przeciwko zalewowi oficjalnych komunikatów, niemal bez reszty wypełniających publiczną przestrzeń miasta. Dominuje wśród nich reklama, której opresyjność, jak obrazowo przedstawia J. Dąbrowski, nie polega jedynie na instrumentalnym traktowaniu architektury jako „rusztowania dla scenografii konsumpcyjnego spektaklu”, lecz na „zdominowaniu przechodnia przez jakiś sztuczny sygnał, obraz, apel”. Komunikaty reklamowe, „narzucając nam zdepersonalizowaną relację sprzedawca – konsument, z założenia eliminują dialog”. Badacz przytacza celne spostrzeżenie Banksy’ego z jego książki *Wall and Piece*: „Korporacjom wydaje się, że mogą krzyczeć nam w twarz swoimi znakami, ale same nigdy nie oczekują odpowiedzi” (Dąbrowski, 2011, 36).

*Брендализм – стрит-арт против рекламы* ‘brandalizm – street art przeciw reklamie’ – tak na swej stronie internetowej<sup>240</sup> rosyjscy adbusterzy, z użyciem zażyczonego angielskiego terminu<sup>241</sup>, nazywają walkę z osaczającą mieszkańców miast reklamą. Pokazane tu antyreklamy wiodą na razie, jeśli chodzi o Rosję, tylko byt wirtualny, gdyż powstały podczas wielkiej akcji przeprowadzonej wiosną

<sup>239</sup> Sytuacjonizm to ruch społeczno-artystyczny, wywodzący się z marksizmu i anarchizmu, powstały w latach 50. XX w., skupiający głównie artystów, architektów i radykalnych działaczy studenckich z Francji, Holandii, Belgii, Danii i Włoch. Według sytuacjonizmu dźwignią rewolucji społecznej jest przewrót w świadomości zbiorowej. Dlatego pojawia się postulat kreowania sytuacji kontrkulturowych (kontrkultury) – stąd wziął się termin *sytuacjonizm*. Rozwinięte przez sytuacjonistów pojęcie „spektaklu rozproszonego” odnosiło się do krajów „demokratycznego” kapitalizmu, w których jawił się on przez nadmiar towarów i rozwój reklamy. Dotyczyło także kapitalizmu państwowego krajów bloku wschodniego (tzw. spektakl skoncentrowany), w których opierał się on na monopolu rządzącej partii komunistycznej: [http://pl.wikipedia.org/wiki/Sytuacjonizm\\_%28ruch\\_spo%C5%82ecznie-artystyczny%29](http://pl.wikipedia.org/wiki/Sytuacjonizm_%28ruch_spo%C5%82ecznie-artystyczny%29) (dostęp 25.01.2015).

<sup>240</sup> Zob. <http://2photo.ru/en/post/28810> (dostęp 5.08.2012).

<sup>241</sup> Nowy ruch artystów uprawiających subvertising; do pierwszej większej akcji doszło w brytyjskich miastach wiosną 2012 r. Określenie *brandalism* / *brandalizm* zrodziło się w ogniu wielkiej debaty społecznej na Zachodzie „graffiti versus wandalizm” i oznacza wszelkie nielegalne działania w ramach street artu skierowane przeciwko reklamom produktów uznanych przez adbusterów za szkodliwe społecznie. Powstało w wyniku kontaminacji nazw *brand* ‘marka’ i *vandalism*, zob. <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/features/brandalism-street-artists-hijack-billboards-for-subvertising-campaign-7953151.html>, dostęp 5.08.2012 r.

2012 r. w angielskich miastach, ale zainteresowanie nimi wśród nie tylko rosyjskich streetartowców jest duże. Pokazany wyżej obraz szydzi z produktów sieci McDonald's: frytki i hamburgery oraz przesłodzone napoje sprzedawane w jej restauracjach i punktach podobnych sieci tuczą dorosłych i dzieci, sprowadzając na świat plagę otyłości. Przesada w przedstawieniu tego, kto podaje za pomocą specjalnego kija szkodliwe produkty, czyli osoby w kombinezonie chroniącym przed szkodliwym promieniowaniem, jest prawem artysty do przerysowania, karykatury. Adbusterzy wychodzą z założenia, że tylko w przypadku tak ekspresywnego i obrazowego ujmowania spraw widzowie zwrócą uwagę na przedstawiony problem i zastanowią się nad nim<sup>242</sup>.



Odpowiednikiem zaprezentowanego bilbordu jest wielki banner, który wisiał przez jakiś czas w Wilnie latem 2013 r. Przedstawia logo restauracji McDonald's z umieszczoną pod nim antymaksymą po angielsku *Eat fast, die young* 'jedz szybko, umieraj młodo'<sup>243</sup>, która jest trawestacją znanego hasła kontrkulturowego *live*

<sup>242</sup> Makdonaldyzacja, termin wprowadzony do obiegu naukowego przez socjologa George'a Ritze-  
ra, który w książce *Makdonaldyzacja społeczeństwa* (1997, wyd. ang. *The McDonaldization of Society*,  
1993) pokazał, jak zasady obowiązujące w fastfoodowych restauracjach McDonald's przenoszą się  
na różne sektory życia społecznego i zaczynają w nich dominować.

<sup>243</sup> Zob. <http://www.flickr.com/photos/quinnanya/5007084057/>, dostęp 5.08.2012 r.

*fast, die young* ‘żyj szybko, umieraj młodo’<sup>244</sup>. Szeroko znane na świecie hasło, umieszczane na koszulkach i murach, stanowi znak rozpoznawczy całego ruchu konsumenckiego slow foodów, protestującego przeciw produktom sprzedawanym w fast foodach. Często towarzyszy mu rysunek, na przykład trupiej czaszki lub maski błazna.



Adbusterzy zwracają uwagę na niebezpieczeństwa, jakie niosą ze sobą przekazy reklamowe. Na przykład, antyreklama samochodów Peugeot w postaci napisu naklejonego na billboardzie, która sprawia wrażenie części składowej oficjalnego przekazu, ostrzega przed manipulacyjnym działaniem reklamy podprogowej działającej na psychikę, kiedy jest pokazywana w postaci szybko przesuwających się zdjęć – klatek filmu. Angielski napis *Warning: Advertisements manipulate you on a subconscious level* ‘reklama manipuluje tobą na poziomie podświadomości’ ma w internecie między innymi swoją wersję rosyjską: *Осторожно: реклама манипулирует вами на подсознательном уровне*. Brzmi to jak oficjalny komunikat – ostrzeżenie, dzięki czemu zwraca uwagę opinii publicznej na jedną

---

<sup>244</sup> Ta fraza jest powtarzana w wielu tekstach kultury, np. w biografii Jamesa Deana, który stał się symbolem popkultury i buntu, czy w tytułach filmów i piosenek poświęconych problemom młodych ludzi.

z antykonsumenckich metod manipulacji. Działania podprogowe są zabronione, ale nagminnie łamane.



Z kolei, antyreklama przedstawiająca trumnę z kodem kreskowym na boku, czyli jako towar powszechnego użytku, pozbawiona jest tekstu, ale obraz jest aż nadto wymowny i można go odczytać następująco: ostateczny finał nieograniczonej konsumpcji, zwłaszcza sprowadzenie kontaktów między ludźmi do poziomu zachowań czysto komercyjnych, grozi rodzajowi ludzkiemu wyginięciem. Eschatologiczny wydźwięk podobnego typu antyreklam ma wstrząsnąć widzom, obudzić w nim uczucia bardziej humanitarne, wpłynąć na odrodzenie pragnienia nawiązywania prawdziwej więzi z innymi.



Przeciw konsumpcjonizmowi jest także wymierzony przewrotny apel antybohatera innej antyreklamy: *Just loot it* – ‘rozgrab to, złup, splądruj’. Przypomina on satanistę (motyw znany z prac Twożywa), a przynajmniej wyznawcę wrogiej człowiekowi religii, choć wykorzystanie figury krzyża może budzić wątpliwości. Obraz jest powieleniem, względnie improwizacją na temat malunku Banksy’ego znanego pod nazwą *Chrystus na zakupach*. Przedstawia ukrzyżowanego Syna Bożego trzymającego w przybitych do krzyża rękach (choć samego krzyża nie widać) torby i pakunki z zakupami. Banksy wykorzystał symbolikę chrześcijańską znacznie subtelniej. W obu pracach chodzi o to, że konsumpcjonizm stał się dla ludzi Zachodu rodzajem współczesnej religii zagłuszającej pustkę duchową, którą odczuwają.



Jak widać, idea *brandalizmu* jako metody walki z dewastującą przestrzeń miasta i ludzkie dusze reklamą przypadła do gustu adbustrom, skoro prezentują przedstawione wyżej obrazy na swoich stronach – można się zatem spodzie-



wać działań o podobnym charakterze w miastach Europy. W ten sposób dialog międzykulturowy przybrał postać globalnych działań skierowanych solidarnie w wielu krajach przeciwko komercjalizacji naszego życia i konsumpcjonizmowi narzucanemu przez te same międzynarodowe korporacje, sieci hipermarketów i restauracji, co znajduje wyraz także w używaniu w wielu językach słownictwa specjalistycznego zapożyczanego z angielszczyzny.

Polskim przykładem na brandalizm są działania Pawła Kowzana (Dwaesha). Jego projekt, którego adresatem stał się wielki światowy koncern, miał mocno prowokacyjne oblicze: na reklamie pasty do zębów Colgate zawierającej frazę *Marka ręczy dobrym imieniem*, artysta umieścił ironiczny komunikat: *W TV ZNÓW POWIEDZIELI ŻE TO WCALE NIE MUSI BYĆ PRAWDA* (PSA 63). „Uzupełnienie” sloganu reklamowego frazą powołującą się przewrotnie na autorytet największego medium naszych czasów (prowokacja uderza tu także w tę instytucję) daje antybrandowy skutek i niszczy intencje właściciela znanej marki, który traktuje ją jako gwarancję wartości produktu i jego sukcesu rynkowego.

Jednolitość i solidarność działań antykonsumpcyjnych zakłóca pojawienie się zjawiska o nazwie *guerilla marketing*, czyli działań komercyjnych o charakterze partyzanckim, co oznacza w tym przypadku praktykowanie strategii subwersywnych w ramach antyreklamy. W rosyjskim obszarze internetu wiele stron nawiązuje do tego angielskiego terminu i zawiera chwytliwą angielsko-rosyjską nazwę *StreetArt Агентство партизанского маркетинга* ‘StreetArt agencja partyzanckiego marketingu’. Czasami nie chodzi jednak o działania subvertisingowe, lecz o usługi reklamowe z wykorzystaniem street artu, jak na przykład te oferowane przez firmy z Jekaterynburga i innych miast rosyjskich z Kaukazu i Syberii<sup>245</sup>. W ten sposób podważa się szczytne idee, za którymi stoją młodzi ludzie z wielu krajów i wykorzystuje dla osiągnięcia zysku i bez najmniejszych skrupułów strategie wypracowane przez ruchy antykonsumpcjonistyczne i antykorporacyjne.

Subwertywizm służy polskim streetartowcom do nagłaśniania kwestii społecznych, politycznych i etycznych. Używają go co najmniej na dwa sposoby. Pierwszy polega na dopisywaniu lub doklejaniu do istniejących przekazów, na przykład reklam na billboardach, własnych elementów – szablonów z rysunkami i/lub napisami, które nadają zastanemu obrazowi nowy, z reguły ironiczny, kontekst, a reklamę zmieniają w antyreklamę<sup>246</sup>. Tak postępują artyści Trzeciej Fali

<sup>245</sup> Strona <http://alladvertising.ru/info/streetart.html> (dostęp 5.08.2012) zachwała: „Агентство партизанского маркетинга StreetArt оказывает услуги в областях создания и размещения нестандартной рекламы, креатива и дизайна, производства видеороликов” ‘agencja partyzanckiego marketingu StreetArt oferuje usługi w dziedzinie tworzenia i rozmieszczenia niestandardowej reklamy i dizajnu, produkcji kaset wideo’.

<sup>246</sup> Negatywny stosunek do reklam najlepiej wyraził twórca szablonów Simpson: „Nakręcił mnie i ciągle motywuje do działania miejski śmietnik wizualny, zdominowany przez setki szmatławych reklam. To reklamy są prawdziwym aktem wandalizmu dla miasta” (PSA, 270).

w antykorporacyjnych projektach, takich jak *McŚwiat*<sup>247</sup>: „Zakłóciliśmy przekaz, który niosła ogromna reklama coca-coli. Odbiliśmy na niej szablon przedstawiający postać z obrazu *Krzyk* E. Muncha<sup>248</sup>. Ta postać to symbol, strach przed paranoją otaczającego świata. Myślę, że robi to wrażenie, bo reklama jest zrobiona na całej ścianie trzy piętrowego domu, a mój szablon jest wielkości człowieka”<sup>249</sup>. Połączenie komercyjnej treści reklamowej i artystycznego wyobrażenia strachu, przerażenia musi wstrząsnąć (wrażliwym) widzem – artysta osiągnął swój cel, jakim było zdeprecjonowanie produktu, który jest symbolem światowej konsumpcji i potęgi międzynarodowych korporacji. W innej kompozycji został przedstawiony marketowy wózek, z którego wydobywają się promienie jako emanacja blasku bijącego od towarów – przedmiotów kultu. Konsumpcjonizm zyskuje status nowej religii, co wyrażają powiązane z obrazkiem napisy *McŚWIAT*, *MEGA MARKIET*, *NOWY KOŚCIÓŁ*. Także pozostałe, wykonane z użyciem szablonu napisoobrazki z serii *McŚwiat*, niosą podobne przekazy – obok inicjalnego określenia zostały umieszczone napisy w rodzaju *BÓG MA 4 KÓŁKA*; *PIENIĄDZ NASZA WIARA*.

Jak zdaje się mówić przesłanie projektu, globalizacja sposobu konsumowania niesie ze sobą niebezpieczeństwa stwarzane przez wolny rynek, w którym dominuje bóg zysku – zagrożenie dla demokracji na całym świecie. Kropkę nad i stawia inny anonimowy streetartowiec w swej kompozycji. Przedstawia nagiego grubasa (naga prawda!), który siedzi na teczce ze znakiem ostrzegającym przed radioaktywnością i konsumuje hamburgera. Do obrazu dołączony jest napis *TOXIC JUNK FOOD* ‘toksyczna śmieciowa żywność’ (PSA2 226).

Drugi sposób działania o charakterze subwersywnym polega na pokryciu całej powierzchni komercyjnie wykorzystanego billboardu czy city lightu materiałami przygotowanymi w domowej pracowni. Treści, jakie zawierają „odwrócone” reklamy, są antykomercyjne, a ich twórcy pragną wywołać w obserwatorach wstrząs lub obudzić ich duchową wrażliwość. Tak postępuje streetartowiec Peter Fuss, który zakleja billboardy w Trójmieście prowokacyjnymi i gorzkimi w treści plakatami, przygotowanymi wcześniej w domowej pracowni, które ironicznie, a nawet przewrotnie, komentują rzeczywistość w Polsce i poza nią. Jedną z jego prac o charakterze prowokacji kulturowej stanowi portret prezydenta USA z napisem proklamującym polityczną nierzeczywistość: *WHO DIED BARACK OBAMA* ‘kto zabił B. O.’. Na innych artysta zmusza przechodnia do myślenia na temat sytuacji we współczesnym świecie, w którym nie obowiązują zasady pokoju i miłości,

<sup>247</sup> Oczywiście jest prześmiewczy charakter tej nazwy (stała się już także terminem naukowym), gdyż odnosi się do instytucji, która jest symbolem konsumpcjonizmu we współczesnym świecie, i to w skali globalnej, czyli do restauracji McDonald’s i innych podobnych, oferujących żywność typu fast food.

<sup>248</sup> Graficiarskie wersje *Strachu* pojawiały się na polskich murach już pod koniec lat 80. ub. wieku (GwP 133).

<sup>249</sup> Zob. <http://www.3fala.art.pl/>, dostęp 15.03.2012.

zwłaszcza na Bliskim Wschodzie, o czym świadczą umieszczone obok siebie znacząco napisy po arabsku i angielsku: *THIS MEANS LOVE* i *THIS MEANS PEACE* ‘to oznacza miłość/pokój’. Wartości są werbalnie wyrażane podobnie na całym świecie, ale słowami rządzący się nie przejmują. Świat rządzi się logiką konfliktu i wojny, o czym mówi inny plakat – rysunek przedstawiający uzbrojonych po zęby żołnierzy (mają zamiast twarzy świńskie ryje, a zamiast rąk racice) z napisem *WAR HAS STARTED* ‘wojna się rozpoczęła’. Niezgoda na zastaną rzeczywistość i (nie)porządek w świecie cechowała zawsze najbardziej obiecujących młodych twórców, a wyrażony przez nich bunt dobrze świadczy o ich czujności względem pojawiających się na świecie upiórów wojny.

Prace Fussa pełnią funkcję ideologiczną i poznawczą zarazem: uświadamiają, że Polska nie jest oazą spokoju; nasz kraj rozdzierają konflikty społeczne i polityczne, a ksenofobia i antysemityzm stanowią stały element rzeczywistości społecznej. Fotorealistyczne wizerunki znanych Polaków, niekoniecznie o żydowskich korzeniach, towarzyszą przewrotnemu napisowi: *ŻYDZI WON Z KATOLICKIEGO KRAJU*. Bilbord stoi w okolicy kościoła – aluzja do postaw niektórych księży, którą można odczytać szerzej jako protest wobec antysemityzmu w kraju bez Żydów. W pracy *Pakt stabilizacyjny* Fuss przedstawia polityków PiS-u, LPR-u i Samoobrony, którzy w 2006 r. zawiązali egzotyczną pod względem ideowym koalicję polityczną z błogosławieństwem Radia Maryja i telewizji TRWAM. Napis-oświadczenie *SOMETIMES I FEEL ASHAMED TO BE POLISH* ‘czasami wstydę się, że jestem Polakiem’ na innym bilbordzie stwierdza niską jakość życia społeczno-politycznego w Polsce, które przejawia się w postaci różnego typu fanatyzmów i zawiści na tle narodowościowym. Ten akt wyznania niejako podsumowuje przekonania niezależnego artysty, który broni prawa do szacunku dla każdego Polaka<sup>250</sup>.

Jednak subvertising społeczno-polityczny Fussa ma głębszy wymiar etyczny i obyczajowy. Seria plakatów umieszczonych na stojących obok siebie bilbordach niedaleko Stoczni Gdańskiej, wykorzystywanych dotąd komercyjnie, przedstawia postać Jezusa Chrystusa z podpisami stacji Drogi Krzyżowej po angielsku: *JESUS CH. DIES ON THE CROSS* ‘Jezus umiera na krzyżu’, ... *IS TAKEN DOWN FROM THE CROSS* ‘... jest zdjęty z krzyża’, ... *MEETS HIS MOTHER* ‘... spotyka swoją matkę’<sup>251</sup> itd. Chrystus ma oczy przewiązane czarną opaską jak przestępca przygotowany do egzekucji. Być może jest to aluzja do losu chrześcijan mordowanych na Bliskim Wschodzie i w innych miejscach świata tylko za to, że przyznają się do swojej wiary. Utrzymane w szarej tonacji kolorystycznej plakaty Fussa przeciwstawiają się pstrokaciźnie reklam. Kolorystyczny zabieg i ascetyczność lekko naszkicowanego obrazu, swoisty *minimal design*, to przejaw przyjętej przez ar-

<sup>250</sup> Dokładną analizę tej pracy przedstawił P. Zańko (2012, 130-134).

<sup>251</sup> Twórczość Fussa jest prezentowana na stronie pod adresem <http://www.peterfus.com/>, dostęp 3.06.2011 r.

tystę postawy estetycznej, a radykalnie subwersywne podejście jest prowokacją kulturową. Zaklejenie reklam, zwrot ku wartościom duchowym umożliwia mu rozdzielenie i przeciwstawienie sfery sacrum i sfery profanum, postawienie potrzeb duchowych człowieka powyżej zwykłych zabiegów o dobrobyt materialny i rozpasaną konsumpcję, ale przede wszystkim nieoczekiwane, jak na praktyki street artu, uobecnienie wartości sakralnych w ikonosferze miasta<sup>252</sup>.

Myśl o prymacie ducha nad materią przyświecała inicjatorom społecznej kampanii przeprowadzonej przez Centrum Myśli Jana Pawła II, przypominającej postać i dzieło papieża Polaka, a wpisującej się w wybory prezydenckie (wiosna 2015 r.). Na warszawskich billboardach umieszczono portrety uśmiechniętego Jana Pawła II w ciemnej marynarce, eleganckiej koszuli i krawacie z dołączonymi podpisami: *Karol Wojtyła. Twój kandydat w codziennych wyborach; Zawsze razem, nigdy przeciw sobie!* Dyrektor Centrum Norbert Szczepański tak tłumaczył założenia akcji: „Po dziesięciu latach od śmierci Jana Pawła II zadajemy pytanie, czy tamte uczucia i emocje udało nam się zamienić w codzienne nawyki i wybory, które wyrastają z wartości”. Kampania, która przez ortodoksyjnych wiernych mogła zostać odczytana jako próba desakralizacji Świętego, spotkała się z dobrym przyjęciem mieszkańców stolicy. Subwertywizm jako dynamiczny język przekazu idzie tu w kierunku delikatnych przesunięć znaczeń o zaskakującym, ale nieprowokującym oddziaływaniu<sup>253</sup>.

W problematykę okołoreligijną wpisuje się plakat grupy Twożywo przedstawiający stylizowaną literę *W* (użytą zapewne jako inicjał słowa *wiara/wierzę*) i podpis *Boga czy bogaczy*. Sygnalizuje on dylemat, przed jakim staje uczestnik kultury i cywilizacji zachodniej: czy sensem życia ma być gromadzenie dóbr materialnych, czy dążenie do osiągania celów o charakterze duchowym? Gra słów połączona z ich wizualizacją to często stosowany przez duet artystyczny Twożywo sposób na przedstawienie problemu hegemonii materializmu w świecie współczesnego kapitalizmu. Wymownym przykładem w tym zakresie jest praca przedstawiająca w poetyce konstrukturyzmu postać kojarzącą się z Matką Bożą z podpisem *Maria Materia*. Obok widnieje oświadczenie o ironicznej wymowie: *Maszerujemy Manifestować Materializm*.

Protestując wobec patologicznych relacji międzyludzkich, artyści z Twożywa włączyli się do akcji grup feministycznych walczących z ugruntowanym w masowej świadomości przekonaniem o prowokowaniu do gwałtu przez same kobiety

---

<sup>252</sup> Zygmunt Bauman uważa, że „gra, w której bierze udział konsument, to nie żądza kupowania i posiadania, nie gromadzenie dóbr w materialnym, namacalnym sensie; tutaj chodzi o wzbudzenie nowych, nieznanych dotąd wrażeń. Konsumenci są przede wszystkim zbieraczami wrażeń; kolekcjonują rzeczy jedynie wtórnie, jako pochodne doznań” (2008, 17). Inna ważna myśl badacza głosi: „Konsumeryzm nie polega na gromadzeniu dóbr (...), ale na używaniu i pozbywaniu się dóbr po ich użyciu, by zrobić miejsce dla następnych” (2008, 21).

<sup>253</sup> Zob. <http://www.fakt.pl/polityka/kampania-z-udzialem-jana-pawla-ii,artykuly,532376.html>, dostęp 30.03.2015 r.

– jego ofiary. Realizacja projektu *no bo ta suka mnie prowokowała* polegała na umieszczeniu w listopadzie 2004 r. na siedemnastu warszawskich tramwajach plakatu z zarysem męskiego i kobiecego ciała (leżącego pod nim, a właściwie upadającego) podpisanego *prowok*. Plastycy z Twożywa tak tłumaczyli sens swojej akcji: „Chcieliśmy, aby mieszkańcy Warszawy zmierzli się ze stereotypami usprawiedliwiającymi przemoc seksualną. Sprawcy przemocy fałszywie usprawiedliwiają gwałt — wskazując jego przyczyny w kobietach. Silnie zakorzeniony stereotyp kobiety «prowokującej do gwałtu swoim zachowaniem» prowadzi do większej ilości przestępstw na tle seksualnym oraz wtórnej wiktymizacji kobiet w czasie kontaktów z wymiarem sprawiedliwości i otoczeniem społecznym. Projekt, który znalazł się na środkach komunikacji miejskiej, rzuca wyzwanie fałszywym treściom zakorzenionym w świadomości masowej. Chcemy w ten sposób przeciwstawiać się przemocy seksualnej”<sup>254</sup>. Sprzeciw wobec takiej postawy wyraża także sylwetka kobiety w czerwieni z wpisaną w nią wymowną w treści informacją *promocja najwyższych cen*. Gorzka ironia komunikatu wynika z faktu, że w niektórych obszarach życia społecznego kobieta jest traktowana jak towar, przedmiot, obiekt seksualnych nadużyć.

Postawy, strategie oraz idące za nimi działania twórców street artu są artystyczną prowokacją. Anarchizująca grupa artystyczna Radykalna Akcja Twórcza/RAT wywrotowość potraktowała nie tylko jako sposób na artystyczne zaistnienie w Trójmieście, ale przede wszystkim jako narzędzie w osiągnięciu celów zarówno społecznych, jak i politycznych. Główny obiekt jej zainteresowania stanowią billboardy z reklamami, „które z narzędzi propagandy zmieniane są w osobisty komentarz”. Komentarze dotyczą sytuacji społecznej w mieście, ale także ogólnoswiatowych kwestii politycznych. Naklejony na jednym z nośników plakat zawiera pseudokomunikat *GDAŃSK EUROPEJSKA STOLICA BIEDY I WYKLUCZENIA*. Jego kształt liter stylizowany jest na napis *ARBEIT MACHT FREI* umieszczony nad wejściem do obozu koncentracyjnego w Oświęcimiu i równocześnie trawestuje hasło *GDAŃSK EUROPEJSKĄ STOLICĄ KULTURY 2016*. Plakat jest protestem wobec narastania w tym mieście, podobnie jak w innych polskich aglomeracjach, nierówności społecznych, rozrastania się obszarów nędzy i społecznego wykluczenia, jako efektu nieudolnych rządów prezydenta miasta i jego ekipy<sup>255</sup>. Skojarzenie z koszmarem obozu koncentracyjnego to działanie dalece nieuprawnione, ale skuteczne w świecie wyrafinowanych pod względem treści i formy komercyjnych reklam, w rzeczywistości, w której agresja w mediach staje się zwyczajną praktyką. Pseudoreklamą, zawierającą podobny, choć łagodniejszy w wyrazie sprzeciw wobec zjawiska biedy w Polsce, jest ironiczny slogan RAT-u: *Talerz pusty, ale szklanki są z Ikea*.

<sup>254</sup> Zob. <http://twozywo.art.pl/twzw.php?103>, dostęp 20.01.2012 r.

<sup>255</sup> Szczegółowy opis plakatu i okoliczności towarzyszących jego ekspozycji w mieście, zob. Zańko 2012, 138-41.

Przewrotna gra znaczeń, oparta na aluzyjnym połączeniu treści i symboli, funkcjonuje również w plakatach o wymowie politycznej. Na jednym z nich apel *HEJ POLAKU WYŚLIJ DZIECKO DO IRAKU* zostaje ostro skonfrontowany z obrazkiem przedstawiającym kolumnę maszerujących hitlerowców. Słowa w połączeniu z obrazem piętnują udział wojska polskiego w amerykańskiej interwencji w Iraku, w nieuzasadnionej żadną prawdziwą koniecznością inwazji na niepodległy kraj, co w jakimś sensie – zgodnie z sugestią autora – upodabnia prezydenta George’a W. Busha do Hitlera. Na innym plakacie w napisie *III RZESZA POSPOLITA OKUPACJA IRAKU* połączono nazwy *III Rzesza* i *Rzeczpospolita*, a w dołączonym obrazie – godło hitlerowskich Niemiec z polskim. Rysunkowe konteksty i gry słowne w sposób celowo skrajny i politycznie ryzykowny łączą poczynania polityków polskich z działalnością przywódców nazistowskich, co zgodnie z założeniami autorów plakatów ma potęgować radykalizm i skrajność przekazów. Obiektem działań i krytyki RAT-u stają się także zagraniczni politycy. Ironiczny wydzźwięk hasła *WOLNOŚĆ DLA CZECZENII* zostaje ujawniony przez rysunek przedstawiający przewrócony czołg o nazwie *PUTIN*. Na innym przedstawiono portret przywódcy Rosji z podpisem *PREZYDENT ROSJI*, a obok narysowano czaszkę z podpisem *OBYWATEL CZECZENII*. Z kolei, rysunek bomby z napisem *USA* tworzy prześmiewczy kontekst dla informacji *ZWROT DO NADAWCY*<sup>256</sup>, zamieszczonej przez pocztę na niedoreczonej (niechcianej) przesyłce. We wszystkich tych komunikatach kryje się sprzeciw wobec partykularnych interesów przywódców państw, którzy doraźny interes polityczny przedkładają nad dobro zwyczajnych ludzi.

Subvertisingiem politycznym zajmuje się również Trzecia Fala, choć nie w tak anarchistycznym stylu jak Fuss. Na plakacie Donalda Tuska z okresu kampanii wyborczej w 2005 r. obok portretu polityka widniało hasło *Człowiek z zasadami*. Dopisek *I love sex, drugs, rock'n'roll and football* ‘miłość, seks, narkotyki, rock’n’roll i futbol’<sup>257</sup> niemal całkowicie zniósł zamierzony efekt propagandowy, gdyż odnosił się do wspomnianego przez premiera „próbowania” marihuany podczas studiów, co z przestrzeganiem norm moralnych nie miało nic wspólnego. Najprostszym przykładem tego rodzaju podejścia do treści sloganów reklamowych jest praca Piotra Pałkowskiego (pseudonimy Lump/Elomelo), który nakleił na billboard stylizowany napis *FRUIT OF THE LUMP*, łudząco podobny do widniejącej tam wcześniej reklamy wielkiej firmy odzieżowej *FRUIT OF THE LOOM*. Wskutek tej zamiany, opartej na grze słownej, reklama stała się własną parodią<sup>258</sup>.

Przykładem subwersywizmu z wykorzystaniem prowokujących aluzji są także pełne przekory i szyderstwa niektóre prace Egona Fietkego. Jeszcze w latach 80.

<sup>256</sup> Wszystkie cytaty i analizowane obrazy RAT-u zostały zaczerpnięte ze strony <http://www.rat.bzzz.net/>, dostęp 3.06.2011 r.

<sup>257</sup> Zob. <http://www.3fala.art.pl/>, dostęp 3.06.2011 r.

<sup>258</sup> Zob. <http://fruitofthelump.com/sciany/wwa/>, dostęp 3.06.2015 r.

ubiegłego wieku odwracał on treści plakatów socrealistycznych z lat 50. i późniejszych, na przykład upowszechniał szablon z napisem *Uwięzić Politycznych* jako zaprzeczenie hasła propagowanego przez „Solidarność” w latach 1980–1981 akcji *Uwolnić politycznych*. Ośmieszył ideę rewolucji październikowej – na jednej z jego naklejek flaga naciągnięta na bagnet tworzy datę 1917, a obok autor szablonu dodaje szyderczą kontaminację: *rower + polucja = rewolucja*. W centrum Łodzi funkcjonowała z inspiracji Fietkego uliczna galeria graffiti szablonowego pod nazwą *Artyści Przeciw Rzeczpospolitej*<sup>259</sup>. Było to w czasie, kiedy odbywały się koncerty z poparciem dla rządu Tadeusza Mazowieckiego pod hasłem *Artyści Dla Rzeczpospolitej*.

Przekora, jaką artysta wyrażał w swych anarchistyczno-artystycznych działaniach, miała wielu adresatów – zarówno w strukturach władzy, jak i w środowiskach osób z nią walczących. Jego celem stała się walka z nieznośnym patosem haseł i manifestów, niezależnie od ich politycznego źródła. Działając pod szyldem Galerii Działań Maniakalnych, Fietke wraz z kolegami przeciwstawiali patetycznym i radykalnym hasłom antysystemowym opozycji w rodzaju *Precz z komuną* czy *Sowieci do domu* swoje prowokacyjne i żartobliwe zarazem napisy, takie jak *Precz z komunią; Człogi do Wołgi, Kultura do gnoju; Wolność, równość, braterstwo, kopulacja; Przepraszamy towarzysza Edwarda; Wojtek I na tron; Prochy generała na Wawel* (GwP 82-83).

Anarchizm tego typu dokonań był w dużej mierze pozorny; w tym szyderstwie bardziej chodziło o przeciwstawienie się pompacyjności oficjalnego życia politycznego i tzw. stadnym zachowaniom (choćby stanowiły one manifestację jak najślusniejszych postaw – początkowo do „Solidarności” należało 10 mln osób) niż o wzniesienie rewolucji. Motywacja tego rodzaju działań dla łódzkiego twórcy jest prosta: „najważniejszy jest *fun*, uśmiech w oczach ludzi i fakt, że można zrobić coś dla innych. Jakże inne byłoby oblicze Ziemi, gdyby wszyscy zajmowali się streetem?” (GwP 85). Zatem, najważniejsza dla Fietkego stała się realizacja funkcji ludycznej sztuki, a każda tego rodzaju aktywność artystyczna powinna, jego zdaniem, wyzwalać w ludziach chęć jednoczenia się w ramach globalnej wspólnoty. Poważniejszy w swym wyrazie był sprzeciw, jaki łódzki streetarowiec i jego koledzy zmanifestowali „wobec sztuki i artystów obecnych w galeriach”. Uczynili to podczas wystawy *Kaszana Wspólnoty Leżeeć* w oficjalnej galerii sztuki, kiedy to eksponowali plasty kaszanki w różnym otoczeniu (GwP 84). Krytyka sztuki współczesnej w jej oficjalnym wydaniu jest czymś nowym w środowisku streetartowców, gdyż oznacza wkraczanie przez nich w obszar ustalonych w ciągu wieków w sztuce norm i zachowań, negowanie wartości dzieł powstałych zgodnie z klasycznymi kanonami. Jednak powszechniejsza jest wśród nich postawa aprobaty dla faktu, że graffiti i inne artystyczne produkty street artu są stopniowo akceptowane przez najważniejsze galerie jako równoprawne z formami sztuki oficjalnej

<sup>259</sup> Zob. <http://www.spaceunity.net/>, dostęp 3.06.2011 r.

(Rutkiewicz 2011, 163).

Oprócz wspomnianych artystów prowokacją kulturową chętnie posługuje się streetartowiec eScE, który na jednym ze swoich szablonów przedstawia grupę policjantów ubranych w kamizelki kuloodporne z napisem *HWDP*<sup>260</sup>. Tym skrótcowcem, ukrywającym wulgarne i pogardliwe antypolicyjne hasło, posługują się członkowie różnych środowisk młodzieżowych, ale najczęściej, jak wykazuje choćby obserwacja trybun z tzw. kibolami, zwykli chuligani<sup>261</sup>.

Nie tylko politycy i podległe im służby są negatywnymi bohaterami przekazów anarchistów i mają zmuszać do pogłębionej refleksji. Ironiczne odwołania i samokrytykę potrafią zastosować także do żartobliwej reklamy własnych działań. W pracy zatytułowanej *ZRÓB TO Z NAMI* wykorzystali wizerunek Adama Słodowego, który pod hasłem *Zrób to sam* uczył Polaków radzenia sobie w warunkach PRL-owskiej gospodarki niedoboru. Słodowy na tle reklamy *CASTORAMY* trzyma w ręku bombę z wymalowanym logiem anarchistów. Wspomniany Fuss obok poważnych treści wysyła prowokacyjno-żartobliwe komunikaty w rodzaju: *ART IS BORING* 'sztuka nudzi' czy *FUCKIN WEATHER* 'pieprzona pogoda'<sup>262</sup>. Przez wyzwolenie w widzach negatywnych odczuć i wyrzucenie ich z siebie, paradoksalnie, tego typu działania wprowadzają ulgę w zestresowane życie współczesnego mieszkańca miasta.

Zdarza się, że opisane akcje happeningowe ze sfery działań nielegalnych przenikają, jako inspiracja, do oficjalnej info- i ikonosfery miasta. Hasło anonimowego graficiarza *LATO NAPIERDALAJ* oraz komunikat Fussa *FUCKIN WEATHER* zainspirowały, jak się wydaje, późniejszy napis *ZIMO WYPIERDALAJ!* autorstwa Moniki Drożyńskiej. Widniał on w lutym 2011 r. na stylizowanej jako haftowana serwetce, powiększonej i przeniesionej na billboardy w centrum Warszawy i czterech innych największych miast Polski<sup>263</sup>. Powstał w ramach projektu *Haft miejski*, opłaconego przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, co, w nawiązaniu do wulgarności komunikatu, wzbudziło wiele zjadliwych komentarzy w mediach. Artyści dobrze zdają sobie sprawę z faktu, jak wielką siłę oddziaływania niesie umiejscowiona centralnie przestrzeń publiczna i wielkie medialne nośniki. Potrafią to wykorzystać, wkalkulowując w swe prowokacyjne działania inercję urzędników i służb.

---

<sup>260</sup> Zob. <http://www.pracownia-n22.pl/> (dostęp 16.03.2011); *HWDP/CHWDP* – w slangu polskiej młodzieży przekleństwo utworzone od wyrażenia (C)huj W Dupę Policji. Graficjarze przekornie rozszyfrowywali ten skrótowiec w różny sposób, na przykład za pomocą frazy *CHcemy Więcej Dobrej Poezji*, napisanej na tabliczce trzymanej przez młodego człowieka – ten rysunek techniką szablonu rozpowszechniano masowo w Warszawie w latach 10. XXI w.

<sup>261</sup> W dużym zbiorze tekstów hip-hopowych, które stanowiły bazę materiałową pracy W. Mocha (2008), znaleziono tylko jedno zastosowanie skrótcowca *HWDP* – we frazie przypisywanej przez rapera Eldo hipotetycznemu pseudohipowcowi: *HWDP, jebane suki, tata was nauczył!* (340).

<sup>262</sup> Zob. <http://www.peterfus.com/> (dostęp 6.06.2011).

<sup>263</sup> Zob. <http://mowianamiescie.pl/2011/04/16/zimo-wypierdalaj/> (dostęp 6.06.2011).



Wulgarność – przypomnijmy subwersywne akcje *I chuj* (przypisywana Trzeciej Fali) i *Gównu jest zjadliwe Efekt Axe* Abramowskiego – stała się dla młodego pokolenia streetartowców narzędziem walki z wszechobecną reklamą jako znakiem bezdusznej dominacji wielkich korporacji w infosferze miasta. Dlatego prace umieszczają na nośnikach reklamowych. Wulgaryzmy są także narzędziem prowokacji z tego względu, że łamią przyjęte konwencje językowe i obyczajowe, mają więc motywację kulturową. Ich podstawową funkcją jest rozładowanie napięcia (przez agresję), wyrażenie emocji i zniesienie dystansu między nadawcą i odbiorcą (funkcja ekspresywna). Szokując, wzmacniają wyrazistość komunikatu (funkcja impresywna), a nawet służą przypodobaniu się odbiorcy (funkcja perswazyjna) i starają się go rozbawić (funkcja ludyczna)<sup>264</sup>. Wszystkie lub niektóre z tych funkcji są realizowane w pracach artystów ulicy i sprzyjają dostrzeżeniu ich przekazów w wizualnym chaosie miasta.

Jednym z kulturowych prowokatorów, używającym wulgaryzmów, jest Styles. Artysta specjalizuje się w liternictwie i klasycznym graffiti o proveniencji nowojorskiej, które odznacza się heterogenicznością form przekazu, bogactwem środków wyrazu i technik plastycznych. Przyjmując postawę skromnego twórcy, maluje w opuszczonych miejscach. Stare odrapane mury traktuje jako obrazy same w sobie, powstałe w naturalny sposób, tylko nieznacznie ingeruje, nadając im specyficzny wyraz. Jego sprejowe grafiki i wykonane z użyciem wielokrotnie nałożonych szablonów malowidła cechuje duża ekspresja. Sam uważa się za niemodnego autora: *EKSPRESJA NIE JEST W MODZIE* – głosi sarkastyczny komunikat na obrazie przedstawiającym twarz starszego mężczyzny (PSA 276). Nawet przewrotna prowokacja w postaci skierowanego do widza wulgarne napisu-pytania (wraz z zawartą w nim inwektywą) nakreślonego wokół portretu innego starca: *stara pierdoło!! i co się kurwa gapisz?* (PSA 279), nie jest w stanie zniszczyć wrażenia, że Styles jest twórcą pełnym szczerości i pasji. Jego przypadki przekonuje, że podstawę działań wielu streetartowców stanowi chęć nawiązania dialogu z odbiorcą ich sztuki. Czasem jest on specyficzny, bo zawiera akt agresji, który otwiera dodatkowy kanał komunikacyjny. Agresja w tym przypadku nie wykazuje niszczyielskiej intencji w stosunku do swego obiektu, stanowi raczej rodzaj krzykliwej samoobrony, podjętej w imieniu „straconego” pokolenia młodzieży pozbawionej perspektyw zawodowych i osobistych. Jest skierowana przeciw panowaniu nad światem dobrze urządzonych pokoleń rodziców i dziadków. Bunt pokoleniowy, wyrażony za pomocą opozycji *młody – stary*, ma na celu rozładowanie negatywnych emocji i osiągnięcie *katharsis* jako formy duchowego oczyszczenia<sup>265</sup>.

<sup>264</sup> O kulturowym znaczeniu, funkcjach i rodzajach wulgaryzmów zob. Grochowski 1996, s. 12-18 oraz: [http://www.fil.us.edu.pl/ijp/poradnia/baza\\_archiwum.php?POZYCJA=140&AKCJA=&TEMAT=R%F3%BFne&NZP=&WYRAZ=](http://www.fil.us.edu.pl/ijp/poradnia/baza_archiwum.php?POZYCJA=140&AKCJA=&TEMAT=R%F3%BFne&NZP=&WYRAZ=), dostęp 12.09.2015 r.

<sup>265</sup> O funkcjach agresywnych zachowań językowych pisze M. Peisert (2004, 154-166).

Inny niekonwencjonalny akt prowokacji artystycznej zaproponował Resko, który reaguje swymi pomysłami na „ohydę ulic, medialny bełkot, napastliwą reklamę, polityczną poprawność”. Sposobem na wyjście z „opresyjnego małego piekła miasta” staje się „dzieciący psikus” (PSA 256). Tworzy go, używając takich artystycznych artefaktów, jak umieszczone na poziomie gruntu podświetlone kasetony (podpis na zdjęciu w internecie: *Get me out from here!* ‘zabierz mnie stąd’), kolorowe muszle ślimaków, naklejone na kulę – element miejskiego ogrodzenia (*Slow city project* ‘projekt wolne miasto’) czy domalowany na chodniku cień stojącego realnie słupa informacyjnego wraz z nieistniejącą naprawdę figurą tańczącego na jego szczycie człowieczka (*Cienie*)<sup>266</sup>. Artysta daje wyraz przeświadczeniu, że trudno jest zagłuszyć w sobie poczucie opresji w miejskiej przestrzeni, jakiemu ulegają na co dzień co wrażliwsi jej użytkownicy. Swoje prace traktuje jako próbą zwalczenia go za pomocą działań, które mają na celu nadanie różnym miejscom cech indywidualnych, stwarzających klimat zadomowienia i bezpieczeństwa.

Resko nie jest pierwszym artystą, który dostrzega destrukcyjne oddziaływanie miasta na mieszkańców. Aby się o tym przekonać, wystarczy obejrzeć prace Alexandra Sikory z końca lat 80. na czele z przejmującym szablonem *Miasto nas niszczy*, przedstawiającym sylwetkę leżącego na jezdni człowieka przysypanego przez elementy miejskiej infrastruktury (GwP 121). Podobnie podchodzi do tej kwestii autor muralu *Ptasiek*, widocznego na jednej z kamienic w Bydgoszczy, o czym będzie mowa w dalszej części tej pracy. Odczuwanie miasta jako czegoś nieznośnego w codziennym życiu mieszkańców powtarza się w pracach writerów z różnych krajów. Podważa się jego funkcjonowanie, proponuje odrzucenie w dokładnie takiej samej formule wypowiedzi, jak w odniesieniu do organizmu państwowa – *Fuck City!* (jak *Fuck the system!*) głosi napis na ścianie jednego z podziemnych przejść w Wilnie.

---

<sup>266</sup> Wszystkie cytaty w tym akapicie za: PSA 256-257 oraz <http://www.myspace.com/reskacz> (dostęp 6.06.2011).



Inaczej sprawę opresyjnego oddziaływania miasta na psychikę zamieszkujących go jednostek widzi graficiarz Krik. Jego charakterystyczny komiksowy człowieczek, umieszczony na licznych obiektach Trójmiasta i Warszawy, zawsze aktywny i pełen chęci do działania, to jakby reprezentant miejskiej zbiorowości. W jego grymasach i gestach odbijają się jej frustracje, przytłumione radości i nadzieje. Ludziki Krika służą także krytyce postaw społecznych, chuligańskich, na przykład, gdy „portretuje” dresiarzy. Wyśmiewa on także goniących za pieniędzmi i karierą biznesmenów oraz korporacyjne „białe kołnierzyki”. Podane przykłady dowodzą społecznej wrażliwości i niepowtarzalności działań graffiti i street artu, którego twórcy nie ustają w próbach poszukiwania nowych form przekazu w celu polepszenia warunków życia w mieście i ulżenia jego mieszkańcom – więzonom miejskiej infrastruktury, zagubionym w labiryncie ulic. Celem subvertisérów takich jak Krik jest pobudzenie aktywności społecznej przeciwstawiającej się zawłaszczaniu przestrzeni miasta przez różne instytucje oraz nadanie mu przyjaznego oblicza (Pigla, Rataj 2015, 66).

Prowokację kulturową można postrzegać, jak proponuje P. Zańko, „w kategoriach aktywizmu społeczno-politycznego, z mniej lub bardziej wyeksponowanymi elementami estetycznymi” (2012, 32, patrz również rozważania na ten temat na stronach 22-32), ale można ją także rozpatrywać jako zjawisko sztuki współczesnej. Jako rodzaj artystycznej strategii, a zarazem – jeden z przejawów subwersji, jest wpisana w działania twórców street artu w sposób oczywisty i naturalny. Walka na znaczenia, którą prowadzą uliczni aktywiści, na czele z Abramowskim, Fussem i Trzecią Fałą, stała się ważnym elementem polskiej samoświadomości, a sami artyści – realnymi obrońcami obywateli i strażnikami demokracji, bardziej skutecznymi, jak się wydaje, niż politycy. Czynią to niezależnie od siebie, ale suma ich aktywności przekłada się na większą moc pobudzania sił intelektualnych tzw. szarych obywateli, przechodniów zaskoczonych treściami na nowo „sformatowa-

nych” nośnikach reklamowych. Mające semantyczny charakter działania subwersywne na plakatach reklamowych, związane z wykorzystaniem różnych nośników i obiektów, nawiązujące z niesionymi przez nie komunikatami i kontekstami swoisty dialog kulturowy, są uznawane przez niektórych badaczy, na przykład N. Ganza, za nowy rodzaj graffiti określane jako *post-graffiti* lub *neo-graffiti* (2008, 374). Jego twórcy modyfikują zastane treści, tworząc nowy punkt widzenia na „zadany” temat. Te nowe, hybrydalne gatunki nie ingerują tak agresywnie w przestrzeń publiczną, jak klasyczne graffiti (głównie z obawy przed restrykcyjnymi działaniami stróżów prawa). Ich ważnym elementem jest rywalizacja streetartowców między sobą, oparta na oryginalności stylu, zastosowanych technikach i innowacyjnym podejściu do tematu<sup>267</sup>. Łagodząc inwazyjność form przekazu, nie rezygnują z kontestacji, zaskoczenia i dozy anarchizmu.

## 2. Działania performatywne jako wyraz gry kulturowej

Zwrot *performatywny* (*performative turn*), który – obok wizualnego – jest istotną częścią zmian kulturowych w naszych czasach (także jako określenie nowej perspektywy badawczej), doprowadził do wzmożenia działań artystycznych, które stanowią sposób na kreatywne zagospodarowanie przestrzeni publicznej. Uczestniczy w nich także street art, a jego twórcy starają się stworzyć intelektualną nadbudowę swej aktywności. Ich plany zakładają udział publiczności w konkretnych performansach; przyjmują one postać ekspresywnych praktyk kulturowych o charakterze eksperymentalno-konceptualnym.

Dla Pawła Kowzana (Dwaesha/2SH) rolą street artu jest „wielość zagospodarowania przestrzeni publicznej, od sztuki, przez aktywizm, dizajn, aż po reklamę”. Najlepszą formę dialogu z przypadkowymi widzami, zdaniem artysty, stanowią prowokujące ich i zapraszające do uczestnictwa działania performatywne, do których zalicza „atakowanie ulicy kolorami, plamami farby czy seriami przedmiotów”. Mają one na celu „sprowokowanie sytuacji, które w zetknięciu z «naturalnym użytkownikiem» danej przestrzeni mają potencjał uruchamiania dalszych, interesujących znaczeń, pytań. (...) Chodzi o zainfekowanie współuczestników danej przestrzeni, którzy zechcą się zaangażować, podzielą wątpliwość i/lub dostrzegą nową możliwość”<sup>268</sup>. Działania, jakie proponuje Kowzan, mają charakter artystyczny i praktyczny. Chodzi o nakłonienie decydentów do podejmowania racjonalnych decyzji administracyjnych, przyjaznych użytkownikom miejskiej przestrzeni. Stąd pomysł tabliczki z napisem *Podejdz i usiądź*, zastępującym urzę-

---

<sup>267</sup> Zob. <http://witryna.czasopism.pl/pl/gazeta/1002/1007/1020/> (dostęp 10.03.2012).

<sup>268</sup> Zob.: <http://www.dwaesha.free.art.pl/> (dostęp 10.04.2011).

dowy komunikat *Szanuj zieleni*<sup>269</sup>.

Inny billboard z reklamą stał się obiektem podobnej performatywnej akcji, która jest udaną kpina z nadgorliwości stróżów prawa jako wyrazicieli państwowej biurokracji. Napis z szablonu *Rzuc wszystko i chodź się całować* (PSA, 59), odbijając się w wodzie, był widoczny przez dziesięć minut. Tyle trwało zatrzymanie artysty przez straż miejską. W czasie wypisywania mandatu napis zniknął. Te i inne działania Kowzana, urealnijające rozumienie kultury jako przedstawienia, prowokują do intelektualnej i artystycznej aktywności. Ta podstawowa perspektywa *performative turn* pozwala dostrzec świat w widzialnym wymiarze, odbieranym sensualnie za pomocą zmysłów i wyobrażonym. Działania performatywne składają się do odkrycia jego ulotnej urody i uchwycenia piękna chwili przez człowieka w pełni wolnego, otwartego na wielorakie doznania. Korporacyjne reklamy – zdaje się mówić Kowzan – zabijają w ludziach ducha spontaniczności, manipulują i oglupiają, każą myśleć schematami, a właściwie sloganami, którymi się żywią.

Mimo „duchowych” skłonności artysta nie unika komentarzy dotyczących bieżących wydarzeń politycznych. Na słupach ulicznych latarni we Wrocławiu zawisł podczas lustracji w uczelniach wyższych w Polsce (rządy PiS-u) tekst przypisywany francuskiemu arcybiskupowi z Narbonne Arnaudowi Amaury (XIII w., okres wojen krzyżowych), *ZABIJCIE WSZYSTKICH! BÓG ROZPOZNA SWOICH* (PSA 61). Poddanie ścisłej kontroli sfery życia akademickiego w Polsce spotkało się z protestem środowisk naukowych, co znalazło odbicie w twórczości także innych artystów ulicy<sup>270</sup>.

Podobny w swym charakterze komentarz, dotyczący instytucji kontrolujących w nadmierny sposób nasze życie, Kowzan zamieszcza w serii podpisów umieszczanych pod atrapami urzędzeń wykonanego przez siebie „monitoringu”: *ONI WIEDZĄ* (PSA 61). Tworzy kartonowe atrapy kamer (projekt *Kamerki*, PSA 62), które rozlokowuje po kilka, kilkanaście w różnych miejscach, w których nie ma potrzeby monitorowania. Ich papierowe obiektywy kieruje we wszystkie strony świata, stwarzając wrażenie totalnej inwigilacji. W ten sposób dobitnie sugeruje, że żyjemy w społeczeństwie nadzoru, w którym na przykład żadna akcja artystyczna, na którą organizatorzy nie mają zgody odpowiedniego urzędu, nie będzie mogła być przeprowadzona. Daje do zrozumienia, że mieszkaniec miasta nie może normalnie żyć w warunkach wiecznej kontroli, pod okiem setek kamer i strażników. Broni jego prawa do zachowania prywatności, tak drastycznie ograniczanej w miejscach publicznych. Tym samym wyraża sprzeciw wobec nadmier-

<sup>269</sup> Jak wiadomo, w krajach zachodniej Europy trawnik służy także do siedzenia i leżenia, a nie tylko do podziwiania.

<sup>270</sup> Podobny w swym charakterze komentarz, dotyczący instytucji kontrolujących w nadmierny sposób nasze życie, zamieszcza 2SH w serii podpisów umieszczanych pod atrapami urzędzeń wykonanego przez siebie „monitoringu”: *ONI WIEDZĄ* (PSA 61).

nej ingerencji państwa w obszar wolności obywateli<sup>271</sup>.

Antymonitoringowe akcje Kowzana są polską kontynuacją działań performerów z inicjatywy Inwigilacja Monitoringu (Surveillance Camera Players), powstała w 1996 r. w Nowym Jorku. Swoje subwersywne przedstawienia sztuk takich autorów, jak George Orwell, Samuel Beckett czy Alfred Jarry odgrywali „pod nadzorem” inwigilujących publiczną przestrzeń kamer<sup>272</sup>. Oprócz tego ich działalność polegała na udawaniu zwykłych czynności – zakupów, chodzenia do pracy, tak, aby „nadzorcy” nie zorientowali się, że to tylko gra. W. J. Burszta dostrzega w tych i podobnych globalnych akcjach (największa miała miejsce w USA, Europie i Ameryce Łacińskiej w 2001 r.) inspiracje ideą przechwycenia (*sytuacjonizm*). Nazywa je „walką z wszechobecnym panoptikonem” (2011, 106), nawiązując do znanej koncepcji Michela Foucaulta, który w książce *Nadzorować i karać* (1975) porównał porządek i organizację życia współczesnego społeczeństwa do idealnego więzienia w układzie *panopticonu*. Umożliwiał on nieustanną i niezauważalną inwigilację więźniów przez nadzorców. Analitycy idei panoptyzmu w roli więźniów widzą zwykłych obywateli, a nadzorcy symbolizują wszechobecną i niewidzialną władzę (Foucault 2009). Zdaniem Zygmunta Baumana, *panopticon* jako nowoczesny system kontroli, narzucając dyscyplinę i jednolity sposób zachowania, był „bronią skierowaną przeciwko różnicy, wyborowi i różnorodności” (2008, 171), czyli właściwościom demokratycznego społeczeństwa i roli artysty jako wyziciela wolności.

Idea panopticonu pozostaje w relacji z pojęciem *hiperrealizmu*, który, wskutek szerzenia się cywilizacyjno-technologicznych zdobyczy, stwarza zagrażającą człowiekowi *hiperrzeczywistość*, czyli rzeczywistość bardziej rzeczywistą niż ona sama. Z tej perspektywy ciągle aktualne pozostają przekonania Jeana Baudrillarda, twórcy tych pojęć i koncepcji, rozwiniętych później przez Umberta Eco<sup>273</sup>, które zakładają, że żyjemy w nierzeczywistym hiperrealnym świecie (*simulacrum*), stworzonym przez system znaków, a wykreowanym przez media, co stanowi nawiązanie do teorii M. McLuhana, ujmującej świat jako globalną „medialną” wioskę

---

<sup>271</sup> Pierwowzorem dla graficiarzy, nie tylko polskich, był Banksy, który namalował na ścianie kamienicy ogromny napis *ONE NATION UNDER CCTV* ‘jeden (pewien) naród pod władzą telewizji przemysłowej’ (w samej pracy „maluje” go chłopiec stojący na wirtualnej drabinie). Obok kilka prawdziwych kamer lustruje przestrzeń, a scenę malowania „obserwuje” wyobrażony w typowym dla bristolskiego writera stylu policjant z psem. Wrażenie totalnej inwigilacji potęguje sąsiedztwo realnego ogrodzenia, wyglądającego jak więzienne kraty.

<sup>272</sup> Podczas wystawiania sztuki *Ubu Król* czyli *Polacy* Jarry’ego interweniowała policja i zamknęła przedstawienie. Zob. <https://eyebeam.org/people/surveillance-camera-players>, dostęp 10.09.2015 r.

<sup>273</sup> Dla Eco przykładami oddziaływania filozofii hiperrealizmu są wszelkiego rodzaju imitacje: holografia, rekonstrukcje w rodzaju bożonarodzeniowej szopki, azteckiego placu czy salonu z początku XIX w. w naturalnej skali, ekspozycje figur woskowych, kiczowate trójwymiarowe reprodukcje znanych dzieł, zamki-imitacje Hearsta, disneylandy itp. Badacz uznaje te „dzieła”, chytrze wykorzystujące prestiż sztuki, za fałsz na naturze, pokarm duchowy dla „ubogich”, a samo dążenie do *real thing* uważa za przejaw potrzeby nowej hiperrealności (1996, 11-73).

(Baudrillard 2005). Pozostaje pytanie, czy street art postępuje podobnie jak nowa postmodernistyczna sztuka, która – jeśli przyjąć interpretację Frederica Jamesona – dokonuje „przekształcania rzeczywistości w obrazy oraz rozdrobnienia czasu na serie wiecznych *teraz*” (1996, 213). Przez to, jak można dopowiedzieć, wpisuje się w Baudrillardowski paradygmat hiperrealizmu, którego idea szerzy się we współczesnym świecie, co by, z kolei, potwierdzało hipotezy wysunięte przez Eco.

Streetartowcy raczej zaprzeczyliby podobnym interpretacjom, uznając, że ich działania nie mają nic wspólnego z hiperrealizmem, a oni walczą z całkowicie realnym „panoptycznym charakterem władzy” (Gunia 2012, 7), usymbolizowanym przez systemy monitoringu oraz z mediami, które „mnożąc obrazy, nadają miastu, a dokładniej – ulicy, status hiperrealności” (Dzionek 2005, 103). Ich z lekka anarchistyczne akcje są wyrazistym sposobem walki z szeroko rozumianą władzą, kontrolującą coraz częściej – także poprzez system nakazów i zakazów – prywatną sferę człowieka. W tym dziele jednym z działań performatywnych, niewyszukany, ale skutecznym, gdyż przyciągającym uwagę, jest prowokacyjne, jednak oszczędne posługiwanie się wulgaryzmami<sup>274</sup>.

Przy całej odwadze podejmowanych akcji, zagrożonych sankcjami ze strony służb porządkowych, współczesny polski street art przestaje być anonimowym i ciągle wolnym głosem młodego pokolenia. Autorzy graffiti, plakatów, naklejek i innych form przekazu dojrzeli artystycznie, wielu studiuje lub kończy akademie sztuk plastycznych, dlatego chcą być rozpoznawani i kojarzeni ze swymi pracami, nie mówiąc już o zarabianiu na nich. Można także mówić o ich dojrzałości politycznej i społecznej, ujawniającej się w ich twórczości, na co nie brak przykładów w tym opracowaniu. Wiele wypowiedzi i działań artystycznych cechuje pełna świadomość celów i zadań, jakie sobie stawiają jako autorzy sztuki zaangażowanej społecznie oraz – co ważne – dobry warsztat artystyczny. W ich poglądach na rzeczywistość nie ma ksenofobii, szowinizmu, treści obscenicznych czy powielania krzywdzących stereotypów narodowościowych, jak to się zdarzało w przeszłości. Przyjmują aktywną i pragmatyczną postawę wobec świata i jego problemów<sup>275</sup>. W odpowiedzi na słabnące strategie – bardziej instytucjonalnego niż społecznego oporu wobec artystycznych działań street artu, jego twórcy przyjmują coraz czę-

<sup>274</sup> Przykładem niech będzie akcja, polegająca na tym, że 15 i 16 listopada 2003 r. w siedmiu polskich miastach równocześnie aktywiści nakleili na wielu billboardach – reklamujących jakiś produkt, a zainstalowanych przy głównych trasach komunikacyjnych – wlepy formatu A2 z podpisem *i chuj*. Stanowił on akt ostentacyjnej obojętności i szyderstwa wobec treści reklam. Zderzając ze sobą przeciwstawne treści, starali się odsłonić perswazyjno-manipulatorską funkcję przekazu reklamowego: „Niejednokrotnie oba napisy – hasło reklamowe i nasz dodatek – zestawione ze sobą tworzą nowe i ciekawe konteksty ich wspólnego odczytania (interesujące z semantycznego punktu widzenia), obnażając przy tym retorykę i stylistykę języka reklamy”. Potraktowali swe działania jako rodzaj happeningu, który miał zwrócić uwagę otoczenia na „indoktrynację reklamową”. Zob. <http://poland.indymedia.org/pl/2003/11/3074.shtml>, dostęp 12.03.2012 r.

<sup>275</sup> W przeszłości polskie graffiti, jako inicjator nowej sztuki ulicy, było pełne negatywnych zachowań i przekazów, a sami graficy przyjmowali przy tym bierną postawę wobec świata (Sawicka 1998).

ściej postawę ofensywną. Atakują społeczną świadomość nowym podejściem do sztuki i jej prospołecznych funkcji.

Do podstawowych strategii sztuki ulicy w zakresie odzyskiwania i oswojania przestrzeni publicznej (rzadziej chodzi o jej symboliczne zawłaszczenie) należy zarówno bezpośrednie i dosłowne komunikowanie przekazów medialnych, jak i, znacznie częstsze, działania bardziej wyszukane, te o charakterze subwersywnym. Dzięki nim artyści dokonują rekodowania oficjalnych znaków, nadając im ironiczno-parodystyczny wydźwięk. Te nowoczesne i nośne w znaczenia strategie znajdują wyraz w antyreklamach (wykorzystujących często język reklamy), anty-sloganach, antyprzysłowiach i parafrazach przysłów, instalacjach, performansach i happeningach, w prowokacji, żarcie, kontekstowo zastosowanym wulgaryzmie.

### 3. Relacje między słowem a obrazem jako forma dyskursu kulturowego

Człowiek komunikuje się z otoczeniem na różne sposoby: słowem, ciałem, gestem, mimiką, dźwiękiem, a także za pomocą symboli graficznych, piktogramów, obrazów i, szerzej, sztuki. Spośród nich za podstawowy, ciągle najważniejszy sposób przekazu i porozumiewania się, jest uważana komunikacja werbalna. Mówimy o języku, o tym, co niosą słowa (oraz cyfry), ale zapominamy, że obraz to także jest język, najbardziej naturalny język, jakim włada od zarania dziejów człowiek. Żyjemy w erze cywilizacji obrazkowej<sup>276</sup>, chociaż może lepiej, ze względu na ujemne konotacje tego wyrażenia, używać innego, neutralnego – cywilizacja obrazu, jak powiedziano we *Wstępie*, lub *kultura obrazu*. Te określenia zdomowały się już w terminologii nauk społecznych i kulturoznawstwie.

Jak stwierdza filozof jezuita Wojciech Żmudziński, dodatkowym uzasadnieniem dla takiego podejścia jest fakt, że kultura obrazu jest w cywilizacji Zachodu, jak i Wschodu, głęboko zakorzeniona. Wschód przez całe wieki w ikonach zawierał sens i istotę życia. Chrześcijański Zachód znajdował je w traktatach i przypowieściach ewangelicznych, które są historiami w pierwszej kolejności przeznaczonymi dla oczu, a w drugiej – dla myśli. Bóg stworzył człowieka na własny obraz i podobieństwo – mówi Księga Rodzaju (I, 26), a człowiek starał się czynić ów wizerunek najbardziej doskonałym. Obraz jest najbardziej naturalnym językiem człowieka, a kultura obrazu jego szansą, dlatego postulaty, aby w procesie edukacji wykorzystywać obrazy i „mówić obrazowo” należy traktować poważnie. Kultura

---

<sup>276</sup> Badacze konstatujący „zalew kultury obrazkowej” opisują negatywne przejawy działalności wizualnej, funkcjonujące w kulturze popularnej i wieszczą upadek znaczenia słowa w naszych czasach. Przeglądu stanowisk na ten temat dokonała Bożena Jarosz, podkreślając potrzebę dbałości o jakość kultury obrazu i jego estetykę, zwłaszcza kiedy jest kierowany do uczniów, zob. [www.up.krakow.pl,ktime,ref2004,jarosz.pdf](http://www.up.krakow.pl,ktime,ref2004,jarosz.pdf), dostęp 10.02.2014 r.



obrazkowa nie jest zła, a obrażanie się na obrazy to jakby negowanie potrzeby używania języka (Żmudziński 2001). Obraz od samego momentu pojawienia się w ludzkim świecie pozostawał w ścisłym związku z rzeczywistością opanowaną przez człowieka, a samego pojęcia obrazu nie można wywieść ze sztuki, co najwyżej można zadać pytanie: „w jaki sposób zmieniły się obrazy, gdy wkroczyły w kontekst sztuki” (Belting 2007, 44).

Patrząc z tej historycznej i religijnej perspektywy, należy uznać, że konflikt między słowem a obrazem w dzisiejszej kulturze jest niepotrzebny i wręcz pozorony. Zamiast mówić o zalewie kultury i literatury obrazkowej (triumf kina, telewizji, komiksu, wszelkiego rodzaju wydawnictw albumowych), lepiej pogodzić się z faktem, że mówienie obrazem, często w koegzystencji z komunikatem słownym, stało się w naszych czasach bardzo ważną, jeśli nie dominującą formą komunikacji. Twierdzenia Giovanniego Sartoriego, że człowiek naszych czasów rezygnuje z myślenia na rzecz biernego konsumowania telewizyjnych i internetowych obrazów (2007, 11), mają arbitralny charakter i nie wytrzymują krytyki, jeśli wziąć choćby pod uwagę żywiołowy rozwój internetowej blogosfery.

Hegemonia obrazu we współczesnej kulturze i nowych mediach stała się faktem<sup>277</sup>, ale niekoniecznie owa wizualna rewolucja oznacza zagrożenie dla procesów percepcji i myślenia. Coraz więcej faktów przemawia za tym, że współczesny człowiek jest zarówno *homo sapiens*, jak i *homo videns*, czyli istotą, która od przekazu wyłącznie werbalnego, zwłaszcza w postaci książki, woli wizualno-werbalny – telewizję i film. Koncentruje się na obrazie, ale słowo nadal ma dla niego równie duże znaczenie, choć raczej w postaci dźwiękowej (mówionej), a nie pisanej. Paradoksalnie, słowo zajmuje najwięcej przestrzeni w popularnych serialach i telenowelach, w których obraz i wątkowa akcja stają się jedynie dodatkami do dialogów, choć ich jakość, jeśli wziąć pod uwagę refleksyjność przedstawionych wątków i poziom literacki, pozostawia niejednokrotnie sporo do życzenia.

W publicznej przestrzeni miasta wyrazem dominacji przekazu werbalno-wizualnego jest reklama oraz kompozycje graficy i streetartowców. Zajmijmy się nimi w odniesieniu do ikonosfery Bydgoszczy, starając się wyłuskać z umieszczonych na murach komunikatów zawarte w nich przekazy. Wykonane przez uczestników projektu city2city/c2c prace *Ptasiek (Birdy)*, *Śniadanie mistrzów (Breakfast of Champions)* i *Olbrzym* znajdują się na murach kamienic i bloku w obrębie ścisłego centrum Bydgoszczy (ulice 3 Maja i Piotra Skargi), choć obok reprezentacyjnych traktów (Stare Miasto, ul. Gdańska). Te murale dobrze się zadomowiły w labiryncie ulic. Nie tylko oswiająją śródmiejską przestrzeń, ale stanowią zagadkę intelektualną, proponując spieszącemu się przechodniowi zatrzymanie się, spokojny ogląd dzieł i wartą zadumy refleksję, wymagającą w niektórych przypadkach odczytania relacji między obrazem a towarzyszącym mu napisem.

<sup>277</sup> M. Szpunar twierdzi wręcz, że „wiek XX, w którym nastąpiła eksplozja fotografii i filmów, wyniósł obraz na piedestał” (2008, 105).

Wyrazistym przykładem czasami zawiłych relacji, jako powstają między słowem a obrazem w miejskiej przestrzeni jest mural, który przez aktywistów ze stowarzyszenia Las i współpracujących z nimi streetartowców został ochrzczony mianem *Olbrzym*. Jest to dość zagadkowa w swym symboliczno-alegorycznym charakterze kompozycja. Przedstawia ona wyolbrzymioną głowę-twarz człowieka z wybałuszonymi oczami, wydętymi czerwonymi policzkami, przekrwionymi uszami i otwartymi ustami, w które wetknięto zapaloną żarówkę. Połączony z nią wijący się węzowato przewód prowadzi najpierw do ogromnego napisu *Zamilcz*, utrzymanego w formie imperatywnej, a następnie do biblijnej, co do genezy i treści, inskrypcji *SSSŁOWO BYŁO NA POCZĄTKU* (prowokacyjnie odwrócony cytat z *Prologu* Ewangelii św. Jana *Na początku było Słowo* plus potrojona onomatopiecznie litera *s* naśladująca syczenie węża).



Trudno jednoznacznie przesądzać o treści przesłania, jakie zawarł w tej wizualno-słownej kompozycji autor/autorzy. Jedną z możliwych interpretacji jest domniemanie, że chodziło o „oświecenie” współczesnych, protest skierowany przeciwko pustosłowiu, inflacji słowa, zwłaszcza w mediach, które to zjawiska są niewątpliwie znakami naszych czasów (pomimo dominacji obrazów). Carlo Martini przytacza w swej książce (1998) wypowiedź papieża Pawła VI, który stwierdził, że właśnie pustosłowie stało się przyczyną klęski cywilizacji słowa i ułatwiło powszechny proceder manipulacji sumieniami przez ludzi odpowiedzialnych za treść publicznych wypowiedzi. Paweł VI wierzył w wartość słowa, zwłaszcza opatrzonego sankcją Bożą, czemu dał wyraz w swej adhortacji apostoelskiej z 1975 r. *Evangelii nuntiandi*: „Wiemy, że dzisiaj ludzie są już przesyleni mowami, bardzo często znudzeni słuchaniem, a co gorsza, nieczuli na słowa. Znamy też zdania

wielu socjologów i psychologów, którzy utrzymują, że cywilizacja słowa, jako nie-skuteczna i nieużyteczna, już się przeżyła, a obecnie następuje nowy styl życia, cywilizacja obrazu. Jednak niechęć, wywołana dziś nadmiarem pustych mów, i aktualność całkiem innych form przekazu społecznego nie powinny osłabić mocy słów, ani odebrać im zaufania. Słowo zawsze posiada swą wyższość i skuteczność, zwłaszcza gdy niesie ze sobą moc Bożą<sup>278</sup>.

Jako jeden z pierwszych Paweł VI przeciwstawiał się konfrontowaniu kultury audiowizualnej i kultury obrazu z kulturą słowa i książki, uważając, że jedynie mądre, pozbawione intencji manipulacji używanie i słowa, i obrazu zarazem pomoże propagować i realizować najważniejsze wartości, służyć wychowaniu nowych pokoleń. Szacunek dla słowa, które potokami wylewa się z mediów każdego dnia i atakuje odbiorców, to postulat oczywisty, ale trudny do zrealizowania w erze globalnej komunikacji.

Relacje między słowem a obrazem nie zawsze przyjmują postać filozoficznych dywagacji, są „jedynie” interesującym połączeniem obu elementów kompozycji malarskiej, ale niepozbawionym ukrytych znaczeń. Często graficiarskie malowidło jest inkrustowane pojedynczymi słowami, podpisami lub krótkimi frazami o rozmaitym charakterze i funkcji. Warto się przyjrzeć, czemu owe skojarzenia słowa z obrazem służą i zastanowić, w czym się wyraża ich intertekstualność. Jako „stylizacja, polegająca na stworzeniu układu odniesienia (kontekstu kulturowego) dla danego tekstu” (Zdunkiewicz-Jedynak 2008, 189), należy ona do ulubionych strategii streetartowców, a zwłaszcza graficiarzy. W niektórych przypadkach relacja pomiędzy obu sferami znaczeniowymi, wizualną i werbalną, niosąca ową intertekstualność w sposób niezwykle wyrazisty (na przykład w internetowych memach), przyjmuje postać pewnej niezgodności słowa z obrazem, a także z miejscem, w którym dana kompozycja się znalazła. Owa nieprzystawalność ujawnia się, na przykład, w konfliktowym zestawieniu obiektu sztuki z otoczeniem miejsca, w którym powstał i samym tłem dzieła. Na przykład portretowi pięknej dziewczyny, namalowanemu na jednym z bydgoskich garaży w dzielnicy Bartodzieje przez streetartowca o pseudonimie Mateusz Bamski, towarzyszy wykonany fantazyjnie i umieszczony w centralnym miejscu, dobrze widocznym z głównej ulicy, napis-aforyzm Cammille’a Pissarra *Wszystko jest piękne, wystarczy tylko umieć spojrzeć*<sup>279</sup>. Treść i formę napisoobrazu należy odnieść do miejsca, w którym go umieszczono – garaż jest obskurny, a widniejące w tle blokowisko też niepiękne, choć widniejąca tu i tam zieleń osłabia negatywne odczucia. Mimo to jakaś przewrotna odpowiedniość tych elementów miejskiego krajobrazu względem wyrażonej myśli jednak się pojawia.

---

<sup>278</sup> Zob. [http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/pawel\\_vi/adhortacje/evangelii\\_nuntiandi.html](http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/pawel_vi/adhortacje/evangelii_nuntiandi.html), dostęp 12.05.2012.

<sup>279</sup> Poprzedza go w oryginale następująca fraza: „Szczęśliwi ci, którzy widzą piękno w miejscach zwykłych, tam gdzie inni niczego nie widzą”.



W internecie można znaleźć inne zastosowania przywołanego aforyzmu<sup>280</sup> – najczęściej łączony jest on z fotografiami zabytkowych budowli, nadgryzionych zębem czasu. W tych przypadkach treść frazy w pełni harmonizuje z obrazami obiektów, które utraciły swą pierwotną świeżość, ale zachowują architektoniczną urodę. W przypadku omawianej kompozycji dobrze spełnia swoją rolę naturalna rama (choć niepełna), którą stanowi u góry występ dachu, na dole zaś niewysoki murek. H. Belting przytacza stwierdzenie Lwa Manovicha, że „rama – ograniczając ową symboliczną jednostkę spojrzenia, jaką jest obraz malarski – stwarzała u widza iluzję opanowania percepcji świata” i dodaje, że ów miał wobec niego poczucie suwerenności (2007, 56). Jeszcze bardziej, jak można sądzić, utwierdza w obserwatorze to poczucie brak owej ramy, jak w przypadku murali, choć tu należy mówić o ramie symbolicznej, która też w jakimś stopniu organizuje przestrzeń postrzegania i odczuwania. Szczątkowe istnienie ramy lub jej brak, jeśli chodzi o inne kompozycje streetartowe czy graficiarskie, na przykład na wagonach lub ogrodzeniach, nie tylko poszerza przestrzeń wolności u artystów i widzów, ale także powoduje, że obraz bezkonfliktowo „zamieszkuje”, na krótszy lub dłuższy okres, w otaczającej go rzeczywistości, stając się jej integralną częścią i oddziałując na otoczenie.

Treść i forma obrazów i słów w bydgoskiej sztuce ulicy przenikają się wzajemnie, czasem „wspierają się”, częściej jednak „dyskutują” ze sobą, zachowując wobec siebie ironiczny dystans, lub wręcz się ze sobą „kłóć”. Relacje pomiędzy elementami kompozycji wykazują więc daleko idące zróżnicowanie i stopień zharmonizowania. W zasadzie, nie da się w ich przypadku powiedzieć o pełnej

<sup>280</sup> Obok poważnych są prześmiewcze, np. rzeczona fraza towarzyszy portretom polityków – zob. [http://www.dailymotion.com/video/xwvzgc\\_wszystko-jest-piekne-wystarczy-tylko-umiec-dobrze-spojrzec-camille-pissarro\\_news](http://www.dailymotion.com/video/xwvzgc_wszystko-jest-piekne-wystarczy-tylko-umiec-dobrze-spojrzec-camille-pissarro_news), dostęp 10.04.2015 r.

zgodności słowa i obrazu. Ten stan rzeczy zmusza do refleksyjnego podejścia do artystycznych dokonań tych graficiarzy, którzy łączą oba tworzywa, gdyż zawierają one często różnorakie odniesienia kulturowe, usytuowane dyskursywnie. Drugi wniosek dotyczy intertekstualności tak pomyślanych przekazów, która je wzbogaca o nowe lub o nowo odczytane treści i konteksty, czasami pełne przekory, ironii i ducha kontestacji. Trzecia cecha napisoobrazów to ich swego rodzaju multimedialność. Obraz skojarzony w różnoraki sposób ze słowem tworzy kompozycję, która – umieszczona w określonym obszarze ikonicznej przestrzeni miasta – przyciąga uwagę i zmusza do myślenia. Taki sposób kreacji współgra ze sposobem postrzegania świata przez społeczeństwo cywilizacji obrazu. Artyści street artu przekonują swoją twórczością, że kultura obrazu i kultura słowa, oddając w zgodnej koegzystencji stan ducha współczesnego człowieka w postmodernistycznej rzeczywistości, mogą się także zjednoczyć w dziele jego artystycznej edukacji.

Inne murale zawierają nieco bardziej stonowane, jeśli chodzi o barwy i przedstawienia, odnoszące się do uznawanej za kultową literatury o szczególnym, pokoleniowo-buntowniczym charakterze. Pierwszy z nich jest graficiarską ilustracją do *Ptaśka* Williama Whartona (stanowi także nawiązanie do filmu Alana Parkera pod tym samym tytułem, ang. *Birdy*), z naciskiem na określenie „graficiarska”. Jak wiadomo, powieść Whartona opowiada o młodym człowieku, który dzięki obsesyjnej miłości do ptaków potrafi uciec od ponurej rzeczywistości szpitala psychiatrycznego (znalazł się w nim po traumatycznych przeżyciach wojennych), realizując, przynajmniej przez chwilę, swoje marzenia o miłości i wolności, o szaleństwie i pięknie. Widok człowieka, który jak ptak przycupnął na gałęzi drzewa, szykując się do lotu, jest niezwykle wymowny, gdyż został on przedstawiony w otoczeniu ponuro sterczących kominów fabrycznych, słupów energetycznych i anten satelitarnych, wśród których to obiektów co bardziej wrażliwy mieszkaniec miasta może się poczuć podobnie zniewolony jak pacjent szpitala psychiatrycznego<sup>281</sup>. W tym malowidle i jego stylistyce dostrzec można, jak mówią graficiarze, „jamowe” podejście<sup>282</sup>, czyli pełną swobodnej improwizacji, ale przy tym bardzo wyrazistą, graficzną interpretację wątku wewnętrznej wolności człowieka, który stara się uciec z miejskiej dżungli i labiryntu ulic, poszukując bratnich dusz (dwa z przedstawionych ptaków mają w połowie ludzkie i w połowie ptasie oblicza). Odszukanie słowa w tym alegorycznym obrazie nie jest łatwe. Umieszczony w prawym dolnym rogu duży napis *Ptasiek* został wystylizowany przez jednego z autorów muralu w sposób bardzo wyrazisty, ale nieczytelny dla przeciętnego obserwatora i przypomina bardziej graficiarski tag niż imię głów-

<sup>281</sup> Jedna z mieszkanki kamienicy stwierdziła, że obraz ją „rozstraja” (zob. wywiad Screwballa z M. Płocharczykiem, *Nie tylko graffiti*, „Moment” nr 43, wrzesień 2009, 27-28).

<sup>282</sup> M. Płocharczyk malowanie murali w centrum miasta nazwał „wchodzeniem w przestrzeń publiczną”, „w duży format” – z garaży, zaułków, uliczek. Chodziło o protest wobec skomercjalizowania owej przestrzeni przez „moločy”: „duże korpory wchodzą i robią, co chcą”. Projekty uzgadniano z mieszkańcami (jw.).

nego bohatera.



Trzeci z prezentowanych murali ma podpis *Śniadanie mistrzów* i dzięki temu widz ze swoją wiedzą, wyobraźnią i potrzebą konceptualizacji zostaje odesłany do tak samo zatytułowanej, znanej powieści amerykańskiego powieściopisarza Kurta Vonneguta. Twórczość tego zmarłego w 2007 r. twórcy ma w sobie ducha postmodernistycznej prowokacji i reprezentuje czysto surrealistyczne podejście do rzeczywistości. Vonnegut lubił bawić się formą, przeplatać konwencje literackie i kpić z czytelnika, wciągając go w różne intelektualne pułapki. Coś z tego ducha przekornej prowokacji jest w malowidłach twórców street artu. Mural przedstawia głównego bohatera tej powieści – wyobcowanego i niespełnionego pisarza Kilgore’a Trouta. Można by zadać pytanie: dlaczego graficiarzom bliskie są takie postacie, jak Ptasiek czy Trout. Być może dlatego, że – podobnie jak bohaterowie

filmów *Wholetrain* czy *Birdy* – czują się, przynajmniej niektórzy z nich, wyobcowani ze społeczeństwa i wyjęci z normalnego funkcjonowania w życiu rodzinnym. Zauważmy, co tak naprawdę konsumuje na śniadanie mistrz pióra – są to przecież trójwymiarowe elementy graficiarskiej kompozycji. Utożsamienie artysty słowa z artystą obrazu jest symboliczne, a stoi za nim marzenie o życiu w warunkach nieskrępowanej niczym swobody twórczej.



Grafciarze nie zawsze tak poważnie podchodzą do kwestii równoczesnego wykorzystania słowa i obrazu w swych pracach. Czasami znajomość lektur szkolnych, w tym przypadku opowiadania Ernesta Hemingwaya *Stary człowiek i morze*, wykorzystują do przypomnienia ogranych żartów z podtekstem erotycznym. Jednym z zadań graffiti jest przecież realizacja funkcji ludycznej – uzyskana w tym przypadku dzięki homonimicznej grze znaczeń wyrazów „morze-może”. Żarty rysunkowo-słowne pojawiają się dość często na murach.



Literackie, a właściwie poetyckie, pochodzenie ma napisoobraz widniejący na jednym z murów w śródmieściu Bydgoszczy, który jest trawestacją tytułu wiersza Leopolda Staffa *Patrz na te chmury...*<sup>283</sup>. W wersji graficiarskiej brzmi przewrotnie: *Patrz na te ch... mury*. Zwrócenie uwagi na brzydotę niektórych bydgoskich budowli, a nie na urodę chmur, stanowiło cel autora malunku. Uzyskał go dzięki grze słownej, której towarzyszy efekt komiczny, choć z użyciem wykropkowanego częściowo wulgaryzmu, czyli wyrazu silnie nasyconego negatywną ekspresją. Efekt został osiągnięty w prosty sposób: przez podzielenie wyrazu *chmury* na dwie części – każda została przy tym obdarzona własnym znaczeniem – i przeniesieniem wielokropka w nowe miejsce<sup>284</sup>.

Graffiti zawierające odniesienia literackie oparte jest na założeniu, że odbiorca zna przywoływane wizualnie dzieła oraz kontekst historyczny i społeczno-kulturowy, jaki towarzyszył twórczości Hemingwaya, Vonneguta, Whartona czy przekazom ewangelistów. Kieruje swe przesłanie do obserwatorów inteligentnych i odczytanych, ale trudno oprzeć się wrażeniu, że w przypadku tzw. szarego mieszkańca miasta owa aluzyjność trafia w próżnię.

<sup>283</sup> Na to skojarzenie zwrócił w internecie uwagę niejaki paletz (patrz: fotoblog by paletz, dostęp 3.03.2012.

<sup>284</sup> Imię i nazwisko Leopold Staff stało się przedmiotem nadużyć w przekazach sub- i podkulturowych. Tym mianem nazywa się środowiska narkomańskie, w których slangu funkcjonuje nazwa *Leopold Staff* jako fonetyczny odpowiednik angielskiego określenia, m.in. narkotyków, *stuff* (czytaj: staf).



Z kulturowego krajobrazu Bydgoszczy (podobnie jak z innych miast), zniknęło pełne podtekstów i aluzyjnych odniesień graffiti polityczne, widoczne na murach w okresie tzw. wydarzeń/prowokacji bydgoskiej (1980–1981). Wtedy dominowały napisy i wlepki o treści *telewizja kłamie; media kłamią; uwolnić...* . W pierwszej dekadzie XXI w. pojawiały się jeszcze sporadycznie komunikaty w rodzaju *Czczenie wybacznaj bezczynność* lub *Szansa na dialog społeczny – powszechny strajk generalny*, obecnie ich brak. Nie ma także graffiti o treści obyczajowej (typu licznych wcześniej napisów w rodzaju  $X+Y=WM$ ) i związanego z mieszkającymi tu przed II wojną światową mniejszościami narodowymi (Niemcy i Żydzi) oraz – ogólnie – z historią miasta<sup>285</sup>. Są tylko malowane przez „kiboli” szubienice z powieszoną gwiazdą Dawida jako wyraz nienawiści wobec przeciwników.

---

<sup>285</sup> Pisze o tym, podając przytoczone przykłady, J. Lindner, który konstatuje, że nieobecność tematyki politycznej na murach jest zapewne spowodowana faktem ich eksponowania w „innych kanałach”, zwłaszcza w nowych mediach (2008, 342-343).



CZĘŚĆ SZÓSTA

**Znaczenie graffiti i street artu  
we współczesnym świecie i w kulturze**



## 1. Nowa sztuka miasta

Z punktu widzenia socjologii kultury sztuka jest zjawiskiem społeczno-kulturowym, czyli pozostaje zawsze elementem życia społecznego, wpływając na nie, choć nie można zapominać, że istnieje także odwrotna relacja: społeczeństwo wpływa na sztukę. Zatem, każdy fakt artystyczny jest faktem społecznym, choć nie pozostaje nim wyłącznie (Golka 2007, 268-269). Sztuka ulicy jest wyrazem postaw i przekonań młodego pokolenia, a także wrażliwości estetycznej samych twórców, nawet jeśli działają w obrębie konkretnej grupy artystycznej lub wyopowiadają się w imieniu całej graficiarskiej wspólnoty. Jako środek komunikacji ma charakter raczej monologowy niż dialogowy i coraz rzadziej wchodzi w dyskurs ze społeczeństwem, jeśli jednak poszczególne akty twórcze i ich materialne konkretyzacje uznać za próbę podjęcia takiego dialogu, to trudno mówić o jego zaniku.

Wydaje się, że współcześnie mamy raczej do czynienia, nie tylko zresztą w Polsce, z niechętnym podejściem młodych twórców do prowadzenia dialogu w przestrzeni publicznej. To zjawisko nie dziwi, jeśli uwzględnić opinie młodego pokolenia przytłoczonego realiami życia w powstającej dopiero demokracji, przy jednoczesnej presji kapitalizmu, który w Polsce, oprócz wzrostu gospodarczego, zrodził także emigrację zarobkową i zjawisko prekariatu, dorywczej pracy na umowach „śmieciowych” i życia bez perspektyw. Młodzi, podejmując różne działania, przedstawiają na różnych forach indeks życiowych problemów, ale nie wierzą w ich rozwiązanie i nie oczekują porad. Dotyczy to nie tylko osób praktykujących malowanie na murach miasta, ale także innych uczestników tej samej młodzieżowej kultury – hip hopu. Pesymizm przenika, na przykład, wypowiedź rapera Łony, którą można potraktować jako manifest buntu, ale równocześnie – akt pokoleniowej samokrytyki (z dużą dozą autoironii):

*Spytaj o pensje, powiemy chętnie, o tych trzech czy czterech trzystu wręcz  
I że nam fiskus tyle zabiera, że ledwo wystarcza na wystrój wnętrz  
Zapytaj nas o kredyt, mamy tu pasmo przeżyć wartkich  
Zapytaj ile kosztuje by śledzić jak nam rośnie w siłę frank szwajcarski  
Spytaj nas jak się mieszka, spytaj o koszty ciepła  
I czy oświetla nasze okna słońce rano, spytaj o metraż  
Spytaj o pracę, czy ona perspektywy nam dała  
Zapytaj nas ile to czasu trzeba żeby tam dostać awans  
Spytaj nas o ostatni melanż, czy może szerzej – weekend  
Czy był relaks, czy też może było jak zwykle mocno pite  
Spytaj o muzykę, nie ma w niej dla nas zjawisk obcych  
Zapytaj nas o nowy trend, a chętnie powiemy tobie o znacznie nowszym*

*Spytaj nas o znajomych, to cię zgubi, bo jest ich  
Dwa tysiące czworo, a każde z nich lubi to, wierz mi  
Dowiedz się od nas więcej, o tym, co pod napięciem, co jest w cenie  
Zapytaj nas o wszystko niemal, z takim zastrzeżeniem, że...*

*Nie pytaj dokąd i skąd, nie pytaj dokąd i skąd idziemy  
Nie pytaj nas o przeszłość, jakbyś nie wiedział, że nie było nic przed nami  
Nie pytaj o przyszłość, bo nawet jutro jest czymś, co niknie w dali  
Nie pytaj o świat, o ludzi, o sedno, czy bo ja wiem, o deficyt  
Nie pytaj nas o nic, co nas bezpośrednio nie dotyczy  
Nie pytaj nas o miłość, mamy to przeciwiczone,  
Bo to pokolenie ją zgubiło na melanżu razem z telefonem  
Nie pytaj o pustkę, nie pytaj o strach gdzieś w nas ukryty  
Widzisz, od tych pytań jest nasz psychoanalitik  
Nie pytaj o słowa. Nie wiesz? Niedopatrzenie  
Znamy wprawdzie cztery języki, ale są to obraz, ruch, rytm i brzmienie  
Nie pytaj o ciszę, nie sprzyja nam ta cisza nijak  
Co niedługo pojdziesz, bo z natury lubimy drzeć ryja  
Nie pytaj o życie, o sens, o żadną z tych dziedzin  
Nie pytaj co w nas siedzi, **to raczej nie jest pokolenie odpowiedzi** [podkreślenie – WM]  
Nie zadawaj nam pytań, w których problem czyha, bo, kto wie, co wzniesiesz  
A jeśli już musisz, zapytaj nas, co słyszeć (aaa, jakoś leci)  
I tylko nie pytaj dokąd i skąd, nie pytaj dokąd i skąd idziemy  
Łona, Nie pytaj nas*

Zdaniem rapera, oprócz obiektywnych trudności systemowych, dialog unie-  
możliwiają znane plagi współczesności, którym ulegają młodzi, czyli: konsump-  
cjonizm, skupienie na dobrach materialnych i niecierpliwość w ich zdobywaniu,  
sprowadzenie przyjaźni do przypadkowej znajomości w internetowym serwisie  
społecznościowym, powierzchowna znajomość języków obcych, unikanie waż-  
nych tematów. Dialog stał się niepożądany również z tego względu, że sztuka graf-  
fiti i street art są – mimo grupowych praktyk – wyrazem indywidualizmu, przy-  
mującego czasami postać cichego buntu, który jest kierowany przeciwko kon-  
serwatywnym zasadom i nawykom większości społeczeństwa. Niemniej, mimo  
tych skłonności do przekazów monologowych, malowanie na ulicy umożliwiło  
młodemu Polakom, podobnie jak ich rówieśnikom w wielu innych krajach świata,  
wypowiadanie się w ważnych sprawach społecznych i politycznych. Tym samym  
wykorzystana została możliwość przekazywania starszym pokoleniom tego, co  
boli młodych, o czym marzą, do czego zmierzają. W tym kontekście warto zwró-  
cić uwagę na inną część tej wypowiedzi: *Znamy wprawdzie cztery języki, ale są to  
obraz, ruch, rytm i brzmienie*. Wyeksponowanie elementu obrazu jako języka  
młodych, obok pozostałych oddziałujących intensywnie na zmysły, jest znaczące.

Choć Łona jak mało który polski raper ma dużą wiedzę o kulturze i sprawnie posługuje się polszczyzną, na przykład używa trafnie różnych figur stylistycznych czy stosuje odniesienia intertekstualne, to jednak równocześnie deprecjonuje wartość i skuteczność przekazu werbalnego.

Krytyka cywilizacji współczesnej, prowadzona w ramach szeroko pojętej młodzieżowej kultury hiphopowej, dotyczy nie tylko społeczeństw i państw zachodnich, ale ma charakter globalny i w jeszcze większym stopniu niż Europy Zachodniej czy Ameryki Północnej odnosi się do Ameryki Południowej, Afryki czy Azji, gdzie liczne dyktatury mają się dobrze, ludzie giną w lokalnych wojnach, a streetartowcom czy raperom pozostaje walczyć ciągle jeszcze o elementarne prawo do wolności w jej licznych wymiarach – od politycznego po osobisty. Taka problematyka jest bardzo wyraźnie obecna w przywoływanych pracach Banksy'ego (w Anglii i Palestynie), Ganzira (w Egipcie), Faith47 (w RPA) czy anonimowych graficiarzy rosyjskich (w Petersburgu i w Moskwie). Sztuka uliczna Zachodu, funkcjonująca w państwach demokratycznych, koncentruje się na nieco innych celach; głównie na „krytyce kultury późnej nowoczesności oraz gospodarki kapitalistycznej w warunkach prywatyzacji i monopolizacji środków komunikacji (mediów i innych nośników)” (Żakowski 2006, 74) oraz na opisie pogłębiających się nierówności społecznych w najbogatszych krajach.

W niektórych sferach swojej aktywności sztuka ta zachowała walor kulturowej prowokacji, doprowadzając do reinterpretacji przekazów i ustalania ich nowych znaczeń. Część treści i zawartych w nich przesłań ma charakter buntu pokoleniowego skierowanego przeciwko społeczeństwu dorosłych – rodziców i dziadków. Streetartowcy, na przykład Styles, chcą być postrzegani przez opinię publiczną w roli zbuntowanych twórców alternatywnych, którzy cenią niezależność, samodzielność i samowystarczalność, traktują kulturowe prowokacje jako środek wyrazu. Jednak odpowiedziami na nie dorosła część społeczeństwa się nie zajmuje, a jeśli tak, to nie przez wejście w dialog, ale – co się zdarza – przez obrzucenie w mediach jego inicjatorów inwektywami czy oddanie „prowokatorów” w ręce wymiaru sprawiedliwości, czego świadectwem są sprawy sądowe przeciwko kulturowym anarchistom, a nawet – „zwykłym” graficiarzom<sup>286</sup>. Takie podejście do nowej sztuki miasta jej nie zabije, ale też nie będzie sprzyjać jej rozwojowi. Warto by było, aby specjaliści różnych dziedzin nauki zainteresowali się, w jakich warunkach dokonuje się ta komunikacja, jakie niesie przesłania i jakie odnosi skutki w świadomości i życiu społecznym.

Pomimo ogólnie niesprzyjającej atmosfery społecznej – choć niektóre przedsięwzięcia, jak malowanie murali spotyka się z rosnącą przychylnością mieszkań-

<sup>286</sup> P. Zańko twierdzi, że prowokatorów kultury można nazwać zarówno „krytycznymi komentatorami życia codziennego, jak i edukatorami”, jednak ładunku subwersywnych praktyk, które „starają się przestrzeń publiczną uczynić bardziej pluralistyczną” nikt, poza samymi twórcami, nie stara się pożytecznie rozładować i wykorzystać w celach społecznych (2012, 197).

ców miast – street art i graffiti okazały się w ostatnich kilkunastu latach ważnymi dla młodzieży, w pewnym stopniu także dla pozostałej części społeczeństwa, która chce ją zrozumieć, płaszczyznami wypowiedzi, często o kontestacyjnym charakterze, i to w skali globalnej. Można z przekonaniem stwierdzić, że globalizacja w tym przypadku wydała dojrzałe owoce, sprawiając, że pragnienie kreatywnego działania milionów młodych ludzi na świecie w sferze publicznej znalazło, także w Polsce, pole realizacji, wciągając w ich wizję świata i praktyki artystyczne wszystkich, którym nie są obce zarówno problemy kolejnych pokoleń wchodzących w dojrzałe życie, jak i przyszłość społeczeństwa. Ikoniczność współczesnej kultury stworzyła dla takiej aktywności wyjątkowo podatne podłoże.

Sztuka młodych stanowi, zgodnie z koncepcją kultury prefiguratywnej Margaret Mead, przekaz kulturowych kompetencji, który zmienił swój kierunek, gdyż prowadzi od pokolenia zbuntowanych dzieci ku ich rodzicom. Młodzi ludzie, owe „zagadkowe dzieci” przez artystyczną ekspresję w przestrzeni publicznej „uczą rodziców (odbiorców), jak wygląda dzisiaj świat” (Duchowski, Sekuła 2011, 9). Takie podejście jest jeszcze jednym dowodem na to, że kultura młodzieżowa rządzi się własnymi regułami, tworząc specyficzny model funkcjonowania w kulturze narodowej. Czerpiąc z dokonań tzw. kultury wysokiej i z tradycji kultury masowej, dokonuje swoistej syntezy różnych elementów kreacji artystycznej<sup>287</sup>, starając się stworzyć własne wzorce (pop)kulturowe, wyrażone za pomocą odrębnego systemu komunikacji. Syntetyzując środki wyrazu charakterystyczne dla różnych poziomów i obszarów kultury, wznaga ekspresywność przekazu i jego oddziaływanie na obserwatora. Zachowuje przy tym swój autokreacyjny i autonomiczny charakter.

Sztuka ulicy jest obrazem i refleksem naszego wspólnego świata, a jednocześnie – krzywym zwierciadłem, w którym przegląda się otaczająca mieszkańców miast rzeczywistość, co spełnia postulaty klasycznego realizmu. Praktykujący ją nie zapominają także o duchowych doznaniach i problemach egzystencjalnych społeczeństwa, o uczuciowej aurze, która towarzyszy życiu człowieka w konkretnym miejscu i czasie. Ma antropocentryczny charakter, gdyż nawet w obrazach pozornie abstrakcyjnych dostrzec można perspektywę personalistyczną. Współtworząc krajobraz kulturowy miasta, street art oferuje polifoniczny i intersemiotyczny przekaz, który wielu obserwatorom może się wydać niejednoznaczny, jednak dobrze oddający rozterki współczesnego człowieka i zachęcający atrakcyjną formą do wnikania w jego złożony sens. Łącząc słowo z obrazem, to, co oficjalne z tym, co nieoficjalne ów przekaz sprzyja przybliżaniu różnych idei i postaw. Przy tym, pozostając elementem globalnej kultury młodzieżowej, zachowuje swój lokalny koloryt.

<sup>287</sup> B. Fatyga przywołuje w tym kontekście pojęcie *collage'u*, uznając tę technikę i formę plastyczną za „generalną zasadą kompozycyjną kultury młodzieżowej”. Jako ilustrację tej tezy podaje przykłady wykorzystywania w młodzieżowych fanzinach „secesyjnych” rysunków Aubreya Beardsleya, ludowych obrazów Zofii Stryjeńskiej, japońskich grafik, motywów starogermańskich lub celtyckich (2005, 107).



Uliczni twórcy nie chcą jedynie oddawać stanu uwikłania we współczesność (własnego i innych), wraz ze wszystkimi tego faktu konsekwencjami, lecz przede wszystkim pragną nadać jej nowe oblicze, wierząc w sprawczą, kreatywną moc sztuki, zwłaszcza tych jej dziedzin, które są określane mianem nowej sztuki. W realizacji tego celu kierują się stworzoną przez siebie estetyką, która konkuruje z dominującą, a jako uczestnicy ruchu o charakterze alternatywnym nie rezygnują z pokoleniowego buntu, dzięki czemu ich sztuka zachowuje walor autentyzmu. Podejmując różnorakie gatunkowo i tematycznie działania, często bezwiednie, wytyczają nowe drogi rozwoju dla sztuki, i to nie tylko tej ulicznej. Trudno się nie zgodzić z opinią, że street art i graffiti pełnią coraz to nowe funkcje kulturotwórcze i społeczne, dzięki czemu rośnie ich znaczenie („prominent role”) w miejskiej kulturze wizualnej i świadomości mieszkańców miast, a one same stają się ważnymi ruchami w sztuce XXI w. (Waławek 2011). Co prawda, niektórzy krytycy sztuki wyrażają wątpliwość co do jej skuteczności i znaczenia we współczesnym świecie, ale zaraz wskazują na jej niezaprzeczalne zalety: zdolność do mówienia prawdy i kreatywność<sup>288</sup>.

Ze względu na swój antysystemowy charakter i kreatywność środków wyrazu sztuka ulicy zaczęła nabywać tożsamość awangardową – zbliżać się swoimi założeniami ideowymi i technikami artystycznymi do najlepszych osiągnięć takich awangardowych ruchów i prądów XX w., jak surrealizm, dadaizm, ekspresjonizm, futurizm czy nowojorska awangarda lat 60. i 70. (Żakowski 2006). Z czasem, zwłaszcza od chwili osiągnięcia komercyjnego sukcesu przez najsłynniejszego na świecie grafciarza i zarazem streetartowca – Banksy’ego, stała się sztuką coraz częściej uznawaną w świecie i wraz z komercjalizacją zaczęła tracić wyłącznie buntowniczy wizerunek. Obok kontestacji lub nawet zamiast niej pojawił się wymóg odpowiedniej jakości artystycznej prac, które szybko, zwłaszcza wykonane przez uznanych autorów, stały się pożądanym towarem na rynku sztuk wizualnych.

Pomimo częściowej profesjonalizacji street art i graffiti pozostają głosami wolności, symbolami niezależności artystycznej i są traktowane jako narzędzie przemiany świata. Uliczni artyści podjęli nierówną grę z potężnymi korporacjami oraz innymi strukturami ograniczającymi wolność człowieka, stosując strategie subvertisingu<sup>289</sup>. Artyści podjęli także praktyki prospołeczne, na przykład malowanie murali w Bydgoszczy na zamówienie mieszkańców domów opieki społecznej czy

<sup>288</sup> Na przykład D. Jarecka oceniła rezultaty biennale Documenta13 w Kassel (jest to największy pokaz sztuki współczesnej na świecie) następująco: „(...) taka jest prawda o dzisiejszej sztuce – jest bezradna, niewiele jej się udaje, najczęściej przegrywa. Ale sam wysiłek powiedzenia prawdy to więcej niż każda próba oczarowania publiczności spektaklem. Jeśli to była klęska, to tak twórcza i produktywna, jak tylko można sobie wyobrazić”, wyborcza.pl z 14. 06. 2012, dostęp 14. 08. 2012 r.

<sup>289</sup> J. Cierniak: „Działania subwersywne jako kluczowe strategie wykorzystywane przez artystów-aktywistów stały się narzędziem marketingowym i spotkały się z guerilla marketingiem, który stawia prokonsumencką kontrę, używając tych samych narzędzi, co sztuka ulicy”, zob. <http://krytyka.org.subwersja-czyli-sztuka-inteligentnego-oporu>, dostęp 5.08.2012 r.

próby estetyzacji zaniedbanych kwartałów miasta (Bocianowo, Wyżyny) przez umieszczanie malowideł na ścianach kamienic i bloków. Jedną z ciekawszych realizacji powstałych w wyniku takich akcji jest mural *Eskimo* wykonany przez Etam Cru w 2011 r.<sup>290</sup> Włączenie street artu w dzieło urbanistycznej i kulturowej rewitalizacji poszerzyło zakres funkcji, jakie zaczął spełniać, konsolidując społeczności lokalne i łagodząc konflikty społeczne.

Nowa fala graffiti i street artu w Polsce (przełom wieków XX i XXI) nie wzięła się znikąd. Jej rozliczne akty twórcze, zarówno te czysto artystyczne, jak i społeczno-polityczne, stanowią kontynuację wcześniejszych dokonań twórców. O swoistym *continuum* świadczy w mniejszym stopniu podobieństwo treści komunikatów, które zmieniły się wskutek transformacji ustrojowej i społecznej w Polsce. W większym tworzy ją świadomość, że sztukę publiczną kolejnych pokoleń łączy podobna stylistyka, anonimowość działań, coraz mniejsza – ze względu na powszechny monitoring, oraz mniej spektakularna dzisiaj, ale jednak pojawiająca się w działaniach twórców ulicy kontestacja. Dotyczy ona w mniejszym stopniu sytuacji obywatela tkwiącego w bieżącym nurcie zdarzeń społeczno-politycznych swego kraju, a w większym – warunków życia człowieka w globalnym, ponowoczesnym i amorficznym świecie, o czym świadczy, na przykład, popkulturowa kariera obrazu Muncha *Krzyk*. Artyści odnoszą się do złożoności współczesnej cywilizacji i skomplikowania sytuacji obecnych pokoleń, wybierając adekwatne formy przekazu. Czasami ich interwencja i „wywrotowość” polega na nadaniu formom plastycznym jedynie wyrazistej estetyki (jako sprzeciw wobec moralnej brzydoty świata?), uwodzącej swą lekkością i urodą, jak na przykład w wieloprzestrzennych instalacjach M. Warasa, którym nadał nazwę *Obiekty pneumatyczne* (zob. PSA, 223).

W wymiarze bardziej praktycznym graffiti i street art przyczyniły się do odzyskania, oswojenia, czasem nawet zawłaszczenia przestrzeni publicznej miast, uwolnienie jej od hegemonii reklam, podnosząc walory estetyczne murów i czyniąc mieszkańców całych dzielnic (*casus* gdańskiej Zaspy) bardziej lub mniej świadomymi uczestnikami miejskiej kultury wizualnej. Ponadto, malarstwo ścienne writerów i streetartowców, często nowoczesne i niebanalne w formie, przyciąga turystów, czyni blokowisko lub zaniedbany kwartał miasta miejscem atrakcyjnym turystycznie. Coraz częściej dzieła twórców ulicy są oczekiwanymi gośćmi w przestrzeni publicznej, przyczyniając się do odnowienia i wzmocnienia poczucia tożsamości wspólnoty lokalnej. Pełnią wtedy różne funkcje, spośród których najważniejsze wydają się społeczna i estetyczna. Efektywność ich oddziaływania zależy od indywidualnych dyspozycji odbiorców do odczytywania zawartej w pracach warstwy informacyjno-znaczeniowej, a także od ich wrażliwości. Street art i graffiti rozszerzają wizualną i komunikacyjną przestrzeń, podobnie jak czyni to malarstwo w reklamie<sup>291</sup>.

<sup>290</sup> Zob. <http://widelec.org/p/4318/street-art-by-etam-cru/2/>, dostęp 14.09.2014 r.

<sup>291</sup> O funkcjach rosyjskiego malarstwa wykorzystanego w reklamie zob. Bobilewicz 2010.

Wypełnianiając różne funkcje, obie opisane dziedziny miejskiej sztuki wraz z ruchem społeczno-artystycznym, który je ukształtował tworzą, używając modnego określenia, „nową miejską kontrkulturę” (Rybicka 2012, 487). Zachowują one niezależność od państwa i jego instytucji (mimo że uczestnictwo graficiarzy i streetartowców w zorganizowanych przez nie projektach staje się coraz powszechniejszą praktyką) i ocalają kontestujący wymiar swych działań. Czasami wyrażają postawę wobec życia społeczno-politycznego w naiwny sposób i dlatego trudno nie zgodzić się z poglądem, że w wielu przypadkach „sztuka publiczna razi swoim dydaktyzmem” (Drozdowski 2010, 168).

Realnym zagrożeniem dla sztuki ulicy jest niebezpieczeństwo komercjalizacji i instytucjonalizacji. Artyści stoją wobec faktu ograniczania ich wolności twórczej zarówno przez instytucje państwowe i samorządowe, organizujące na przykład festiwale street artu, dające pieniądze na murale itp. Dopóki wolność i autentyczność przekazu, które są postawowymi walorami sztuki ulicy, nie staną się ofiarami zgniłego kompromisu między sponsorem a wykonawcą, dopóty będzie ona tworzyła społecznie doniosłe i wartościowe artystyczne dzieła. Street art potrzebuje światłych mecenasów, którzy dadzą artystom wolną rękę przy realizacji kolejnych projektów, graficyarze zapewne będą zmuszeni radzić sobie sami. Tylko pod warunkiem zachowania niezależności wobec sponsorów (co często jest niewykonalne), sztuka ulicy pozostanie ideą oraz praktyką artystyczną wyznaczającą nowe drogi w świecie sztuki i kultury miasta.

Artyści ulicy, jak mało kto, docenili sprawczą moc słowa i znaku literowego w swoich pracach. Łącząc kod wizualny z werbalnym lub prewerbalnym (literniczo), uzyskali wyjątkową wyrazistość i skuteczność przekazu i nawet jeśli zawarte w pracach treści niosą zbyt oczywiste przesłania, to, generalnie, ich sztuka broni się jako stały i nieodzowny element kultury miasta, jako dziedzina niepoddana kontroli rynku. Mało tego, odwołując się jeszcze raz do słów A. Péreza-Revertego, można skłaniać się ku przekonaniu, że graffiti i street art to „obecnie jedyna możliwa uczciwa forma sztuki”, „jedyna wartościowa, szczerą, prawdziwą, przyszłościowa i autentyczna” (2015, 20-21). Tego dowartościowania brakuje na co dzień graficyarzom i niezależnym streetartowcom, oskarżanym, czasami słusznie, o wandalizm, a przecież młodzi wojownicy, żołnierze czy partyzanci miasta, jak są nazywani – z Madrytu, Londynu, Warszawy, Wilna czy Petersburga – zasługują na nie, wyruszając nocą na terytorium „wroga”.

## 2. Podsumowanie

W pracy szeroko i wszechstronnie została przedstawiona subkultura graficiarzy i streetartowców – w przejawach ich aktywności artystycznej i pozaartystycznej, w działaniach i ich efektach. Pokazano ją przez pryzmat wypowiedzi i słów

nictwa, jakiego sama używa i z wykorzystaniem terminów, którymi, w odniesieniu do niej, posługują się członkowie bliskich artystycznie środowisk młodzieżowych, a także badacze kultury – antropolodzy, kulturoznawcy, socjologowie itd. Lingwistyczno-kulturowemu obrazowi wspólnoty graficiarsko-streetartowej towarzyszy najobszerniejszy na krajowym gruncie słownik określeń związanych z polskim graffiti i street artem, który zawiera, obok specjalistycznych, hasła szerzej omawiające historyczno-kulturowe tło zjawisk.

Łącząc perspektywę lingwistyczną z kulturoznawczą, autor ujął zjawisko polskiego street artu i graffiti na tle porównawczym – międzynarodowym, ale ze szczególnym uwzględnieniem wschodnioeuropejskich realiów politycznych i kulturowych (Litwa, Łotwa, Rosja). Takie podejście nie było dotąd praktykowane w odniesieniu do tego obszaru; obserwacji i ocenie poddano dzieła pojedynczych artystów albo koncentrowano się na sztuce z konkretnych krajów czy kontynentów. Nastawienie komparatystyczne, uwzględniające także intertekstualne odniesienia do literatury pięknej, koncepcji filozoficznych, socjo- i antropologicznych, przyniosło owoc w postaci w miarę pełnego ujęcia fenomenu graffiti i street artu we współczesnej kulturze Polski i innych krajów Europy Środkowej.

Zastosowanie takiego podejścia badawczego doprowadziło do sformułowania szeregu wniosków. Jeden z podstawowych mówi, że między różnymi geograficznie i kulturowo obszarami street artu i graffiti występują zbieżności ideowe i artystyczne, zachodzą podobieństwa w zakresie tematyki i treści zawartych przekazów, choć różne bywają ich formy artystyczne, związane z indywidualnymi stylami reprezentowanymi przez poszczególnych artystów. Artystów ulicy z Warszawy, Wilna i Rygi łączy także szeroko pojmowana autokreacja i antropocentryzm.

Porównanie sztuki ulicy w Polsce i sąsiednich krajach wschodniej Europy prowadzi do wniosku, że polski street art i graffiti nie są niczym nadzwyczajnym i szczególnie oryginalnym, gdyż twórczej fantazji i dobrego poziomu prac trudno odmówić także artystom ze Wschodu. Nieco silniej niż na Litwie czy Łotwie, ale o podobnym natężeniu jak w Rosji, płynie u nas nurt oporu i prowokacji kulturowej, który reprezentują tacy twórcy, jak: Peter Fuss, Trzecia Fala, Abramowski czy Zbiok. Na ulicach Petersburga czy Moskwy są przeprowadzane akcje adbustingowe o charakterze wolnościowym i obyczajowym. W Wilnie czy Rydze opór kulturowy ma podobne w swych treściach oblicze jak w Polsce – antykonsumpcyjne i antykorporacyjne.

Mało który gatunek sztuki współczesnej w sposób równie dobitny i ekspresyjny jak sztuka ulicy oddaje złożoność zjawisk, które pojawiają się w otaczającej nas rzeczywistości, także tej medialnej. Wynika to w dużym stopniu z ideowej postawy writerów i malarzy, którzy – jak twórcy z nurtu kulturowego oporu – stosują radykalne metody działań, ze zmienianiem oficjalnych przekazów i niszczeniem ich włącznie. Autor wskazuje na różnorodność zastosowanych przez

streetartowców strategii działania, bogactwo technik i form wyrazu. Praca zawiera szeroki i szczegółowy opis praktyk stosowanych przez artystów ulicy – od graficiarskich ataków na mury (*bombing*) poczynając, a na streetartowych akcjach kulturowego oporu kończąc. Zostały w niej opisane działania o charakterze subwersywnym, (także anarchistycznym) i performatywnym, które wpisują się w zakres zjawisk obejmowanych terminem *culture jamming*. Takie podejście można traktować jako przejaw globalizacji, gdyż ujawnia się w wielu krajach świata i w przestrzeni internetu. Jej efektem jest także powszechne stosowanie języka angielskiego. W Polsce i w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, podobnie jak na Zachodzie, angielszczyzna pojawia się zarówno w samych pracach, jak i w komunikacji między ulicznymi artystami.

Sporo miejsca poświęcono w tej pracy zjawiskom miękkiej kontestacji – interwencjom estetycznym, służącym odzyskiwaniu i oswojeniu wspólnej przestrzeni zawłaszczanej przez instytucje, urzędy i firmy. Zaliczyć można do nich zarówno takie formy aktywności artystycznej, jak umieszczanie artefaktów i obiektów sztuki na budynkach, w parkach, na ulicach, jak i różne postacie miejskiej partyzantki artystycznej i marketingowej (*guerilla marketing*, *guerilla knitting*, *guerilla media campaign*), działania o wymiarze społecznym i politycznym.

Analiza dowodzi, że postawy i idee reprezentowane przez artystów-aktywistów, którzy starają się pomóc w dostrzeganiu i rozwiązywaniu problemów współczesnego świata, mają dwubiegunową perspektywę. Obejmują idee i wartości definiowane przez nich jako pożądane i popierane, na przykład pacyfizm, równość społeczna, wolność polityczna i osobista, miłość, patriotyzm, zachowanie tożsamości na poziomie narodowym i lokalnym, wspólnotowość albo jako zwalczane, jak konsumpcjonizm, korporacjonizm, brak wolności i opresyjność systemów społeczno-politycznych, destrukcja więzi międzyosobowych w globalnym świecie. O te idee i ich realizację walczą artyści ulicy na całym świecie, można więc mówić o pewnym treściowym podobieństwie, a nawet tematycznej powtarzalności ich prac. Stosowany przez nich werbalno-wizualny kod stwarza wielofunkcyjność oddziaływania na odbiorcę. Wyraża się ona w realizacji różnego rodzaju funkcji, zwłaszcza ideologicznej, estetycznej, społeczno-komunikacyjnej, ale także ludycznej.

Ludzie zamieszkujący w różnych częściach świata zmagają się z podobnymi problemami, niemniej w każdym kraju walczą się o coś innego; w dyktaturach – o swobody obywatelskie, a w demokracjach celem „ataku na mury” są różnego rodzaju patologie życia społecznego i politycznego. Różnorodność form i środków wyrazu powoduje jednak, że artystyczne interwencje w Polsce, w Rosji czy w RPA przybierają bardzo indywidualne i niejednokrotnie oryginalne odśłony. Ich swoistość autor pracy starał się wyodrębnić względem innych i opisać jako lokalne fenomeny usytuowane w globalnej rzeczywistości.

Zostały przedstawione najnowsze tendencje, jakie ujawniają się w sztuce ulicy. Jeśli chodzi o formy przekazu, to polski street art zmierza od kilku lat w kierunku malarstwa wielkoformatowego (*murale*), w którym słowo jest często nieobecne, ale za to wyrafinowane artystycznie kompozycje zawierają liczne intertekstualne odniesienia literackie i kulturowe wymagające werbalnego opisu. Silnie zaznacza się w nim nurt malarstwa abstrakcyjnego, z wykorzystaniem technik i form wyrazu typowych dla graffiti, takich jak szablon (Waras, Terlecki) czy fotoreale (Pikaso, Fuss, Fietke, Bamski).

Rozwojowi street art towarzyszy powolne zanikanie klasycznego graffiti, które jakby zatrzymało się w rozwoju. Próby ożywienia go skutkują pojawieniem się większej liczby kompozycji malarskich, w których obraz czasami łączy się ze słowem lub staje się kolejną wariacją literniczą, z umieszczonymi w jej obrębie elementami realistycznymi. Są to już formy bliższe street artowi, choć od prawdziwych murali różni je nie tylko mniejszy rozmiar, ale także skupienie się na sprawdzonych w graffiti technikach i stylach. Trudno jednak o prawdziwy rozwój tej sztuki w sytuacji zagrażających jej coraz bardziej niebezpieczeństw i ograniczeń (wszechobecny monitoring), a do tego konserwatywni graficyarze sprzeciwiają się wychodzeniu poza kanony *writingu*. Być może, wyczerpała się formuła klasycznego graffiti i jego twórcy muszą się udać na poszukiwanie nowych form wyrazu.

W tym opracowaniu szczegółowo omówiono wzajemne relacje między graffiti a street artem. Po raz pierwszy w sposób możliwie precyzyjny obie dziedziny zostały wyodrębnione jako autonomiczne gatunki sztuki miasta, choć wykazujące liczne związki (zob. także definicje w *Słowniku*). Utożsamianie graffiti ze street artem lub widzenie pierwszego jako części drugiego nie ma dzisiaj podstaw, gdyż łączy się z innymi celami i sposobami działania artystów, odmiennością rodzajów kreacji i oddziaływania na odbiorców. Niejednokrotnie pojawiają się trudności z ustaleniem, czy w przypadku prac określonego twórcy mamy do czynienia z graffiti czy ze street artem, ale mają one najczęściej charakter akademicki. Dotyczą, na przykład, kompozycji graffiti o zacięciu malarskim, abstrakcyjnym czy realistyczno-ilustracyjnym. Granica gatunkowa między obu dziedzinami sztuki ulicy jest płynna i właściwie tylko kompetencje wykonawcy prac, ujawnione w nich, a nie zastosowane techniki i formy świadczą o ich przynależności do konkretnej dziedziny sztuki ulicy, niezależnie od różnych prób samookreślenia się wykonawcy (na przykład wypowiedzi na temat, czy czuje się artystą, czy nie). Autor stoi na stanowisku, że pomimo tych odmienności, obie dziedziny mają wartość artystyczną, zapewne street art w większym stopniu, a graffiti w mniejszym, zwłaszcza w odniesieniu do bardziej prymitywnych przejawów *writingu*. Główny jego nurt, którym pozostaje kreowanie liter w różnych stylach (od tagów, przez bubble i wild style, aż po calligraffiti) to z pewnością działanie artystyczne, pod warunkiem, że stylizacje prezentują przynajmniej realizacyjne minimum dobrego wykonawstwa. W takim przypadku nawet pisanie tagów nie jest pozbawione zna-

mion sztuki, jeśli tylko nie przeradza się w sportową rywalizację (a właściwie dewastację), w której chodzi o pozostawienie jak największej liczby bazgrołów na murach miasta.

Z kolei, mówienie o street artcie jako zjawisku całkowicie odrębnym i przeciwstawianiu go graffiti także nie znajduje uzasadnienia, gdyż jego korzenie tkwią w graficiarskim idiomie; z niego wywiódł techniki pracy i formy aktywności. Największe różnice wynikają ze sposobu funkcjonowania obu dziedzin w miejskiej przestrzeni jako konsekwencje nielegalnego statusu graffiti i przeważnie legalnego – street artu. O ile murali raczej nie da się wykonać nielegalnie i po partyzancku, bo wymagają dużego nakładu środków (potrzebny jest sponsor) i pracy, o tyle umieszczania różnego rodzaju przedmiotów na murach i ogrodzeniach czy instalacji w parku dokonuje się bez zezwolenia. Partyzancki sposób działania zbliża street art do graffiti, a romantyczny wizerunek jego twórców, głównie aktywistów nurtu kulturowego oporu, jest ciągle aktualizowany. Z powyższego wynika, że obie opisane dziedziny sztuki miasta pełnią rozliczne funkcje w przestrzeni kulturowej miasta.

Inne wnioski dotyczą roli graffiti i street artu w przemianach krajobrazu architektonicznego i społeczno-kulturowego miasta. Sztuka ulicy służy zarówno samej graficiarsko-streetartowej wspólnotce, jak i mieszkańcom miasta oraz turystom. Publiczna sfera miasta, zwłaszcza jej zaniedbane i zdegradowane obszary są symbolicznie odzyskiwane, oswajane, zawłaszczane i rewitalizowane. Kulturo- i społecznotwórcze oddziaływanie nowej sztuki miasta służy estetyzacji i nobilitacji przestrzeni urbanistycznej, równocześnie ożywia lokalne więzi społeczne i nadaje miastu artystyczny sznyt.

Nowa sztuka ulicy nie wywołuje pokoleniowego dyskursu publicznego – ten trwa na forach internetowych w oderwaniu od niej – ale, zachowując bardziej monologiczny niż dialogowy charakter, manifestuje miękki opór wobec systemu społeczno-politycznego dzisiejszej Polski. Stwarza płaszczyznę prowokacji o bardziej kulturowym niż społeczno-politycznym wymiarze. Sprzyja jej język komunikacji, którego używa – często niejednoznaczny ze względu na różnorodność elementów składowych, zarówno wizualnych, jak i werbalnych. Do rewolucji raczej nie doprowadzi, mimo to pozostaje ciągle aktualnym ostrzeżeniem, kierowanym do możliwych tego świata, że pogłębianie nierówności może się zakończyć społecznym wybuchem. Na fali niezadowolenia następuje powrót do haseł głoszonych przez subkulturę w ubiegłych dziesięcioleciach. Na krakowskich ulicach można spotkać znane punkowe hasło *NO FUTURE* ‘nie ma przyszłości’ (cytat z utworu *God Save the Queen* grupy Sex Pistols z 1977 r.). Nasycenie go ironią wynika z faktu, że zostało umieszczone na kuli, z której wróżka przepowiada przyszłość. Ten przykład, jako jeden z wielu, dowodzi, że sztuka ulicy kompensuje młodemu pokoleniu niezaspokojenie potrzeb społecznych, daje poczucie bycia pełnoprawnym członkiem społeczeństwa.



Street art jest w Polsce ciągle „ruchem zapoznanym” (Banasiak 2011, 14). Użycie przestarzałego określenia *zapoznany*, czyli ‘niedoceniony, nieuznany’ w odniesieniu do tego, co nowe, jest przejawem przekornej archaizacji, ale oddaje stan świadomości społeczeństwa na temat sztuki ulicy. Ta praca stara się przedstawić jej rosnące znaczenie przez wskazanie rozlicznych działań i funkcji, jakie pełni w przestrzeni miasta i internetu. Autor wskazuje także na niebezpieczeństwa, które jej zagrażają jako ruchowi o charakterze kontestacyjnym (rosnący nadzór, komercjalizacja, festiwalizacja). Zwłaszcza komercjalizacja jest tym, co zagraża rozwojowi niezależnego street artu w Polsce (graffiti jako ruch całkowicie autonomiczny samo sobie poradzi). Subwersywne działania miejskich aktywistów są nadzieją na zachowanie owej niezależności.

Ze względu na tematykę prac, sposób funkcjonowania i cele, jakim służą obie dziedziny sztuki ulicy, można umownie wyodrębnić następujące modele i style graffiti oraz street artu w Polsce:

- graffiti klasyczne o charakterze abstrakcyjnym i figuratywnym (liternictwo, tagowanie, portrety),
- graffiti społeczno-polityczne (napisy, obrazy, napisoobrazy),
- street art o charakterze prowokacji kulturowej (odwrócone lub zamienione komunikaty),
- street art zaangażowany politycznie i społecznie (murale, wlepki),
- street art „artystyczny” (malarstwo nowoczesne).

W konkretnych przypadkach owe podziały krzyżują się ze sobą, dlatego ten ogólny podział ma charakter umowny, a opatrzenie danego gatunku sztuki ulicy tym czy innym przymiotnikiem co najwyżej sygnalizuje jego merytoryczną czy stylistyczną dominancję.

*Zwroty kulturowe (cultural turns)*, które dokonały się w ostatnich kilkudziesięciu latach w teorii i praktyce kultury, a także w życiu mieszkańców miast,



umacniają przekonanie, że niezbędna jest w obu tych sferach koegzystencja słowa i obrazu, ich wzajemne oddziaływanie w dziełach artystów w celu lepszego zrozumienia świata, usuwania konfliktów i ich źródeł oraz skutecznego, służącego budowaniu mostów, komunikowania się ludzi między sobą.



CZEŚĆ SIÓDMA

**Słownik polskiego graffiti i street artu**



## 1. Wstęp

Twórcy graffiti i street artu stworzyli słownictwo specjalistyczne, którego używają do nazywania osób, rzeczy, czynności, stanów i wszelkich innych aspektów fenomenu kulturowego, jakim stała się w ostatnich kilkadziesiąt latach w Polsce i na świecie sztuka ulicy. Większość praktykujących ją osób to młodzież, która realia uprawiania różnych dziedzin sztuki ulicznej nazywa za pomocą słownictwa w dużej mierze zapożyczonego ze slangu angloamerykańskiego, ale wzbogaconego derywatami lub elementami czysto rodzimymi. W codziennych kontaktach młodzi ludzie posługują się ogólną polszczyzną inkrustowaną elementami młodzieżowego slangu, dlatego w zasobie słownika znalazły się niektóre jego jednostki, powtarzające się w ich wypowiedziach. Niniejszy słownik po raz pierwszy w tak szerokim zakresie – jeśli chodzi o polskie, ale nie tylko, źródła słownikowe<sup>292</sup> – ujmuje, definiuje i egzemplifikuje język graficiarzy oraz streetartowców w jego licznych przejawach, wprowadza także wybrane określenia używane przez znawców zjawiska, głównie naukowców i zewnętrznych obserwatorów.

Deskrypcyjność to jeden z głównych celów, jakie postawił przed sobą autor. Poszczególne jednostki leksykalne zostały wyekscerpowane z wypowiedzi ulicznych artystów, tworzących subkulturę. Kryterium ich wyboru jest częstotliwość użycia, w mniejszym stopniu ich oryginalność (osobliwość) morfologiczna i semantyczna<sup>293</sup>. Graficiarze i streetartowcy tworzą wspólną komunikacyjną na płaszczyźnie specyficznego kodu językowego. Głównym pierwiastkiem ich zachowań jest oryginalność i kreatywność, które ujawniają się w sferze języka. Sztuka ulicy jest fenomenem artystycznym i kulturowym na skalę globalną, ujmowanym werbalnie w specyficzny sposób przez samych twórców, dlatego służący do jej opisu język jest równie barwny, świeży i ciekawy jak ona sama. Niniejszy słownik ową barwność oraz leksykalno-słowotwórczą innowacyjność stara się oddać w jak najwierniejszy sposób, ale jego zadaniem jest także ukazanie – w zwierciadle słownictwa – wizji świata, jaką stwarzają uliczni twórcy.

<sup>292</sup> Najliczniej specjalistyczne słownictwo graficiarzy i streetartowców zostało ujęte w monografii W. Mocha (2008), poświęconej hip hopowi. Niewiele określił, bo ok. 10, zawiera słownik P. Flicinińskiego i S. Wójtowicza (2007), podobnie – słownik slangu młodzieżowego M. Czeszewskiego (2001). Słowniczki profesjonalizmów są w niektórych albumach z graffiti i street artem, np. w GwP 2011. Znane autorowi słowniki anglojęzyczne są niewiele bogatsze i zawierają, podobnie, tylko podstawowe słownictwo specjalistyczne: słowniczek w Ganz 2008 liczy 32 hasła i mieści się na jednej tylko stronie (394), podobnie jak Schacter 2012 (37 haseł w *Glossary*, 394). Lepiej jest w przypadku słowniczków internetowych, np. WGG (*Words: A Graffiti Glossary*) liczy nieco ponad 100 haseł, spośród których wśród polskich artystów wiele nie funkcjonuje i dlatego nie zostały ujęte w *Słowniku*.

<sup>293</sup> W szczególnym stopniu uwzględniono źródła, w których uliczni artyści wypowiadają się wprost (autorskie wypowiedzi, podpisane przez nich) lub są cytowani: GwP, GGE, PSA, PSA2 oraz inne. Wszystkie cytaty w pracy są zlokalizowane.

## **Zasady wyodrębniania jednostek słownikowych**

Odrębnymi hasłami słownikowymi są:

- a) określenia specjalistyczne – profesjonalizmy z obszaru semantycznego graffiti i street artu lub do niego odniesione; treść tych, które określają najważniejsze zjawiska, została poszerzona o dodatkowe informacje – hasła zilustrowano szerszym kontekstem kulturowym (są wyodrębnione innym kolorem); oprócz form używanych przez artystów w słowniku zostały zamieszczone wybrane terminy teoretyczne (elementy metajęzykowe), którymi posługują się głównie badacze tego i innych zjawisk kulturowych – ich definicje mają charakter encyklopedyczny,
- b) wybrane wyrazy ze slangu młodzieżowego i potoczne, zarówno rodzime, jak i pochodzenia obcego, używane przez graficiarzy i streetartowców w wypowiedziach i codziennych kontaktach (jeśli nie ma cytatów ze źródeł, to oznaczone zostały literą Z – zasłyszane),
- c) połączenia dwu- lub więcejwyrazowe (wyrażenia, zwroty, zestawienia, związki frazeologiczne (głównie neofrazeologizmy), metafory, peryfrazy),
- d) skrócenia.

Wszystkie zdefiniowane określenia są uporządkowane alfabetycznie. Składniki hasła słownikowego zdefiniowane w innym miejscu słownika zostały pogrubione. Te jednostki językowe pełnią równocześnie rolę odnośników. Jako przedmiot analizy w zasadniczej części pracy hasła słownikowe są niepogrubione i pisane kursywą. Określenia wielowyrazowe podlegają porządkowi alfabetycznemu, tak jakby stanowiły jeden wyraz. Najważniejsze terminy i określenia, zawierające szerszy, także pozajęzykowy opis zjawisk, osób i artefaktów, zostały wyodrębnione graficznie. Celem było wzbogacenie słownika o wartości poznawcze. Przy zapożyczeniach jest informacja o ich pochodzeniu: ang. – z języka angielskiego, sl. am. – ze slangu angloamerykańskiego, niem. – z niemieckiego. Jeśli ich znaczenia są takie same w języku dawcy, jak i biorcy, to zasygnalizowano to skróceniem ‘ts.’ ‘to samo’. Formy zapożyczone skonfrontowano ze *Słownikiem zapożyczeń angielskich w polszczyźnie* (SZA), słownikami języka angielskiego, głównie LDCE, niemieckiego (SN), słownikami slangu młodzieżowego, głównie SSM i NSGU, i słownikami oraz źródłami internetowymi: GG, WGG, UD, MSS, W, YT. Jak się okazało, nawet stosunkowo nowy SZA z 2010 r. zawiera tylko niewielką część słownictwa, którym posługują się polscy graficiarze i streetartowcy. Bezkonkurencyjne w tej dziedzinie są specjalistyczne słowniki internetowe, uzupełniane na bieżąco przez amatorów i fanów. Słownik liczy ok. 500 haseł i jest najobszerniejszym i najlepiej udokumentowanym w polskiej leksykografii źródłem leksyki z dziedziny omawianej nowej sztuki ulicy.

## Układ artykułu hasłowego

Artykuł hasłowy jako element budowy *Słownika* jest wyróżniony graficznie za pomocą tytułu zapisanego drukiem pogrubionym w wysuniętym wierszu. Tytułem jest hasło będące jednostką systemu językowego, opisane w artykule hasłowym. Jego składniki są (mogą być) następujące:

- a) hasło słownikowe jedno- lub wielowyrazowe (szeregowe); obok hasła mogą wystąpić jego znaczeniowe, ortograficzne i fonetyczne warianty o podobnej budowie, oddzielone znakiem przecinka; w obrębie niektórych hasel zostały podane związki wyrazowe zawierające wyraz hasłowy,
- b) definicja, czyli znaczenie podane w cudzysłowie ‘...’. Przyjęto zasadę weryfikacji znaczeń w różnych opracowaniach. W przypadku braku danej formy w dostępnych źródłach słownikowych jej definicja została utworzona na podstawie kontekstu. Analizując poszczególne określenia, starano się poznać ich *znaczenie intencjonalne*<sup>294</sup> i weryfikować znaczenia wśród użytkowników – twórców ulicznych: znak Z (zasłyszane),
- c) w przypadku hasel mających więcej niż jedno znaczenie – kolejno ponumerowane definicje,
- d) konteksty, czyli poświadczony przykład użycia definiowanych jednostek w postaci cytatów wraz z ich lokalizacją,
- e) informacja o pochodzeniu zapożyczeń (wyrazy źródłowe podano kursywą),
- f) w przypadku hasel odesłanych – odsyłacz „zob.” ‘zobacz’ i hasło będące podstawą odesłania.

W słowniku zastosowano głównie typ definicji realnoznaczeniowej, encyklopedycznej, co znaczy, że znaczenia hasel są objaśniane bez odwoływania się do ich budowy słowotwórczej<sup>295</sup>. Rzadziej wykorzystywana jest definicja strukturalno-znaczeniowa, wskazująca na związek między hasłem a jego podstawą słowotwórczą. Stosowana jest też definicja synonimiczna, czyli podawanie bliskoznacznych odpowiedników hasła. Czasowniki podano w formie niedokonanej, chyba że wy-

<sup>294</sup> J. Puzynina w następujący sposób definiuje i wyjaśnia to pojęcie: „Aby dojść do znaczenia intencjonalnego, odbiorca musi znać również **kod pragmatyczny**, rozumiany jako ogólne mechanizmy przenośni, ironii, hiperboli, aluzji, konstrukcji skrótowych, sposoby wykorzystywania konotacji wyrazów, uzyskiwania nadwyżek ekspresji przez łamanie konwencji, słowem – te wszystkie mechanizmy, którymi posługuje się nadawca, a które musi wykryć odbiorca, szukając niesprzecznego i najbardziej w danej sytuacji prawdopodobnego rozumienia tekstu nadawcy. (...) Istotna dla rozumienia tekstu jest też wspólnota **koðu kulturowego**, w sensie wiedzy o świecie oraz wspólnych norm zachowań i ocen. (...) Odbiorca musi również mieć orientację w **kodzie socjalnym** nadawcy (...), wreszcie znać upodobania i **postawy światopoglądowe nadawcy**” (1997, 45-46).

<sup>295</sup> W przypadku słownika specjalistycznego, takiego jak niniejszy, trudno jest się dostosować do zaleceń dotyczących definiowania jednostek leksykalnych, które powinny być stosowane w słownikach ogólnych – zob. Żmigrodzki 2008, 129 i n.

stępują w wypowiedziach wyłącznie w formie dokonanej – w takim przypadku tylko taka ich postać jest definiowana.

## 2. Hasła

### A

**ADBUSTING** ‘akt przekształcania lub niszczenia treści na bilbordzie, bannerze itd.’: Z, z ang. *ad busting* ‘ts.’ UD, zob. **subvertising**.

**AEROSOL** ‘farba w spreju’: *Aerozole Dupli, Nobiles i Motip oferowały tylko dwa sklepy.* GGE 573, zob. **farba, ken, puszka, sprej**.

**AKCJA, ACTION** ‘zaplanowane i nielegalne działanie **graficiarzy**, najczęściej grupowe, którego celem jest wykonanie jak największej liczby kompozycji **graffiti** w danym obszarze miasta’: *Ogromne produkcje, szalone akcje i bezsenne wyjazdy.* GGE 41; *„Actions Speak Louder Than Words” akcje (działania) przemawiają głośniejsz niż słowa* GGE 161; **backjumpowe akcje** ‘szybkie malowanie wagonów kolejki, metra podczas postoju lub serwisowania’: *Impulsem do jej powstania były backjumpowe akcje na SKM-ce.* GGE 258; **hardcorowe akcje** ‘ryzykowne działania prowadzone w trudnych warunkach’: (...) *postanowiliśmy na jakiś czas wycofać się z hardcorowych akcji.* GGE 621; **osiedlowe akcje** ‘działania grup subkulturowych na osiedlu mieszkaniowym’: (...) *osiedlowe akcje nie pozwalały mi na nocne obcinki yardu...* GGE 128, z ang. *action* ‘akcja’ LDCE; kierunek w malarstwie współczesnym o nazwie *action painting* kładzie nacisk nie na dzieło, ale sam proces spontanicznego malowania SZA 18, zob. **atak, bomb, backjump, hardcore**.

**AKTYWNA ŚCIANA** zob. **ściana**

**ALKOMAT** ‘człowiek upojony alkoholem’: *Zaczynamy malować, piwko, relaks, zero stresu, dwa najebane alkomaty.* GGE 536, MSS notuje formę *alkus* ‘ts.’, zob. **najebka**.

**ALL CITY** ‘intensywne działania **graficiarzy** na obszarze całego miasta (i w nim znane), przysparzające sławy pojedynczym osobom lub całym grupom’: *Grupy takie jak CPN, NASA, DNA, BDC czy legendarne w Bydgoszczy crew B2 stały się all city. To był prawdziwy szal, malowanie miasta zarówno w nocy, jak i w dzień.* GGE 143; *Jednym z naszych priorytetów było zbombić każdą ulicę na każdej dzielnicy, każdy przystanek, każdy blok...* *All city.* GGE 591; **mentalność all city** ‘nastawienie **graficiarzy** na zaznaczanie swej obecności na obszarze całego miasta’: *mentalność all city (...) polegająca na zmasowanym wysypie sreber na ulicach, regularnych wyjściach na pociągi zwane „pomarańczami”, regularnym tagowaniu i malowaniu ścian.* GGE 390; wg Schacter 394 **all-city** ‘status bycia znanym (z uprawiania graffiti) w całym mieście’, ze sl. am. ‘ts’ GG, WGG.

**ANTYHASŁO** ‘hasło o zaskakującym – nielogicznym lub niespodziewanym przekazie’. Przykłady: *Uwięzić politycznych; Rower + Polucja = Rewolucja; Lenin z irokezem* (także jako podpis do obrazka) GWP 205, zob. **subvertising, wlepka**.

**ART EVENT** ‘wydarzenie w sferze sztuki’: *Pamiętam, jak kiedyś robiliśmy z Trybem graff (...) na jakiś art event znajomego...* GGE 402, z ang. ‘ts.’ LDCE 464, zob. **event graffiti**.

**ASEMIC WRITING** ‘asemantyczne **graffiti** literowe, także forma **calligrafitti**’: Z, z ang. ‘ts.’ W.

**ATAK** ‘akcja **graficiarzy**, której celem jest wykonanie jak największej liczby kompozycji **graffiti** w krótkim czasie’, *Potężny hall-of-fame przyjmował „ataki” malarzy z wielu zakątków Europy i Polski.* GGE 28;



Od tamtego czasu udanych ataków przybywało... GGE 553; **atak kolorem/na mury** 'intensywny **bombing**', Z, zob. **akcja**.

**ATAKOWAĆ** 'przeprowadzać graficiarski **atak**': *Mimo że yard w Zielonej Górze jest niewielki, to pociągi były atakowane non stop.* GGE 49; **masywnie zaatakować** 'przeprowadzić zmasowany, miażdżący **atak**': *USH wraz z DOA masywnie zaatakowali linię kolorowymi produkcjami.* GGE 258, z ang. *massive* 'rozległy, ciężki, niszczący' LDCE 875, w nawiązaniu do nazwy ang. zespołu triphopowego *Massive Attack*.

## B

**BACKJUMP** 'praca wykonana na wagonie podczas krótkiego postoju pociągu, składu metra': *Szybkie, czasami niedokończone backjumpy...* GGE 338; **zrobić backjump** 'wykonać **backjump**': *W roku 2004 z kolei sam poszedłem zrobić backjump na metrze...* GGE 521; wg Schacter 394 'graffiti wykonane na pozostającym w ruchu pociągu lub autobusie', ze sl. am. 'ts.' GG.

**BACKLINE, FINELINE** 'linia pomiędzy konturem a tłem **liter**y': Z., ze sl. am. 'ts.' YT (**fineline**), W (**backline**).

**BAGGY** 'rodzaj luźnych, szerokich i wyciągniętych spodni, charakterystycznych dla subkultury **hip hopu**': (...) *my to klasycznie szerokie baggy.* GGE 373, z ang. 'ts.' LDCE 85, SZA 27.

**BAJTOWAĆ, BAJTOWANIE** 'naśladować, kopiować czyjś **styl**': (...) *punktem honoru było, by nie bajtować cudzych stylów.* GGE 597; *Dużo mówiło się o bajtowaniu, o tym, że trzeba być oryginalnym...* GGE 488, w rapie w tym znaczeniu: *kopiować*, ze sl. am. *bite* 'ts.' GG, WGG, zob. **bat**.

**BAT** 1 'liche, niskiej jakości **graffiti**' *Tymczasem na mieście zaczęło pojawiać się coraz więcej niechlujnych batów...* GGE 492; (...) *robione przez nich [toyów] style*

*były określane mianem batów.* GGE 493; 2 'papieros – skręt z marihuaną': Z, ts. MSS, zob. **bajt**.

**BATTLE, BITWA** 'konkurs artystyczny oparty na rywalizacji między dwoma **writerami** lub grupami w zakresie ich umiejętności, jakości i ilości wykonywanych prac': *Battle, konkurencja w graffiti, jest czymś budującym. Battle motywuje do działania, rozwijania umiejętności...* *Przyjacielskie battle na style to w zasadzie każde malowanie z ziomkami, bo zawsze, przynajmniej podświadomie, chce się zrobić coś świeżego, coś lepszego.* GGE 432; (...) *w kanciapach, gdzie robiliśmy bitwy na najlepsze litery...* GGE 323; *Ale ten cały ówczesny beef na linii Xman – Chace w tamtych czasach był ważnym wydarzeniem i rozgrzewał obie strony do czerwoności.* GGE 371. Czasami wybucha jako następstwo wzajemnego **krosowania** prac. W konkursie ocenia jury złożone z bezstronnych **writerów**, zaakceptowanych przez rywalizujących, zgodnie z przyjętymi zasadami. Określa się też nagrody dla zwycięzców i powinności przegranych. **B.** jest formą rozstrzygnięcia sporów między **malarzami**. W *rapie* to określenie odnosi się do *mcs* (*masters of ceremonies* 'mistrzów ceremonii'), którzy stają do konkursu na najlepsze *rapy*, czyli 'rapowane na gorąco (we *fristajlu* 'wolnym stylu') utwory rapowe'; **ready to battle** 'wezwanie do rywalizacji': *Przenoszenie klimatu ready to battle na grunt osobisty jest jednak dziecinadą.* GGE 497, ze sl. am. 'ts.' WGG, zob. **style wars, beef**.

**BAZGROŁKI** 'nieudolne próby malowania **graffiti**': *Pierwsze bazgrołki to było jako Giz, od Gizmo.* GGE 381.

**BECZKOWY** 'śmieszny, zabawny': *EJTIM, które było beczkową ekipą polegającą na melanżu i bombieniu.* GGE 204, zob. **beka**.

**BEEF** 'pojedynek między **graficiarzami**, połączony z malowaniem pracy na wcześniej wykonanej przez rywala': *Pierwsze jamy, beefy, crossingi...* GGE 115; *Pamiętam*

też *battle*, a w zasadzie *beef* na panele – zaczęło się od chromów pojechanych kolorowym e2e, panele na panelach, a na nich jeszcze jedno panele – można było liczyć warstwy. GGE 433, ze sl. am. UD, zob. **battle**.

**BEJ** ‘włóczęga, menel’: *Mogłeś spotkać bejów, którzy na yardzie śpią, piją i uprawiają seks...* GGE 442, prześmiewczo z tureckiego ‘pan, naczelnik’, ts. MSS.

**BEKA** ‘śmiejch, pośmiewisko’: *Pamiętam jak mieliśmy bekę z paneli na jedno okno robionych przez Ble.* GGE 185, podobnie NSGU 29, MSS, zob. **beczkowy**, **brechtać**, **ksywka**.

**BENCH, WRITERS BENCH** ‘miejsce spotkań i narad **writerów**’: (...) *siedzieliśmy na benchu prawie zawsze i wszędzie z aparatem...* GGE 126; *Miasto miało też swój writers’ bench przy BWA Zielona Góra, gdzie spotykała się cała śmietanka towarzyska.* GGE 49, ze sl. am. ‘ts.’ UD.

**BERZA** ‘dworzec kolejowy, hala główna’: *Nie czekałem długo i po dwóch tygodniach zjawilem się na berzie w Festung Breslau.* GGE 119; (...) *surówka z knyszy zniknęła z podłogi nowej berzy...* GGE 135; (...) *siedząc na berzie, która była dla nas czasem jak dom...* GGE 282, z niem. ‘ts.’ SN, ts. MSS.

**BEZ ZAMUŁY** ‘bez lipy, sprawnie’: *Obecnie na Śląsku działają dwie najbardziej aktywne koneksje, które bez zamuly prezentują swoje śmigające obrazki.* GGE 285, *zamula* wg MSS ‘straszna nuda, lipa’.

**BITE, BITING** zob. **bajtować**

**BITWA** zob. **battle**

**BLACHA** ‘praca **graffiti** wykonana na blaszanej ścianie wagonu, budynku itp.’: *Z nim i jego kolegą Pivem zrobiliśmy pierwsze blachy, w ogromnym stresie.* GGE 17, **polskie blachy** ‘prace wykonane w Polsce na środkach komunikacji’: *Odkryłem, że można fajnie rozwijać się na polskich blachach.* GGE 119.

**BLACK BOOK, PIECE BOOK, CZARNA KSIĄŻKA** ‘szkicownik **writera**, zawierający projekty, próbki i zdjęcia prac’: (...) *każdy nosi odrębną historię w swoich black bookach...* GGE 139, ts. Ganz 374, ze sl. am. ‘ts.’ GG.

**BLOCK LETTERS** ‘ozdobne **litery** o dużym wyrazistym kształcie’: Z, ze sl. am. ‘ts.’ YT, zob. **blockbuster**

**BLOCKBUSTER** 1 ‘szerokie, duże kwadratowe lub obłe **litery**, przeważnie w dwóch kolorach’: *walimy blockbustery Z*, ts. GG; 2 ‘ściana budynku, wagonu wypełniona w całości **graffiti**’: *Blockbuster NSV* GGE 112: (...) *wjeżdżaliśmy na linię nowym blockbusterem.* GGE 209, ze sl. am. ‘ts.’ WGG.

**BOMBA** ‘proste **graffiti**, tworzone szybko i w widocznym miejscu’: *Pod koniec roku powstało GMP (Great Master Piece), co zawoocowało większą ilością bomb.* GGE 178, zob. **bombić**.

**BOMBARDOWANIE** zob. **bombing**

**BOMBER** ‘**grafciarz** uprawiający **bombing**’: *Ściany są dla legalowców, a kolejki dla bomberów...* GGE 196; **train bomber** ‘**bomber** działający na koleji’: (...) *aktywnych train bomberów zaczęło ubywać.* GGE 242; **bomber uliczny** ‘**bomber** działający na ulicach’: *Bożek ... przez kilka lat był w ścisłej czołówce bomberów ulicznych.* GGE 426; ze sl. am. *bomber* ‘ts.’ GG, zob. **bombić**, **wandal**, **legalowiec**, **wczuwka**.

**BOMBIC**, (TO/2) **BOMB** ‘nielegalnie **malować** na murach lub pociągach, wykonywać dużo **graffiti** w krótkim czasie’, *Born 2 Bomb* GGE 115; *Z Oszłomowej dziury pierwsi wyszli chłopaki (...), bombiąc bezlitośnie ścianę teatru.* GGE 23; (...) *zaczęli bombić miasto throw-upami.* GGE 85; *Rąbin bombi.* GGE 147; ang. *to bomb* ma też znaczenie bardziej ogólne – polityczne, gdyż za samą akcją graficiarską kryją się dalekosieżne cele: jeden z bohaterów filmu o graffiti Style Wars wypowiada zdanie: *No,*

*I ain't running the system. I'm bombing the system* 'nie napędzam systemu, ja go bombarduję, występuje wiele form pochodnych w rodzaju: *zabombić, zbombić, wybombić się*, Z, ze sl. am. 'ts.' WGG, zob. **bombing, bombiarz, bomba, zbombardowany**.

**BOMBING, BOMBNIENIE** 'akt nielegalnej kreacji w sztuce **graffiti** na murach lub pociągach, wykonanie dużej liczby prac w krótkim czasie': *W bombingu liczy się czas... GWP 192; (...) 3 części filmu „Hamaz”, poświęconego w 100% bombingowi systemu metra. GGE 40; Rozpoczął się okres solidnego, wspólnego bombienia tramwajów i kolejek. GGE 41; bombienie linii 'bombienie pociągów na danej linii kolejowej': To okres dość intensywnego malowania oraz wypadów na bombienie linii do okolicznych miejscowości. GGE 337; street bombing 'bombing na ulicach miasta': (...) Zielona Góra w tamtych czasach to tylko street bombing, linia i pociągi. GGE 49; train bombing 'bombing pociągów': (...) co skierowało mnie w stronę train bombingu jako ostatecznego medium dla graffiti. GGE 248; bombing miasta 'akcje graficyarzy na mieście': Zaczęły się regularne wyjścia na panele oraz ostre „bombing” miasta. GGE 230. Celem **b.** jest dominacja w wizualnej przestrzeni miasta jako sposób na zdobycie sławy i szacunku innych **writerów**; chodzi o wykonanie jak największej liczby prac o możliwie najlepszej do osiągnięcia w ekstremalnych warunkach jakości oraz przeprowadzenie jak największej liczby takich akcji, ts. GWP 270, ze sl. am. *bombing* 'ts.' WGG, zob. **bombić, bombiarz, atak, led bombing, bombingowy**.*

**BOMBINGOWY** 'związany z **bombingiem**': *Stylowo ustawialiśmy poprzeczkę, czy to od strony kolorowych legali, czy prostych bombingowych stylów. GGE 209.*

**BRANDALIZM** 'strategia i technika walki z dewastującą przestrzeń miasta i ludzkie dusze reklamą propagującą konsumpcjo-

nizm': Z, ze sl. am. *brandalism* (*brand* 'marka' + *vandalism*) 'ts', UD, W, zob. **subvertising**.

**BRECHTAĆ** 'śmiać się z czegoś, wyśmiać się': *Tło robiliśmy pistoletami ze sprężarki, aby było taniej. Reszta trochę z tego brechtała. GGE 40, ts. NSGU 40, zob. beka.*

**BRYGADA** 'grupa **writerów**': *Atmosfera między brygadami stała się bardzo ostra, wzajemnie przejeżdżali sobie wrzuty. GGE 622, ts. NSGU 40, zob. crew.*

**BUBBLE LETTERING** 'wykonywanie **liter** w **bubble style'u** przez nadawanie im obłego kształtu': *Współzawodnictwo sprawiło, że szybko wypracowano nowe style – sławne dziś wildstyle czy bubble lettering. Z czasem graffiti zyskało cechy hiperrealizmu. PSA 358, ze sl. a. bubble letters/bubble lettering 'ts.' GG, zob. **bubble style, block letters, liternictwo**.*

**BUBBLE STYLE, BUBBLE** 'wczesny styl **liter**nictwa, wywodzący się z Nowego Jorku, charakteryzujący się obłym kształtem liter, wyglądających jak bąble lub chmurki, prace w tym stylu': *No i Risk, król bubble'i, styl tak konsekwentny, że rozpoznawalny nawet z kosmosu. GGE 406; Ta specyficzna „bublowość” liter, „niekonsekwencja” i troszkę „infantylizacja” stylów to zupełnie nie nasza bajka. GGE 33; simple bubble style 'prosty styl bubble': Dla fana simple bubble style, te tłuste, robione montanami paneliki, to był powiew kolorystycznej świeżości i stylowe inspiracje. GGE 474, ts. Ganz 374, podobnie GWP 270, ze sl. am. 'ts.' WGG, zob. **bubble lettering, wild style, graffiti**.*

**BUFF** 'usuwanie za pomocą chemikaliów lub zamalowywanie **graffiti** na ścianach, wagonach': *Przed 2004 rokiem wszystko, co było namalowane na pociągu, jeździło po całej Polsce nawet dwa lata i nie było mowy o buffie. GGE 50, podobnie GWP 270, buffing 'ts.' Schacter 394, ze sl. am. 'ts.' GG, zob. **buffer, cleanersi**.*

**BUFFER** 'osoba usuwająca **graffiti**': (...) *nowe dynamiczne pokolenia nie dają odechnąć bufferom...* GGE 136, ze sl. am. 'ts.' YT, zob. **buff**.

**BUFFOWANY** 'czyszczony z **graffiti**': (...) *panele są od razu buffowane (usuwane)*. PSA2 296, zob. **buff**.

**BUJAĆ SIĘ** z kimś 'zadawać się z kimś i wspólnie wykonywać **graffiti**': *Po prostu dla mnie osobiście „scena” to byli ci, z którymi się bujałem, spędzałem czas i z którymi się nawzajem inspirowaliśmy*. GGE 493, podobnie MSS.

**BURN, SPALIĆ** 'zrobić najlepszy **wrzut**': Z, ze sl. am. 'ts.' WGG, GG.

**BURNER** 'duża, dobrze technicznie i ciekawie stylistycznie wykonana, najczęściej legalnie, praca **graffiti** o żywych kolorach': *Na przedmieściach Goeteborga przyciągnęły moją uwagę kolorowe burnery...* GGE 17, ze sl. am. 'ts.' GG, WGG, zob. **burn**.

## C

**CALIGRAFFITI** 'styl **literactwa** przypominającego sztukę kaligrafii': Z, ze sl. am. 'ts.' YT, zob. **asemic writing**.

**CAP** zob. **kap**

**CASHFLOW** 'przepływ pieniędzy, sposób na zarabianie pieniędzy': *O ile w rapie nastąpiła komercjalizacja i cashflow, których skutkiem jest jedna czy druga cenna impreza, o tyle graffiti jako kolektywna siła zostało zaniedbane*. GGE 424, z ang. *cash flow* 'ts.' SZA 46.

**CHARAKTER** 'kompozycja o charakterze figuratywnym, przedstawiająca wizerunek twarzy, postaci, zwierzęcia itp.': *Charakter zrobiony przez 2se* GGE 174; (...) *jako grupa z południa posiadali funkujący styl i często malowali charaktery*. GGE 428. W początkowym okresie rozwoju **graffiti charaktery** odgrywały poboczną rolę w porównaniu z **literami**, umieszczane na marginesie

kompozycji, natomiast obecnie stanowią główny motyw wielu prac i wraz z nimi stanowią podstawowy wyróżnik **writingu**; **ch.** początkowo tworzono w manierze kreskówkowej lub komiksowej, obecnie coraz częściej przypominają one portrety z obrazów klasycznego malarstwa, zwłaszcza, gdy twórcy używają **szablonów** nakładanych na siebie warstwowo; tak powstałe **ch.** postrzegane są raczej jako przynależne do **street artu**, wg Schacter 394: 'postać z kreskówki, komiksu, telewizji lub innego obszaru kultury popularnej, która może zastąpić literę w kompozycji graffiti', ts. Ganz 374, podobnie GWP 270, ze sl. am. *character* 'ts.' WGG, zob. **fotoreal, charakterowiec, graffiti fotorealistyczne**.

**CHARAKTEROWIEC** 'writer, który zajmuje się malowaniem **charakterów**': Z.

**CHECKING** 'ubezpieczanie **graficiarzy** przez obserwację terenu i ostrzeganie ich przed służbami': *Jasiu i Deszczu, dzięki za checking!* GGE 368, z ang. 'zabezpieczać' LDCE 219, zob. **czekować**.

**CHILL** zob. **czilować**

**CHŁOPAK** 'graficiarz'; **dobrze chłopaki** 'dobrzy, fachowi **graficiarze**': *Do naszej drużyny szybko dołączyło wielu dobrych chłopaków*. GGE 38; **lokalne chłopaki** 'tutejsi, swoi **graficiarze**': *Prawie codziennie widywaliśmy kolorowe pomarańcze zrobione przez turystów, jak i naszych lokalnych chłopaków*. GGE 506, zob. **lokalsi**.

**CHROM** 'duża kompozycja literowa z wyrazistym, najczęściej czarnym, konturem i/lub takimż cieniem i srebrnym wypełnieniem, także farba w kolorze srebrnym': *Pamiętam, że nie wiedziałem, co to chrom, zastanawialiśmy się co to za białe, co tak siadają*. GGE 17; *Najlepszym chromem było Nybco, dostępne w wybranych sklepach plastycznych...* GGE 170; *Na tej miejscówce powstało wiele chromów*. GGE39, podobnie GWP 270, ze sl. am. *chrome* 'ts.' W, zob. **srebro, chromowy**.

**CHROMOWY** 'związany z wykonywanie **chromów**': *Rób Chromowy Bunt* GGE 119.

**CLEANERS** 'czyściciel **graffiti**': *Panele malowane na panelach, bo nie było miejsca, cleanersi nie nadążali z myciem szyb.* GGE 284, ze sl. am. *cleaner* 'ts.' W, zob. **buffer**.

**CLIQUE** 'grupa **writerów** działających wspólnie', wg MSS 'grupa znajomych', ze sl. am. 'ts.' HT, zob. **crew**, **ekipa**.

**COMMUNITY ART** 'sztuka i działania oparte na dialogu artystów z lokalną społecznością, dokonującym się tu i teraz'. Jego celem jest nie tylko otwarcie mieszkańców na sztukę, ale równocześnie – zadowolenie się **streetartowców** w wybranej przestrzeni miasta. W procesie działań społecznościowych dużą rolę, obok nich, odgrywają animatorzy kultury. Starają się oni ułatwić lokalnym środowiskom własne konstruowanie i interpretowanie przestrzeni publicznej, organizując w bramach, na ulicach i na podwórkach, wspólnie z artystami, warsztaty plastyczne, fotograficzne i inne, malowanie murali, wystawianie jednoaktówek itp. Termin **c.a.** pojawia się w opracowaniach dotyczących street artu, ale należy pamiętać, że ta praktyka artystyczna ma tradycję sięgającą początku lat 60. XX w., kiedy to na Zachodzie pojawili się artyści pragnący zwrócić uwagę społeczeństwa na problemy społeczności lokalnych. Uczynili oni sztukę narzędziem zmian społecznych przez włączanie mieszkańców w różne projekty. Dzięki temu użytkownicy sztuki zaczęli partycypować w jej powstawaniu, przestając być jedynie jej biernymi odbiorcami. Z ang. *community arts* 'sztuka dialogu, sztuka społecznie zaangażowana' W, zob. **guerilla marketing**.

**COMMUTER** 'system kolejek dojazdowych': *Rozpracowując kolejne systemy i commutery...* GGE 552, ze sl. am. 'codzienny dojazd do pracy', LDCE 271, zob. **system**.

**CREW** 'zorganizowana grupa **writerów** pracujących wspólnie nad obrazami, które podpisują przeważnie trzyliterowym skrótem jej nazwy i **tagami** członków, np. *JWP crew*': *Pod koniec 1999 roku do crew dołączył Plum...* GGE 238; (...) *Wileński zaczął być odwiedzany przez crews z innych części miasta...* GGE 443; **supercrew** 'grupa wyjątkowych **writerów**': (...) *wytworzyło się supercrew, które zdominowało wszystkie inne.* GGE 513, podobnie GWP 270, ze sl. am. 'ts.' GG, WGG, zob. **clique**, **skład**, **ekipa**, **brygada**.

**CRIME** 'zbrodnia, przestępstwo – tak **graficjarze** lubią autoironicznie określać swoją nielegalną działalność': *Kwestią czasu było przyjęcie do grupy Bitcha – mojego partnera „in crime”...* GGE 204; największy na świecie portal graficjarski nosi nazwę *Art Crimes* ([www.graffiti.org](http://www.graffiti.org)), w Polsce i na świecie częste są sentencje w rodzaju: *IF CRIME LIKE THIS IS ART, MY GOD GORGIVE ME!* 'jeśli zbrodnia taka jak ta jest sztuką, to wybac mi, mój Boże', z ang. 'ts.' LDCE 325, zob. **partners in crime**, **thugs**.

**CROSS** 'kopie, bazgroły lub **wrzuty** wykonane przez **graficjarza** na pracy jego poprzednika': *W pewnym momencie na WKD zaczęły pojawiać się crossy naszych rzeczy...* GGE 381, z ang. 'przejeżdżać' LDCE 329, MSS, zob. **crosser**.

**CROSSER** 'osoba wykonująca **crossy** na pracy innego **writera**': *ABOC byli nieudolnym warszawskim wcieleniem crossera Capa z filmu „Style Wars”.* GGE 381, W, zob. **krosowanie**.

**CROSSING** zob. **cross**, **crosser**, **krosowanie**, **battle**

**CRUISING** 'przechadzka, przejażdżka': *Umówiliśmy się z Romeo na wieczór na jakiś wspólny cruising po mieście i poszliśmy zająć do parku.* GGE 547, z ang. 'ts.' LDCE 331.

**CUG** ‘pociąg’: (...) *bombienie cugów, które w Katowicach od początku historii graffiti było najważniejsze.* GGE 286, z niem. Zug ‘ts.’ SN 544.

**CULTURE JAM(MING)** ‘nowe zjawisko w sztuce ulicy (zwłaszcza w **street arcie**) – rodzaj prowokacji kulturowej, której celem jest zakłócanie lub wręcz zagłuszanie oficjalnej kultury przez ośmieszenie lub zdyskredytowanie zjawisk, postaw i przekazów społeczno-kulturowych i politycznych, zwłaszcza takich, jak globalizacja, konsumpcjonizm, hedonizm czy korporacjonizm i związane z nimi mechanizmy manipulacji stosowane w reklamie, ale także kreatywne przetwarzanie podejmowanych wątków, improwizowanie na ich temat. Przejmując elementy wizualnej popkultury i przekazów reklamowych, artyści prowadzą subwersyjne praktyki, a nawet tworzą nowe dzieła, które, z jednej strony, zakłócają, parodiują oficjalne przekazy, ale z drugiej, wyrażają ich poglądy na rzeczywistość społeczno-kulturową i polityczną. Do c. j. zalicza się także podmienianie autentycznych produktów kultury przez ich „zastępniki”. Jak informowały media, jedna z takich akcji zorganizowana została podobno przez najsłynniejszego **writera** świata Banksy’ego; polegała na wejściu do znanego londyńskiego sklepu muzycznego przy Piccadilly Circus i zamianie (a właściwie kradzieży) kilkudziesięciu płyt na egzemplarze, które zewnętrznie niczym się nie różniły od oryginału. Po ich nabytcu i otwarciu fani odkrywali w pudełkach zagadkowe rysunki i teksty o treściach antyglobalizacyjnych, a same płyty zawierały trwające kilkanaście minut nagranie szczekania psa. Z ang. ‘blokowanie, zagłuszanie kultury’, z ang. ‘ts.’ UD, zob. **advertising, adbusting, subvertising.**

**CZEKER** ‘grafciarz zabezpieczający akcje swych kolegów’: *Zostaliśmy przyjęci już przez nowe pokolenie – Birtha i czekera Hyde’a.* GGE 135; (...) *zrobiłem one man samemu bez*

*czekera na yardzie w Wejherowie.* GGE 224, ze sl. am. checker ‘ts’, zob. **czekować.**

**CZEKOWAĆ** ‘ubezpieczać **grafciarzy** przez obserwację terenu i ostrzegać ich przed służbami’: (...) *pojechałem z nim oraz ze Sme i Hothem czekować jak robili chromy na linii w Sopocie na Kamiennym Potoku.* GGE 172; (...) *chłopaki czekowali nam akcyjkę.* GGE 537; z ang. check ‘kontrolować, zabezpieczać’ LDCE 220, zob. **czeker, checking, obcinać, obczajać, watchout.**

**CZILOWAĆ, CZILOWANIE** ‘relaksować się, wyluzowywać się, relaks’: *My chodziliśmy z nimi na yardy, oni czilowali z nami na hall-of-fame’ach.* GGE 59; *USH crew zostało założone podczas wspólnego wakacyjnego czilowania na półwyspie Helskim w lipcu 1999 roku.* GGE 238, ze sl. am. chill out ‘ts.’ UD.

**CZYTAĆ ŚCIANY** ‘zapoznawać się z **graffiti** w celach edukacyjnych’: *Nie było internetu, trzeba było czytać ściany. Siedzenie przed wrzutami, oglądanie patentów i kolorów.* GGE 380.

## D

**DAĆ DZIDĘ** ‘uciec’: *Bez namysłu wszyscy daliśmy dzidę przez okno.* GGE 204, ts. MSS.

**DALEKOBIEGI, DALEKSY** ‘pociągi dalekobieżne’: *Nocny relaks na daleksach* GGE 37; (...) *na sąsiednim torze czasami dalekobiegi.* GGE 488, zob. **podmieje.**

**DAMAGE** ‘działania grafciarzy o charakterze dewastacyjnym’: (...) *bezkompromisowość działań dobrze oddanych słowami damage czy destroy (zniszczenie).* PSA2 165, z ang. ‘uszkodzić, zniszczyć’ LDCE 343, zob. **destroy, dewastowanie murów, bombing.**

**DAWAĆ POWERA** ‘dawać energię’: *Po prostu graff-turystyka daje niesamowitego powera.* GGE 641, z ang. power ‘energia, siła’ LDCE 1102.

**DESIGN** 'wzornictwo, fachowo zaprojektowany wygląd przedmiotu, obiektu': (...) *wjechaliśmy fat capami na skostniały od jakichś pięćdziesięciu lat design kolejek podmiejskich*. GGE 128, z ang. 'ts.' LDCE 370.

**DESTROY** 'określenia działań **graficiarzy** o charakterze dewastacyjnym i chuligańskim, budzące podziw części środowiska ze względu na wykazywane przez nich zdecydowanie i ryzyko przy wykonywaniu prac, a także zniszczenia, jakie takie akcje pociągają za sobą, np. wybite „przy okazji” szyby w wagonach': *Głównym naszym zajęciem była najebka, bombienie i destroy...* GGE 253; *Paryż – piękne miasto, totalny bombing, destroy*. GGE 550, z ang. 'uszkodzić, zniszczyć' LDCE 372, zob. **damage**.

**DEWASTOWANIE MURÓW** 'dewastacyjne malowanie murów przez **graficiarzy**': *Kolejnym etapem było dewastowanie murów razem z Leonem i Fergusem...* GGE 332, zob. **destroy**, **damage**, **bombing**.

**DIS** 'brak szacunku, nieuprzejmość, zniewaga, obraza, zelżenie kogoś, złośliwy komentarz': *Dużo beefów i disów między ekipami i jednostkami*. GGE 133, znane w **hiphopie** (*rapie*), ze sl. am. *dis* < ang. *disrespect* 'ts.' WGG, zob. **damage**.

**DNIÓWKA** 'graficiarska akcja przeprowadzona w ciągu dnia': *Już po zainstalowaniu kamery na Zachodnim robiliśmy sobie z Boomem to, co lubimy najbardziej – dniówkę*. GGE 537.

**DRAJWER, DRIVER** 'maszynista kolejowy': (...) *siedzieli drajwerzy w pierwszych składach*. GGE 229; *Jak by nie było, już czternasty rok nie dajemy pospać drajwerom na bocznicach*. GGE 505; *Pod koniec zauważyłem, że z kolejki wystaje głowa drijvera, którego zagadywał jakiś społecznik*. GGE 644, z ang. 'kierowca' LDCE 420.

**DREAM TEAM** 'drużyna marzeń': *Od 1996 roku zuchwały zwyczaj pisania po murach mieli też Arpone, Ner i Skem, lokalny dream team*. GGE 573, ze sl. am. 'ts.' UD.

**DRIPS** 'zacieki na **tagu** nadające mu efektowny wygląd': Z, ze sl. am. 'ts.' WGG.

**DUPLIKI** 'powtórnie wykorzystane motywy, wzory graficiarskie': *Tamtej nocy zrobiliśmy sobie z murka ponadgodzinne t2b z duplików*. GGE 551.

**DZIECIAKI** 'bardzo młodzi, początkujący **graficiarze**': *Dzieciaki znają swoje miejsce w szeregu, wiedzą, co im wolno, a czego nie*. GGE 544, zob. **mentorzy**.

## E

**EKIPA** 'grupa ludzi, tu: **writerów**, współpracujących ze sobą': *Działasz w ekipie, na której możesz polegać, masz zaufanych ludzi*. *Partners in crime*. GGE 438, ts. MSS, zob. **crew**.

**END TO END, E2E** 'obraz wykonany poniżej górnej krawędzi okien wagonu pasażerskiego, ciągnący się przez całą jego długość': (...) *zaczęło się od chromów pojechanych kolorowym e2e ...* GGE 433; *Wymalowania rozciągające się wzdłuż całego wagonu, ale niepokrywające całej jego powierzchni i pozostające poniżej górnej krawędzi okien to tak zwany end to end (e2e)*. PSA2 154; ts. ŚW 374, podobnie GWP 270; **one man end-to-end 'e2e** 'kompozycja wykonana przez jednego **writera**', Z, ze sl. am. 'ts.' GG, zob. **window down**, **top to bottom**, **whole car**, **whole train**, **panel**.

**EUROCLASH** zob. **styl**

**EVENT GRAFFITI** 'graficiarskie wydarzenie': *Nie podoba mi się to, że każdy większy event graffiti ma cechy wydarzenia komercyjnego ze sponsorami, patronami medialnymi*. GGE 557, z ang. *event* 'wydarzenie' LDCE 464, zob. **art event**.

**EVER** 'wyjątkowa praca **graffiti**, osiągnięcie na lata': (...) *srebro KMC Kingdom, największe w historii miasta „ever”*. GGE 41, skrót od ang. *evergreen* 'artystyczne dokonanie wiecznie żywe, świeże, np.

w muzyce utwory cieszące się powodzeniem przez dziesiątki lat i wykonywane przez wielu artystów' LDCE 465.

## F

**FADING** 'robienie przejść kolorystycznych w **graffiti**': *Okazało się, że graffiti nie musi mieć strzałek, fadingów, klasycznych kształtów, czarnych outline'ów.* GGE 474, ze sl. am. 'ts.' WGG.

**FAN** 'wielbiel **graffiti**': *Oczywiście jest to również swojego rodzaju autopromocja, z czasem przybywa tak fanów, jak i hejterów.* GWP 192, z ang. 'wielbiel' LDCE 497, zob. **hejter**.

**FARBA** 'farba w spreju – podstawowy materiał w pracy graficiarzy': *Pojawiły się pierwsze lokalne graff-shopy z farbami...* GGE 607, zob. **aerozol**.

**FEJM, FAME** 'sława, szacunek i uznanie, jakie zdobywa **writer** w środowisku **graficiarzy** dzięki swoim dokonaniom': *Po prostu malować, fejm i inne rzeczy się wtedy nie liczyły.* GGE 363; *Powtórzenie tej samej trasy miesiąc później gwarantowało już trwały fejm.* GGE 597; (...) *fame (czyli sława wynikająca z dokonań writera)...* PSA2 156. Określenie znane całej subkulturze **hh**, ze sl. am. 'ts.' WGG, zob. **respect, fejmowy**.

**FEJMOVY** 'sławny, znany ze swoich umiejętności i dokonań, szanowany w środowisku **graficiarzy, streetartowców**': *Blockbuster NSV i fejmowe imiona* GGE 112; *Tyle fejmowych imion w jednym miejscu.* GGE 380; *Ci, którzy dziesięć lat temu byli fejmowymi street artowcami, urbanartowcami czy postwandalami, być może za pięć lat będą nazywać się jeszcze jakoś inaczej.* PSA2 56, zob. **fejm**.

**FESTIWALIZACJA STREET ARTU** 'zjawisko coraz częstszego, najczęściej cyklicznego, organizowania imprez streetartowych, podczas których są wykonywane **murale** na

narzucony z góry temat przewodni lub bez niego'; Do najbardziej znanych w Polsce festiwalu **street artu** zalicza się *Monumental Art* na gdańskim osiedlu Zaspa, projekt *Out of Something* we Wrocławiu, łódzką *Galerię Urban Forms*, festiwale i jamy organizowane przez warszawski Vlepvnet; jasną stroną **f.** jest promocja sztuki współczesnej, ciemną – narzucanie artystom tematyki murali, traktowanie ich przez urzędników w sposób czysto instrumentalny, jako wykonawców określonego zamówienia o ściśle określonych parametrach. Komerccjalizacja i wykonywanie wątpliwych zadań społecznych zabijają swobodę twórczą i sprowadzają wytwory artystyczne do roli dekoracji lub reklamy, zob. **muzealizacja street artu**.

**FINISH (LINE)** 'ostatnia zewnętrzna linia kompozycji, np. w **chromach**': *Czasem pojawia się też kolejna, cienka zewnętrzna obwódka (finish).* PSA2 162, zob. GWP 270, z ang. 'końcowa (linia)' LDCE 521, 829.

**FLAMEK** 'flamaster': *Mam flamek ze złota, a oni mają pały.* GGE 383, zob. **marker**.

**FLOW** 'cecha pracy odzwierciedlająca talent **writera**, polot i fantazja w jej wykonaniu': *Człowiek nie wiedział, że „tak się nie robi”, albo że to nie ma „flow”* GGE 14; *Czułem flow. Płynność szkicu i lekkość.* GGE 34, podobnie GWP 270; określenie znane całej subkulturze **hh**, zwłaszcza w odniesieniu do działań raperów; ze sl. am. 'ts.' UD.

**FOTOREAL** 'obraz **graffiti** stwarzający złudzenie fotografii, wykonywany często z (wielokrotnym) użyciem **szablonu**, przedstawiający postacie ludzi i sylwetki zwierząt, pejzaże i scenki rodzajowe, inaczej: **graffiti fotorealistyczne**', podobnie GWP 270, ze sl. am. *photoreal* < ang. *photorealism* 'styl malarstwa' UD, zob. **charakter**.

**FREAK** 'szaleniec, wariat, dziwak': *Baliśmy się tylko agresywnych chuliganów i zwariowanych pijanych freaków.* GGE 465, z ang. 'ts.' LDCE 561, zob. **freaky**.



**FREAKY** ‘dziwaczny, szalony’: *Ich freaky stajliki pasowały do siebie jak układanka.* GGE 401, z ang. ‘ts.’ LDCE 561, zob. **freak**.

**FRIENDSHIP** ‘przyjaźń, tu: między **graficjarzami**’: *Gdańsk zawsze był spoko – friendship do dziś.* GGE 542, z ang. ‘ts.’ LDCE 566.

**FREESTYLE** ‘technika polegająca na eksperymentowaniu i improwizacji w procesie tworzenia dzieła plastycznego – w zakresie jego koncepcji, kompozycji, kształtu i środków wyrazu artystycznego, wolny styl w **malowaniu**, zwłaszcza w **street arcie**’: *Zawsze freestyle i otwarta głowa.* GWP 258, ze sl. am. ‘ts.’ **F.** jest szeroko znany w kulturze hipopowej, pop i w innych, nieartystycznych dziedzinach aktywności, np. w sporcie. Raperzy tym mianem określają spontaniczne improwizowanie rymowanych tekstów, które czasami stanowią element pojedynku na słowa między nimi; ze sl. am. ‘ts.’ SZA 82, UD.

**FUCK THE SYSTEM, FAKAĆ SYSTEM** ‘pieprzyć system’. Hasło przejęte od anarchistów przez **graficjarzy** i inne subkultury oraz – ogólnie – przez osoby, który kontestują system społeczno-polityczny obowiązujący w danym kraju. Liczne napisy, wykonane przez **writerów**, w rodzaju *fuck the system* można znaleźć w wielu polskich miastach i na licznych stronach internetowych, ze sl. am. ‘ts.’ UD, zob. **system**.

**FULKOLOROWY, FULL COLOR** ‘w pełni kolorowy’: (...) *fulkolorowe produkcje zmieniły na zawsze oblicze radomskich ulic, osiedli i terenów kolejowych.* GGE 573, *A pierwsza full color praca na wspomnianych zawodach.* GGE 365, z ang. *full* ‘pełen’ LDCE 573, *color* ‘kolorowy, kolor’ (wersja amerykańska jęz. ang.) LDCE 259, zob. **kolor**.

**FUN** ‘zabawa, rozrywka’: *Uważam, że nie, najważniejszy jest fun, uśmiech w oczach ludzi i fakt, że można zrobić coś dla innych.* GWP 84, z ang. ‘ts.’ LDCE 574.

**FUNKY, FUNKUJĄCY** ‘niekonwencjonalny, swobodny, nawiązujący do rytmów muzyki funk’: (...) *CBF charakteryzowali się bardziej funky podejściem do tworzenia liter.* GGE 428; (...) *jako grupa z południa posiadali funkujący styl i często malowali charaktery.* GGE 428, z ang. ‘ts.’ LDCE 575, SZA 82.

## G

**GANDZIA** ‘marihuana’: *Gandzia towarzyszyła zawsze.* GGE 106, ze sl. am. *ganja* ‘ts.’ LDCE 582, zob. **joint**, **hasła antynarkotykowe**.

**GOING OVER, PRZEJECHAĆ, PRZEJEŹDŹAĆ** ‘namalować na czyimś wrzucie czy **panelu** w akcie graficarskiej rywalizacji swój pseudonim, także: efekt takich działań’: *Nie robiło się jeszcze going-overów, ale było już dosyć tłoczno.* GGE 213; *Mnie kiedyś Cent przejechał panel.* GGE 496; *Atmosfera między brygadami stała się bardzo ostra, wzajemnie przejeżdżali sobie wrzuty.* GGE 622, ze sl. am. ‘ts.’ Schacter 394, WGG, zob. **krosować**.

**GRAF** ‘kompozycja, praca **graffiti**’: *Codziennie szedłem zobaczyć grafa Djmb, przy którym przecież tylko pomagałem.* GGE 14; (...) *bardzo był zaskoczony wysokim poziomem naszych grafów.* GGE 17, skrót od **graffiti**.

**GRAFF-** ‘część inicjalna połączeń wyrazowych pełniąca funkcję określenia **graficarski**’: np. **graff-film** ‘film o **graffiti**’: *Za granicą zaczęły powstawać pierwsze pociągowe graff-filmy...* GGE 224; **graff-gra** ‘uprawianie **graffiti**’: (...) *chłopaki nie mieli doświadczenia w graff-grze...* GGE 162; **graff-legenda** ‘**graficarska** legenda’: (...) *jak donosiły krążące w tamtym czasie graff-legendy...* GGE 606; **graff-pola** ‘obszary działania **graficjarzy**’: *Dzięki dużej aktywności na różnych graff-polach...* GGE 606; **graff-shop** ‘sklep dla **graficjarzy**,

głównie ze sprzętem i farbami': *Poszedł sam do graff-shopu i kupił mi karton srebrnych montan.* GGE 224; *Pojawiły się pierwsze lokalne graff-shopy z farbami...* GGE 607; **graff-turystyka, graff-wyjazdy** 'wyprawy po kraju lub za granicę w celu malowania tam **graffiti** i wymiany doświadczeń z miejscowymi **graficznymi**': *Wiadomo, że o to chodzi w graff-turystyce.* GGE 638; (...) *na typowe graff-wyjazdy pozwalam sobie coraz rzadziej.* GGE 640, podobne określenia istnieją w innych dziedzinach **hip hopu**, np. *rap-gra*, zob. **turystyka**.

**GRAFICJARZ, GRAFFITI WRITER** 'osoba tworząca i praktykująca **graffiti**': (...) *już sam malowałem, ba, uważałem się za graficiarza.* GGE 92, z ang. 'ts.' UD, zob. **writer, malarz, bomber, charakterowiec, chłopak, king, kołędnik, kozak, legalowiec, mentor, muralista, osełkarz, popapraniec, rejoniarz, roller, sezonowiec, streetartowiec, stylowiec, systemowiec, szabloniarz, tager, toy, turysta, pies panelowy, all city, writing**.

**GRAFFITI JAM** zob. **jam**

**GRAFFITI, GRAFFITI WRITING, GRAFF** 'anonimowa i spontaniczna oraz w dużej mierze nielegalna sztuka pisania **tagów**, malowania **liter** i **charakterów** oraz prostych obrazów, która wzięła początek w Stanach Zjednoczonych w latach 70. XX w., oraz – niekoniecznie będące sztuką – wykonywanie przez **graficznymi** różnego rodzaju napisów i malunków na ścianach budynków, ogrodzeń czy wagonach pociągów i metra oraz innych środkach komunikacji za pomocą farb w spreju, **markerów**, wałków, **szablonów**, a także innego rodzaju narzędzi i materiałów w celu przekazania określonych treści i komunikatów': *Chodzi o graffiti, którego początek nastąpił w Nowym Jorku i Filadelfii w latach 70. XX w. i którego głównym przedmiotem zainteresowania jest literactwo malowane na pociągach i miejskich ścianach.* GGE7; *Wróciliśmy*

*do Gdańska mega zainspirowani zarówno graffem, jak i b-boyingiem...* GGE 180; *Po ogromnym sukcesie albumów „Subway Art”, „Getting Up”, filmów „Style Wars” i „Wild Style” sztuka graffiti – wiele lat później – wreszcie dotarła do Polski.* GGE 647; *Odebrano nam coś, z czego byliśmy dumni – jeżdżącą po torach sztukę, z której czerpałymi inspirację do działania, spotkań i rozmów.* GGE 648; *Sens graff zmienił się dla mnie na przestrzeni lat.* GGE 402; *Moje graffiti jest buntem, agresją, nienawiścią, darcieciem gęby.* GGE 424; **writersko rozumiane graffiti** 'dojrzałe **graffiti**': *Narodziny writersko rozumianego graffiti w Lublinie, tak jak i w całej Polsce, przypadły na lata 90., kiedy to obok typowych dla tamtego okresu prostych, subkulturowych oznaczeń terenu, na ścianach i przystankach zaczęły się pojawiać bardziej złożone graficznie napisy i ksywy.* GGE 590. Graffiti ma charakter językowy, ikonograficzny lub mieszany – słowno-obrazkowy. Wyróżnia się różne jego rodzaje: **graffiti 3D, street art 3D, trójwymiarowe** 'prace graficzne wykonane w technice 3D i stwarzające iluzję przestrzeni trójwymiarowej – na wzór znanego od wieków malarstwa iluzjonistycznego'; obserwator patrzy z określonego punktu, dostrzegając elementy wklęsłe i wypukłe; w wykonaniu **graficznymi** ten rodzaj sztuki ulicznej ma wyraziście „uliczną” stylistykę i tematykę wziętą z życia codziennego; bywa uznawane za gatunek **graffiti fotorealistycznego**, podobnie GWP 271; **graffiti abstrakcyjne** 'graffiti nawiązujące do malarstwa abstrakcyjnego': *Graffiti abstrakcyjne to najczęściej (choć nie zawsze) pochodna form literowych...* PSA2 188. W kompozycjach tego typu **litery** służą jedynie jako obiekt przetwarzany w barwne kompozycje, w których trudno rozpoznać pierwotne wzory; **graffiti artystyczne** 'graffiti o ambicjach artystycznych': *W graffiti artystycznym liczy się nie liczba odbiorców, lecz to, czy dzieło działa.* GWP 96; **graffiti erotyczne** 'rysunki i malunki na murach o charak-

terze erotycznym': *Graffiti erotyczne jest jednym z najstarszych i najczęściej spotykanych typów przedstawień...* GWP 160; **graffiti fotorealistyczne** 'graffiti o wyraźnie artystycznym zacięciu, polegające na tworzeniu **fotoreali**': Z, **graffiti literowe** 'graffiti skoncentrowane na wykonywaniu **liter**': *Graffiti to dla mnie litery. Ich kształt, dynamika, wzajemna harmonia. Graffiti to sztuka dawania literom duszy. Sztuka zamieniania czegoś martwego i beznamiętnego w coś żywego i emocjonalnego.* GGE 435; *Pod koniec lat 80. zaczęło się pojawiać graffiti literowe. Odnosiliśmy się na początku do tego malowania liter z ręki bardzo sceptycznie i lekceważąco, taka Ameryka, nie ceniliśmy tego. To było takie ... pozbawione treści.* GWP 76; **reverse graffiti** 'kompozycje lub same napisy tworzone przez zeszkrobywanie lub usuwanie brudu, który osiadł na samochodach, ścianach tuneli itp.': Z, z ang. *reverse* 'odwrotny, odwrócony'; **graffiti narracyjne** 'graffiti jako rodzaj opowieści obrazkowej': (...) *podoba mi się za to moda na graffiti narracyjne, gdzie literki mają cechy charakterów i są rodzajem krejzolskiej opowieści obrazkowej, niczym z komiksu „Kosmiczne przygody profesorka Nerwosolka” albo „Tytus, Romek i A'Tomek: Wyspy nonsensu”.* GGE 557; **graffiti polityczne / walczące** 'graffiti o charakterze społeczno-politycznym': *W graffiti politycznym chodzi zazwyczaj o dotarcie do jak największej liczby odbiorców i pod tym kątem wybiera się miejsca.* GWP 96; *Używam graffiti w najbardziej typowej dla Polski formie – graffiti walczącego.* PSA2 133; **graffiti reklamowe** 'napisy, slogany, obrazki o charakterze reklamowym': *Graffiti reklamowe – początkowo były to przede wszystkim utrzymane w estetyce graffiti krótkie napisy informacyjne na fasadach lokali gastronomicznych i usługowo-handlowych.* GWP 236; **graffiti sportowe** 'napisy, znaki i symbole wypisywane przez kibiców': *W obrębie graffiti sportowego mamy natomiast do czynienia ze wszystkimi typami napisów, zna-*

*ków i symboli wykonywanych w przestrzeniach zewnętrznych przez kibiców, głównie drużyn piłkarskich...* GWP 160; **light graffiti** 'graffiti „malowane” w powietrzu za pomocą projektora, lasera i innych źródeł światła': *Popularność zyskało zwłaszcza tzw. light graffiti – writing wykonywany w powietrzu za pomocą niewielkiego źródła światła...* PSA2 153; **graffiti szablonowe, stencil graffiti, stencil art** 'graffiti powstałe za pomocą **szablonu**, który przykładają się do powierzchni ściany lub arkusza papieru, a następnie maluje motyw farbą w spreju': *Niedługo potem w centrum (...) powstała pierwsza w historii miasta galeria graffiti szablonowego pod wspólnym szyldem Artyści Przeciw Rzeczypospolitej.* GWP 83; *Używanie szablonu można wielokrotnie powtarzać w różnych miejscach, można także dzięki niemu nakładać na siebie warstwy farby – w ten sposób powstają misternie wykonane charaktery.* Za ojca **stencil artu** uważa się francuskiego artystę Blek Le Rata, twórcę **szablonów** i wykonywanych za ich pomocą **wlepek**, który stał się wzorem dla innego sławnego writera Banksy'ego i już w latach 80. umieszczał na ścianach paryskich budowli wizerunki ludzi i szcureków, ts. Ganz 374; **knit graffiti** 'instalacje z włóczki, tworzone przez artystki, które zakładają włóczkowe ubranka na drzewa, pojazdy, rzeźby i inne obiekty w mieście': *Włóczkowe instalacje, zwane knit graffiti albo yam bombingiem to domena kobiet.* PSA2 282; *Mając świadomość, w jak wielorakie konteksty wpisuje się bądź wpisywane jest knit graffiti (feministyczne, krytyczne, polityczne, artystyczne, społecznościowe, ekologiczne) najbardziej chyba lubię swoje miejskie dzierganie oglądać przez okulary sytuacjonistyczne.* GWP 244, ze sl. am. 'ts'; **graffiti zaangażowane** 'graffiti zajmujące się sprawami społeczno-politycznymi': *Wydaje mi się, że zaangażowane graffiti czy street art są może ciekawe, ale nie efektywne. Zostały zbanalizowane do wesołych obrazków. Mają bardziej komercyjny wymiar.*

GWP 219. W Polsce **g.** pojawiło się w szerzej skali dopiero pod koniec lat 90. postrzegane jako element kultury hiphopowej. Termin jest wieloznaczny, a samo zjawisko kulturowe, określane tym mianem, nie ma spójnej historii i nie może mieć – ze względu na różnorodny charakter obejmowanym nim działań. **G.** uprawiano już w starożytności (wydrapane na skałach jaskiń sylwetki ludzi i zwierząt, zdobienia na naczyniach), ale za ojczyznę współczesnego **g.** uważa się Nowy Jork lat 70. XX w.; **g.** nie jest tylko wyrazem spontanicznej ekspresji poglądów, ale ma także walor komunikacyjny i dyskursywny, stanowiąc forum wypowiedzi o charakterze społeczno-kulturowym i politycznym. Coraz częściej działania artystyczno-performatywne, oparte nie tylko na powielaniu prostych wzorów z **szablonów**, ale stosowane w celu uzyskania prac o walorach artystycznych, nazywa się z angielska **stencil artem** lub z polska, zwłaszcza mówią tak sami twórcy, **szabloniarstwem** i traktuje jako odrębną dziedzinę, a zarazem część **street artu**; graficyści uważa się za członków subkultury hiphopowej (patrz **hip hop**), a ich twórczość oraz działalność – za jeden z *czterech elementów hip hopu*, obok rapu, didżejki i tańczenia breakdance’u, choć wielu z nich identyfikuje się z innymi subkulturami i gatunkami muzyki młodzieżowej. Nazwę **g.** zastępuje się w ostatnich latach formą **writing** ‘pisanie’, która w sposób bardziej precyzyjny nazywa czynności wykonywane przez **writerów**; pochodząca z języka włoskiego nazwa (*graffito*) pochodzi od innej włoskiej formy *sgraffo* ‘zadrapanie’, a ta wywodzi się z greckiego *graphein* ‘pisać’; forma **graffiti**, użyta po raz pierwszy przez włoskiego archeologa Raghuela Garruchiego w 1856 r. w trakcie badania ruin starożytnego miasta Pompeje, stała się internacjonalizmem i używana jest na całym świecie. Zdaniem M. Ganz’a współczesne **g.** to koniec dominacji liter, gdyż *artyści graffiti zaczęli używać bogatszych środków*

*wyrazu, korzystając z braku ograniczeń w kształtowaniu osobistego stylu. Stosowane są różne techniki – nalepki, plakaty, szablonny, pistolety natryskowe, kreda olejna, wszelkie rodzaje farb, a nawet techniki rzeźbiarskie. Większość artystów uwolniła się od zwyczaju korzystania wyłącznie ze spreju. Ganz 7; sami graficyści lubią nazywać swoje działania **sztuką**: *Odebrano nam coś, z czego byliśmy dumni – jeżdżąc po torach sztuki, z której czerpaliśmy inspirację do działania, spotkań i rozmów.* GGE 648. Na miano to rzeczywiście zasługuje wiele dzieł z kręgu **letteringu** czy szeroko pojmowanego **writingu**, jednak artystyczność nie jest elementem niezbywalnym **g.** ani głównym celem działań samych graficyści. Z ang. LDCE 619, zob. **calligraffiti**, **led bombing**, **litera**, **liternictwo**, **miejaska partyzantka**, **iconic graffiti**, **post-graffiti**, **knit graffiti**, **sztuka ulicy**, **postwandalizm**, **street art**, **street logo**, **szablon**, **tagging laserowy**, **trójwymiarowy**, **typograffiti**.*

**GUERILLA MARKETING**, **GUERILLA MEDIA CAMPAIGN** zob. **marketing partyzancki**

**GUL** ‘niespodzianka, zaskoczenie’: *Pamiętam, że zrobiliśmy warszawiakom niezłego gula tą akcją.* GGE 248, ts. MSS.

**GUMBAS** ‘ktoś dziwny’: *A tutaj jakiś gumbas stał i na środku panelu Rumsa cyzelował na skinny capie chromem charakter.* GGE 493, ze sl. am. *gumba* ‘kompan, przyjaciel’ UD.

## H

**HAJS** ‘pieniądze’: *Bez hajsu...* GGE 546, z grypsery „gorące pieniądze”, czyli nieuczciwie zdobyte, do szybkiego wydania, ts. MSS, z niem. *heize* ‘ogrzewać, palić’ SN 382.

**HALL OF FAME**, **HALL-OF-FAME**, **WALL OF FAME** ‘galeria sławy – legalnie

pomalowane lub przeznaczone do malowania przez uznanych **writerów ściany** znajdujące się w ważnych miejscach miasta, rodzaj **writerskiej** galerii, obrazującej różnorodność, wysoką jakość prac i bogactwo **styli**; taką rolę pełni np. mur służewiecki: (...) *na hall-of-fame nie ma szans wejść bez konkretnego warsztatu*, GGE28, ts. GWP 270, Ganz 374, z ang. 'ts.' LDCE 641.

**HARDCOROWY, HARDKOROWY** 'skrajnie trudny, niebezpieczny': *Po pewnym czasie wpadłem podczas hardcorowego tagowania w centrum*. GGE 334, zob. **hardkor**.

**HARDKOR, HARDCOR, HARD CORE, HARDCORE** 1 'nielegalna, ekstremalnie trudna akcja **graffiti** oraz same prace, wykonane w szczególnie trudnych warunkach': *Hard core'y w bardzo trudnych miejscach, legale na LO...* GGE 334; 2 'wspólnota subkulturowa działająca w skrajnie trudnej sytuacji': (...) *warszawskie graffiti nie było związane wyłącznie z kulturą hip-hop. Jej trzon stanowili ludzie wywodzący się z kultury punk i hardcore*. GGE 413; Określenie znane w znaczeniu 1. w slangu młodzieżowym i także już w potocznej polszczyźnie, oznacza niebezpieczne sytuacje, ekstremalne warunki itp.: *Do Barcelony jechałem chyba ze czterdzieści godzin autokarem i spotkani writerzy z Berlina dziwili się, że taki hardcore, bo oni przylecieli samolotem*. GGE 547, ts. NSGU 130, ze sl. am. *hard core, hardcore* 'ts.' SZA 94, UD, W.

**HASŁA ANTYNARKOTYKOWE** W pracach **graffiti** często pojawiają się hasła typu *Say No Drugs* GGE 148, *Say No 2 Drux* 'powiedz nie narkotynom' GGE 355 czy prześmiewcze napisy w rodzaju „*Acid Family*” 'rodzina kwasu (LSD)' GGE 192, umieszczone czasami obok pracy graficiarskiej. Inne przykłady: *NO DRUGS* 'bez narkotyków', *UNITED CLAN NO DRUGS!!!* GGE 14; *MAKE IT BETTER WITHOUT DRUGS* 'zrób to lepiej bez narkotyków', GGE 17, zob. **gandzia, joint**.

**HATING, HEJT** 'motywowane zawiścią działania niektórych **graficiarzy**': *Hating zawsze był, jest i będzie, tak jest ze wszystkim, nie tylko graffiti*. GGE496; *Przed wszystkim był, w latach 90. i później, hejt między środowiskiem skupionym wokół późniejszego WTK, a 3 AI i KFC*. GGE 496, ze sl. am. 'ts.' UD, zob. **hejter, hejtować, kosa, battle**.

**HEJTER** 'zawistnik, ktoś niezyczliwy, rozsiewający negatywne opinie o innych', *Taki to był nasz czas, bez barier, bez pozerów, bez hejterów...* GGE 28; ts. MSS, tak się nazywa wrogów **graffiti**, a także tych **graficiarzy**, którzy **krosują** czyjeś prace lub je zamalowują; określenie znane **hh** i całej popkulturze, podobnie (*hater*) GWP 270, ze sl. am. *hater* 'zawistnik' UD, zob. **hating, hejtować, fan**.

**HEJTOWAĆ** 'okazywać nienawiść': *Mam wrażenie, że na polskiej scenie było wiele przypadków, w których hejtowano określonych writerów...* GGE 496, z ang. *hate* 'zawiść, nienawiść' LDCE 653, ts. MSS, zob. **battle**.

**HIGHLIGHT, HIGHLITE** 'efekt połysku nadawanego **literom** za pomocą białych kresek', Z, podobnie GWP 270, z ang. 'roświetlone miejsce na obrazie' LDCE 674.

**HIP HOP, HIP-HOP, HIPHOP** 1 'kultura młodzieżowa, zrodzona na przełomie lat 70. i 80. w Stanach Zjednoczonych, w której dominującą rolę odgrywa muzyka rap, na którą składają się rymujące się w wersy i wiersze słowa, wyrażenie i w swoisty sposób recytowane (a nie śpiewane) przez mc na tle podkładu muzycznego (bitu) o mocnym rytmie i najczęściej regularnym tempie, stworzonego przez didżeja'; rap zawiera w warstwie treści przesłania (przekazy) dotyczące ważnych spraw społecznych i politycznych i obok *didżejki/dj-ingu, bboyingu* i **graffiti** stanowi jeden z *czterech elementów* tego fenomenu kultury młodzieżowej; nazwa używana jest także jako określenie

instrumentalnej muzyki tanecznej i stylu tańca, utrzymanych w hiphopowej stylistyce: *Przyjechał więc Feel-X pociągiem z gigantycznym plecakiem pełnym gramofonów i winyli, zagrać imprezę dla kilku wariatów podpalonych na hip-hop jak on. Były rapy, breaki i grafy, każdy robił to na własny sposób, nie trzeba było umieć. Czysty, nieskażony hip-hop. Seba nas go uczył. Prowokował do rymowania graficiarzy, raperów do bre-aka...* GGE 28; 2 'nazwa subkultury młodzieżowej, do której obok **hiphopowców** – muzyków (raperów i didżejów) zalicza się wykonawców tańca *breakdance* (b-boyów) i twórców **graffiti** (writerów)': *HIP-HOP DON'T STOP* (napis często wykonywany przez **graficiarzy**) GGE 71: *Graffiti w konwencji hip-hop narodziło się we Wrocławiu w okolicach 1995 roku...* GGE 103; wg Schacter 394 'kultura młodzieży z miast, biorąca początek w latach 70., związana z muzyką rap, tańcem breakdance i modą afroamerykańską. Zdaniem wielu znawców nowej sztuki, np. M. Ganz, **graffiti** rozwinęło się w Europie „dopiero z nadejściem hip-hopu”, a stąd powędrowało do Azji i Ameryki Południowej (Ganz 9), podobnie GG, ze sl. am. 'ts.' UD, zob. **rapować**.

**HIPHOPOWIEC** 'zwolennik kultury hiphopowej lub/oraz uczestnik subkultury **hip hop** (2)': *TSK (True School Kingz), wymyślone przez nas, miało skupiać nie tylko writerów, ale także DJ-ów, MCs i b-boyów. Czuję się hiphopowcem.* GGE 32, wg UD *hip hoppers* to 'b-boys i b-girls, tancerze hiphopowi'.

**HOLKA** zob. **whole car, whole train**

**HUBY** 'miejsca i obiekty (skrzynki, ogrodzenia, drzwi itp.) symbolicznie zawładnięte przez **tagerów**, wypełnione **tagami**': (...) *identyfikacja hub, czyli obiektów ... w całości zdominowanych przez tę formę uobecniania w przestrzeni pozwala odczuć i docenić społeczny wymiar graffiti.* PSA2 156, w gwarach Polski północnej **h.** to gospodarstwa poło-

żone poza wsią, na jej obrzeżach lub peryferyjne dzielnice miasta SGP 226, a *huba* jest nazwą ogólną dla grzyba (w Małopolsce południowo-wschodniej) MSGP 85.

**HYPE** 'szum, rozgłos': *Zawsze największy hype ma jakiś pierwiastek uwstecznionego toyostwa.* GGE 555, z ang. 'ts.' LDCE 704.

## I

**IMIĘ** 'pseudonim **graficiarza**': *Tyle fejmowych imion w jednym miejscu.* GGE 380, zob. **ksywka**.

**IMPAKT** 'trafienie przekazem w odbiorcę': *Naszym celem nie było stworzenie jakiegos ruchu społecznego, lecz impakt, dotarcie z przekazem.* GWP 203, z ang. *impact* 'uderzenie' LDCE 713.

**INCOGNITO** zob. **no logo**

**INLINE** 'w kompozycji **graffiti**: linia pomiędzy konturem i wypełnieniem', Z, ze sl. am. 'ts.' YT.

**INSAJDY** 'prace **graffiti** umieszczone wewnątrz środków komunikacji publicznej': *Tramwajowe insajdy wyglądały jak metro w „Wild Style'u”...* GGE 28, ts. Ganz 373, ze sl. am. *insides*, ts. GG, WGG, zob. **outsides**.

**INTERCITY** 'pociągi PKP Intercity': *Poza pomarańczami równie dobrze wspominam wycieczki na intercity.* GGE 444, zob. **pomarańcza, jagody**.

**INTERRAIL** 'wyprawa **graficiarzy** po Europie w celu **malowania pociągów** na trasach międzynarodowych', *Po wyjeździe ze Szczecina w 2005 roku dołączyłem do chłopaków z KHS i to z nimi udałem się na pierwsze interraile po Europie.* GGE 40; *Interrail to graffiti all inclusive. Miejski survival.* GGE 547, z ang. *InterRail* 'międzynarodowy bilet kolejowy umożliwiający podróżowanie pociągami po krajach Unii Europejskiej', z ang. 'ts.' UD, zob. **turystyka, graff-**.

## J

**JAGODY** ‘wagony kolejki miejskiej w kolorze granatowo-żółtym’: *Od tego momentu „jagody” na zawsze miały być kojarzone z old schoolem...* GGE 128, zob. **pioruny**, **wisienki**, **pomarańcze**.

**JAM**, **GRAFFITI JAM**, **JAM GRAFFITI** ‘spotkanie **writerów** z różnych grup, miast lub krajów, podczas którego dochodzi do wspólnego **malowania** i wymiany doświadczeń’: *Pierwszy jam odbył się 30 kwietnia 1994 w klubie Trans. Nie był to jednak prawdziwy graffiti jam, tylko impreza breakdance „Elektric Boogie”.* GGE 17; *Rozkwit hip-hopu w Polsce przyczynił się do pojawienia się graffiti jamów, które towarzyszyły koncertom oraz b-boyowym festiwalom...* GGE 178; *Tam też organizowano jamy graffiti...* GGE 147. Często **j.** organizuje się w celu edukowania najmłodszych adeptów **graffiti**. Pierwsze polskie **j.** organizowano w połowie lat 90. ub. wieku. Podobnie GWP 270, ze sl. am. ‘ts.’ UD.

**JARAĆ (SZLUGA)**, **ZAJARAĆ** ‘(za)palić papierosa’: (...) *jarając szluga...* GGE 551; (...) *poszliśmy zająrać do parku.* GGE 547, ts. MSS.

**JARAĆ** kogoś, **JARAĆ** czymś ‘inspirować kogoś/siebie czymś’: (...) *najbardziej jarają ich kolejki.* GGE 40; *Zrobiliśmy w Berlinie metro z Akimem, poznałem KHC, którzy jarali się WC i kumali nasze style.* GGE 544, ts. MSS, zob. **zająrać się**, **podjarka**, **przyjarka**.

**JAZDA** ‘pasja, wielkie przeżycie, zafascynowanie, intensywny styl życia’: *To były bardzo wyraziste postacie z własną jazdą.* GGE 373; *To on wkręcił mi jazdę na pociągi.* GGE 533-534, ts. MSS, zob. **zajawka**.

**JEŹDŹĄCA GALERIA** ‘pociąg z namalowanym na wagonach **graffiti**’: (...) *pociągi przykuły moją uwagę. Dużo koloru, jeżdżąca galeria, kozackie style, zapach smaru.* GGE 427, zob. **ruchoma galeria**.

**JOINT** ‘ręcznie skręcony papieros z marihuaną’: (...) *na kacu i po jednym z pierwszych jointów w życiu ciężko mi to było ogarnąć.* GGE 380, z pot. ang. ‘ts.’ SZA 107, UD, zob. **gandzia**.

**JUMAĆ** ‘kraść, najczęściej razem z grupą’: (...) *jumaliśmy razem farby w sklepie.* GGE 599, podobnie NSGU 148, ze sl. am. *yuma* ‘kradzież’ W.

## K

**KAP**, **CAP** ‘końcówka zakładana na puszkę z farbą w spreju w celu regulowania jej strumienia, szerokości linii, kreski, kropki oraz stopnia ich nasycenia’: *Wyszło całkiem spoko, zwłaszcza że przywiozłem capy z Niemiec.* GGE 162; rodzaje: **kap fat**, **cap fat** ‘gruba końcówka, malująca intensywnie i szeroko, służąca głównie do wypełnień’: (...) *niezły fat, robiłem nim pierwszego whole cara loko.* GGE 171; *Nadciągała powoli era fat capa...* GWP 176; **soft** – służąca do cieniowania, **skinny** ‘końcówka malująca cienko’: (...) *pokazał nam końcówkę skinny, którą zrobił pewien trik...* GGE 17, Podobnie GWP 270, wg Ganz 374 zamienne dla **k.** używa się ang. nazwy *nozzle*, ze sl. am. *cap*, *fat*, *skinny* ‘ts.’ GG, WGG.

**KEN**, **CAN**, **KENIWO** ‘puszka z farbą w aerozolu’: *Problemem były keny, nie miałem pojęcia, czym pomalować...* GGE 162; *Łapiemy cierpa i po keniwo do mnie.* GGE 536; *Taguję markerem albo robię to spray-canem.* GGE 382, **grafciarze** używają także nazw *keniacz*, *keniolek*, *kenu*, *lakier*, z ang. *can* ‘puszka’ LDCE 187, zob. **puszka**, **aerozol**, **sprej**.

**KING**, **KRÓL** ‘najbardziej wszechstronny i uznany w danej kategorii **writer**, autor największej liczby wrzutów lub szeregu prac, które zyskały uznanie innych **malarzy**’: (...) *z pociągu został wyciągnięty czerwony dywan, który na stacji rozwinął się prosto z drzwi na peron, żeby gdańscy*

„kingowie” mogli godnie wysiąść. GGE 185; *To tam, oprócz Zachodniego, można było osobiście spotkać na ogół nieuchwytnych kingów sceny i przyjrzeć się ich warsztatowi.* GGE 444; *No i Risk, król bubble’i, styl tak konsekwentny, że rozpoznawalny nawet z kosmosu.* GGE 406; **ugly king** ‘grafciarz biegły w ugly style’u, czyli: *Natomiast obawiam się, że mało który młody ugly king jest w stanie w każdej chwili zrobić klasyczny wild style.* GGE 557, ts. Schacter 394, dodając, że niektórzy **k.** w obrębie swoich prac umieszczają korony, żeńskim odpowiednikiem jest *królowa, queen, Z,* ze sl. am. ‘ts.’ GG, WGG, zob. **toy**.

**KIMA** ‘nocleg’: *Warto wcześniej mieć ogarniętą dobrze zorganizowaną kimę...* GGE 637, ts. NSGU 162, SSM 106.

**KINGING** zob. **królowanie, king**

**KOLABORACJA** ‘współpraca’: *Zaczęły się wspólne jamowe kolaboracje...* GGE 333; ts. GWP 270, MSS, z ang. *collaboration* ‘ts.’ UD.

**KOLEŃNIK** ‘grafciarz-gość, który jest przejazdem’: *Duży wpływ na scenę wywarły wizyty koleźników z Lublina, Katowic, Opola i czeskiej Ostrawy.* GGE 573, podobnie NSGU 170.

**KOLOR** ‘kolorowa kompozycja **graffiti**’, *Był to throw-up, tylko obrys, bo nie miałem hajsu na kolory. Potem zacząłem zbierać na „prawdziwego” grafa.* GGE 14; **szybkie kolory** ‘szybko wykonane kolorowe kompozycje’: (...) *skupiając się na panelach, chromach i szybkich kolorach.* GGE 335, zob. **graf, fulkolorowy**.

**KOMERCJA** ‘malowanie dla zarobku w stylu przypominającym **graffiti**’: *Jednak w 1995, 1996 roku zaczęły się tzw. „komercje”, czyli malowanie przysłowiowych wazywniaków czy dyskotek.* GGE 34; *Sir i ja żyliśmy wtedy z malowania zleceń, więc do grupy przylgnęła łatka komercji.* GGE 420, podobnie MSS.

**KONEKSJA** ‘związek, połączenie, przyjaźń’: *Razem z nimi i lubelskim 7DC stworzyliśmy koneksję...* GGE 41; *Jam w Olsztynie, czyli szczecińsko-warszawskie koneksje* GGE 179; *Dzięki nim nawiązały się silne koneksje z kolejnymi miastami...* GGE 573, ze sl. am. *connection* ‘ts’ UD, z ang. LDCE 288.

**KOPIOWAĆ** ‘plagiatować czyjeś styl lub nawet konkretne prace **graffiti**’: **Z**, określenie znane całej subkulturze **hh**, w której oznacza nieudolne lub zbyt daleko posunięte naśladownictwo, zbytnie zapatrzenie w czyjeś wzory – muzyczne, plastyczne i każde inne, które wynika z braku własnych pomysłów twórczych, podobnie NSGU 174, z ang. *copy* ‘kopiować’ LDCE 306, zob. **bajtować**.

**KOSA** ‘stan czynnej wrogości, zwalczania się’: *Z KFC też była kosa.* GGE 496, ts. MSS, zob. **hating**.

**KOZACKI** ‘wyjątkowy, przebojowy’: *Jedynymi, poza kibicowskimi – napisami na mieście były srebra MGA w kozackich miejscówkach.* GGE 420, ts. MSS.

**KOZAK** ‘grafciarz wysokiej klasy’: *Pojawiło się wielu kozaków z Polski i z zagranicy, powstało setki dobrych produkcji...* GGE 178; **kozak pociągowy** ‘grafciarz wyróżniający się w akcjach **malowania** pociągów’: *Brałem udział w potyczce na artykuły w gazecie „Ślizg” z Jayem, ówczesnym warszawskim kozakiem pociągowym.* GGE 31, wg MSS ‘ktoś przesadnie odważny’.

**KROIĆ** ‘okradać’: *Pamiętam też, jak kroił małolatów z fantów na hall-of-fame podstawówki nr 3...* GGE 599, ts. MSS.

**KROSOWAĆ, SKROSOWAĆ, SCROSSOWAĆ** ‘malować na pracach innych autorów, wykonywać bazgroły lub nowe **wrzuty** na podpisach lub pracach innych autorów jako wyraz braku szacunku dla nich lub zemsta za czyjeś **krosowanie**’: (...) *kiedy skrosował moje tagi, w rewanżu postawiłem toya na jego wrzut Sio na Wyścigach.* GGE 500; (...) *scrosso-*



wali wszystkie rzeczy, które akurat wisały... GGE 381. Najczęściej chodzi o zanegowanie i zniszczenie czyjegoś dorobku, co bywa początkiem **battle (beefu) ekip** wzajemnie zamalowujących swoje prace, rzadziej **k.** stanowi przyjazny sygnał nawiązania dialogu, ale w tym przypadku nie może mieć charakteru dewastacyjnego, ts. Schacter 394, ts. GWP 270, ze sl. am. *crossing out* 'ts.' GG, zob. **cross**, **crosser**, **going over**.

**KROSOWANIE** 'malowanie na pracach innych autorów': *Był to czas, gdy fartem było dorwać czysty pociąg na swoje panele, a krosowanie stanowiło normalkę.* GGE 532, zob. **cross**, **going over**.

**KRÓL** zob. **king**

**KRÓLOWANIE, KINGING** 'zdobycie tytułu pozycji najlepszego **writera** i utrzymanie jej', ze sl.am. 'ts.' wg UD 'dominowanie', zob. **oner**.

**KSYWKA** 'indywidualny pseudonim przyjmowany przez **writera**, umieszczany w obrębie wykonywanej pracy albo stylizowany w postaci **tagu**': *Zoe zapoczątkował trend na hardcorowe ksywki w Gdańsku.* GGE 172; **bekowe ksywki** 'śmieszne lub ośmieszające pseudonimy': *Z chłopakami z Dortmundu wymyśliliśmy sobie bekowe ksywki wyśmiewające całą akcję i podpisaliśmy się jako Under Belly Button Crew.* GGE 193, ts. MSS, zob. **imię**, **nick**, **beka**.

**KULTURA, SUBKULTURA 1** '**graficiarskie** autookreślenie ruchu i środowiska **graffiti**': *Chcieliśmy tworzyć kulturę, kulturę graffiti, nie bezmyślny bombing i niszczenie.* GGE 465; *Writerzy jako jedna z wielu subkultur od zawsze narażali się na niebezpieczeństwo, nie uzyskując w zamian żadnych materialnych korzyści, a sława uzyskana dzięki znaczącym dokonaniom ograniczała się do samego środowiska.* GGE 432; *Generalnie writerzy to subkultura bardzo hermetyczna. Ale w tym wszystkim bardzo otwarta dla „swoich”.* GGE 434; 2

'**graficiarskie** autookreślenie kultury **hip hop**': (...) *graffiti wykracza bardzo daleko poza kulturę hip-hop.* GGE 422; *Graffiti do Polski wkroczyło jako element radosnej kultury hip-hopowej.* GGE 647; *Skupiając nastolatków z totalnie różnych środowisk, [sztuka ulicy] stała się – obok punkowców, technomanów, depešowców, skinheadów czy satanistów – subkulturą z obowiązującymi normami, wartościami, wzorami oraz zewnętrznymi atrybutami, jak ubiór, styl spędzania wolnego czasu, slang.* GGE 647.

**KUMAĆ** 'rozumieć': *Zrobiliśmy w Berlinie metro z Akimem, poznałem KHC, którzy jurali się WC i kumali nasze style.* GGE 544, ts. MSS.

**KWAS** 'kwas fluorowodorowy, za pomocą którego **tagerzy** matowią szyby w środkach komunikacji, a następnie malują na nich niezmywalne **tagi**': *Około 2007 roku dotarł do nas „kwas” i insajdy zaczęli masakrować RUNK na czele z Raice oraz FO z Otisem.* GGE 258, Z.

**KWASY** 'narkotyk LSD': *Looney stwierdził, że musimy jeść opór kwasów, że takie rzeczy robimy.* GGE 373, ts. MSS.

## L

**LAJTOWY** 'lekki, łatwy, przeciwieństwo **hardcorowego**': (...) *akcje były całkiem lajtowe...* GGE 229, ts. MSS, z ang. *light* 'lekki' LDCE 822, 'swobodnie, na luzie' SZA 125.

**LAY-UP** 'bocznica kolejowa, dworzec, zajezdnia pociągowa': (...) *odkrywać yardy i lay-upy nie tylko na tej głównej linii Berlin – Warszawa...* GGE 119; *Lay-up był dworcem eksploatowanym głównie przez grupy z warszawskiej Pragi...* GGE 442; (...) *nie widziało się nocnych świateł latarni na lay-upie (zajezdni pociągowej).* PSA2 297, ze sl. am. *layup* 'ts.' GG, zob. **yard**.

**LED BOMBING** 'forma (obraz, rzeźba) **light graffiti** albo nowy sposób uprawia-

nia **street artu**, polegający na tworzeniu kompozycji w przestrzeni miasta za pomocą światła emitowanego z diod LED: *Interesujące są projekty związane z taggingiem laserowym, LED bombingiem...* PSA2 153, z ang. LED 'światło emitowane przez diodę' LDCE 809, zob. **tagging laserowy, bombing**.

**LEGAL, LEGALNY** 'legalne graffiti, wykonane na obiekcie za wiedzą i przyzwoleniem właściciela/administratora': *Najlepszy legal był dla mnie gorszy od średniego panelu.* GGE 380; *Legalne prace były w znacznej mniejszości, zielonogórcy malarze cały czas gonili za adrenaliną.* GGE 49; *Legal action no satisfaction* GGE 194; **legal trains** 'pociągi, na których można legalnie wykonywać graffiti': *Fuck legal trains and all toys who did them.* GGE 218; **legalne ścianki** 'ściany malowane legalnie'. Niekiedy na **legalu** można zarobić, jeśli wykonuje się je na specjalne zlecenie, najczęściej jednak bywa, że zleceniodawca zapewnia jedynie zwrot kosztów materiałów. Tylko najlepsi **writerzy**, a zwłaszcza **muraliści**, mogą liczyć na poważniejsze pieniądze. Określenie znane także z rapu, ale prawdopodobnie to z **graffiti** się wywodzi i przeniknęło do innych dziedzin **hip hopu**, zob. **nielegal**; ts. GWP 270, ze sl. am. 'ts.' GG.

**LEGALIZACJA** 'wyrażenie zgody przez administratora budynku na wykonanie graffiti na ścianie obiektu', *Wyjście było tylko jedno – legalizacja.* GGE 23.

**LEGALOWIEC** 'graficiarz działający legalnie': *Ściany są dla legalowców, a kolejki dla bomberów...* GGE 196.

**LETTERING** zob. **liternictwo, graffiti literowe, asemic writing**

**LEWEL, LEVEL** 'etap, poziom': *Przełomem były też tagi Smooth aka Esee... inny level* GGE 198; w niektórych środowiskach graficiarskich uważa się, że każdy kandydat na **graficiarza** musi przejść **lewel** nielegalno-

ści, z ang. *level* 'stopień, poziom trudności', określenie rodem z gier komputerowych, ts. MSS, z ang. LDCE 816.

**LINIA** 'linia kolejowa, na której działają **graficiarze**': (...) *odkrywać yardy i lay-upy nie tylko na tej głównej linii Berlin – Warszawa...* GGE 119.

**LITERY** 'graficiarskie kompozycje złożone z liter, czasami także i z cyfr': *SD starali się łączyć pracę nad literami z wieloma elementami realistycznych charakterów i postaci.* GGE 420; (...) *przechodząc na malowanie liter jako bardziej spektakularną formę ekspresji.* GWP 152; **wildstyle'owe litery**: **litery** utrzymane w **wildstyle'u**: *Stawiając pierwsze writerskie kroki miałem mocną zajawkę na wildstyle'owe litery, ale to chyba jak każdy nowicjusz.* GWP 192; Schacter 394 podaje nazwę *letterform* jako używaną w typografii i kaligrafii do określenia kształtu liter, zob. **graffiti literowe, liternictwo**.

**LITERNICTWO** 'graffiti literowe': *W 1995 roku kolega w szkole wciągnął mnie w klimat, pokazał podstawy liternictwa i sklep z farbami.* GGE 385, zob. **litera, literniczy, lettering**.

**LITERNICZY, NIELITERNICZY** 'związany lub nie z **liternictwem**': *W 1999 roku w mieście zaczęły się pojawiać prace o charakterze Nieliternicznym.* GGE 323.

**LOKALSI** 'miejscowi': (...) *co wylądowało w koszu, było dokładnie studiowane przez lokalsów.* GGE 383, z ang. *local* 'ts.' LDCE 837, zob. **chłopaki**.

## Ł

**ŁAPAC TRAFIK** 'oczekiwać na przejazd pociągu z namalowanym wcześniej przez siebie **graffiti** i udokumentować przejazd': *Nikt wtedy nie myślał o tym, żeby łapać trafik następnego dnia.* GGE 186; *DJ Cent, Baho czy Hefo z ABC brali od rodziców kamery i łapaliśmy trafiki.* GGE 229, zob. **trafik**.

## M

**MALARZ** ‘twórca **graffiti** i **street artu**, (...) tam też nawiązały się znajomości z rzeszą malarzy z całej Polski. GGE 33; *To, co my zaczęliśmy, jest kontynuowane przez pokolenie nowych, zdolnych malarzy...* GGE 650. Coraz częściej to określenie odnosi się do **streetartowców**, którzy malują np. abstrakcyjne obrazy, **murale** itp., a nie do „klasycznych” **graficiarzy**, **writerów**, wykonujących głównie **litery**, zob. **writer**, **malować**.

**MALOWAĆ**, **MALOWANIE** ‘wykonywać prace **graffiti** i **street artu**, głównie farbą w sprayu’: *Ciężko było malować...* GGE 32, **malowanie kolejek/składów** ‘wykonywanie graffiti na wagonach kolejek podmiejskich typu SKM, składach pociągów’: *Malowanie i dzięki temu bycie częścią kultury graffiti satysfakcjonowało mnie w pełni.* GGE 415; *Zmiany w malowaniu składów z miesiąca na miesiąc są nieuniknione.* GGE 133; **malować panele/miejscówki/pociąg**: *idziemy malować panele...*, Z, zob. **malarz**, **robić**, **posadzić**, **postawić toya**, **pisać**.

**MARKER** ‘wodoodporny pisak z szeroką końcówką, służący głównie do wykonywania **tagów**’: *Taguję markerem albo robię to spray-canem.* GGE 382, z ang. ‘ts.’ LDCE 872, zob. **flamek**.

**MARKETING PARTYZANCKI** ‘nielegalne działania marketingowe prowadzone przez znane firmy i zatrudniające do nich graficiarzy’: Z, przykładem są kampanie reklamowe, sfinansowane przez korporacje lub firmy, polegająca na nielegalnym rozpowszechnianiu w setkach tysięcy egzemplarzy danej marki lub określonego produktu, reklamowanego głównie za pomocą techniki **szablonu** lub **wlepki** przez wynajętych **graficiarzy**; tak reklamowały się, przykładowo, marki Heyah i 36,6 – produkty firm telekomunikacyjnych, ze sl. am. *guerilla marketing* ‘ts.’ W.

**MARRIED COUPLE** ‘dwa **wholecary** połączone ze sobą’: *married-couple end-to-endy* GGE 212; *Pamiętam, jak zrobiliśmy ... pierwszy w Warszawie kolorowy e2e married couple.* 439, ze sl. am. ‘ts.’ WGG, zob. **end to end**.

**MASAKROWAĆ** ‘zamalowywać bezładną bazgraniną’: (...) *insajdy zaczęli masakrować FUNK na czele z Raice oraz FO z Otisem.* GGE 258.

**MASTERPIECE** ‘wykonana farbą w spreju wyrafinowana kompozycja **graffiti**, co najmniej trzykolorowa, której głównym motywem są **litery**’: (...) *przypominające tagi i masterpieces z nowojorskiego metra.* GGE 648; *Każdy przestrzegał niepisanego kodeksu: nie przejeżdżaj tagiem czyjegoś masterpiece...* GGE 648, ze sl. am. ‘ts.’, z ang. ‘dzieło sztuki’ LDCE 876, zob. **piece**, **throw-up**.

**MEKKA** ‘centrum **graffiti**’: *Pierwsza wyprawa do Berlina z Meatem była dla mnie przełomowa. Mieliśmy po szesnaście lat i uznaliśmy, że czas odwiedzić mekkę.* GGE 546

**MELANŻ** ‘impreza połączona ze spożywaniem dużych ilości alkoholu i innych używek’: *EJTIM, które było beczkową ekipą polegającą na melanżu i bombieniu.* GGE 204; *Zaczął się melanż mojego życia. Ludzie, trawa i nieodłączny flamaster.* GGE 535, ts. MSS.

**MEN IN BLACK** ‘popularne w **hip hopie** określenie radykalnych **graficiarzy**, którzy przeprowadzają niebezpieczne akcje nielegalnego malowania obiektów, zwłaszcza całych składów pociągów (także od środka)’; zapożyczenie kulturowe – nawiązanie do serii amerykańskich komedii sf o inwazji kosmitów, z którymi walkę podejmują *faceci w czerni*, także tytuł polskiego filmu o **graffiti**, z ang. ‘ts.’ LDCE 890, 122, zob. **whole train**.

**MENTOR** ‘doświadczony **graficiarz**, wzór dla **dzieciaków**’: *W parze z cennymi lekcjami idzie szacunek dla mentorów.* GGE 544, zob. **szacunek**.

**MIASTO, TOWN** ‘miasto jako obszar działalności **graficiarzy**’: *Rozpoczęła się gruba ekspansja na miasto, yardy i hall-of-fame-y*. GGE 38; *Wtedy szukanie ścian na grafa kazało myśleć o mieście jak o polu do działania*. GGE 72; (...) *ażebym w myśl maksymy* ”Up and down, but still in town” w 2012 roku wrócić ze zdwojoną siłą. GGE 38; **przejechać miasto** ‘pokryć miasto **graffiti**’: *przejechać miasto i yardy konkretnie* GGE 38, **odświeżyć wizerunek miasta**: ‘pokryć miasto nowym **graffiti**’, *Skoncentrowaliśmy się na murach Szczecina, chcąc stworzyć konkurencję dla starszych ekip i odświeżyć wizerunek miasta*. GGE 38, z ang. town ‘ts.’ LDCE 1531, zob. **robić miasto**.

**MIEĆ WYJEBANE** na coś ‘lekceważyć coś, pogardzać czymś’: *Wiem, że wielu ludzi mnie nienawidzi za to, co robię i szczerze mówiąc, mam wyjebane na to, co oni myślą*. GWP 183, ts. MSS.

**MIEĆ ZAJAWKĘ NA POCIĄGI** ‘z upodobaniem wykonywać **graffiti** na pociągach’, *Jeśli chodzi o pociągi, to z UC tylko ja, Xman i Djmb mieliśmy na nie zajawkę*. GGE 30, zob. **zajawka**.

**MIEJSCÓWKA** ‘miejsce, w którym **write-rzy** i **streetartowcy** umieszczają swoje napisy, **litery**, obrazy i wszelkie inne produkty artystyczne’; określenie znane całej subkulturze **hh**, w której **m.** oznacza ‘miejsce jakichś działań lub spotkań w przestrzeni publicznej’ MSS, (...) *zburzono tę zacną miejscówkę*, GGE 28, *Była taka miejscówka, na której robiliśmy niemalże codziennie*. GGE 36, zob. **spot**, **ścianka**

**MIEJSKA PARTYZANTKA** ‘peryfrastyczne określenie **graffiti**’: *Graffiti to miejska partyzantka – sektory obserwacji, drogi ucieczki, sygnały alarmowe, uzgodniona ścieżka, banknot w dowodzie, gumowe rękawiczki – czas start!* GGE 432.

**MINDSET** ‘nastawienie umysłowe, sposób myślenia’: *Inne style, czasami inny mind-*

*set i zdecydowanie większe doświadczenie*. GGE 475, z ang. ‘ts.’ LDCE 903.

**MOP** ‘rodzaj **markera** o bardzo szerokiej miękkiej końcówce’: Z, z ang. ‘szczotka do mycia podłóg’ LDCE 921.

**MURAL** ‘wielkoformatowe malowidło wykonane starannie i dowolną techniką na całej ścianie budynku lub jego części, z reguły wielokolorowe’: *Zanim nie natknąłem się na zin „Maluj mury” traktujący o szeroko pojętej sztuce murali i graffiti, nie miałem zielonego pojęcia, co robię*. GGE 368; *Tak jak nie lubię nachalnej sztuki, tak też nie potrafię polubić murali, nachalnych przez samą skalę. Doceniam je jako rzeczy często świetne i koncepcyjnie, i graficznie, ale uważam po prostu, że nie wszystko i nie wszędzie*. GWP 101; (...) w Trójmieście powstawały pierwsze nowoczesne murały o charakterze artystycznym. PSA2 13. Wykonuje się je indywidualnie lub zespołowo, najczęściej na zamówienie urzędów lub wspólnot mieszkaniowych albo podczas różnego rodzaju **jamów** i festiwali **street artu**. Początki tej sztuki sięgają lat 20. XX w., kiedy to w Meksyku pojawiły się malowidła na murze o treści politycznej, mówiące o rewolucji i ideałach sprawiedliwości społecznej. Od lat 30. muralizm stał się ruchem międzynarodowym, najpierw zaistniał w Ameryce Południowej, a potem w USA, a z początkiem lat 60. **m.** pojawiły się w Europie. Jako wyraz i nośnik przekazów politycznych zaistniały na dużą skalę podczas konfliktu w Irlandii Północnej (głównie Belfast), który trwał w okresie od końca lat 60., aż do traktatu pokojowego podpisanego w 1998 r., ale pojawiły się także, w latach 60., w Berlinie Zachodnim, Paryżu i Budapeszcie. Od początku XXI w. przeżywają szczyt swego rozwoju na całym świecie. **M.** stanowią przeciwwagę dla dewastującej miejską ikonosferę ekspansji reklam, wchodząc przy tym w pozytywne z reguły relacje z architekturą. Podobnie Ganz 374, Schacter 394, GG, z ang. *mural*

‘ts.’ WGG, GG, LDCE 936, zob. **muralista**, **festiwalizacja street artu**.

**MURALISTA, MURALOWIEC** ‘projektant i wykonawca **murali**’: (...) *nigdy nie byliśmy wlepkarzami, szabloniarzami, muralistami... To tylko narzędzia i nazwy profesji*. GWP 198 (...) *zamalowywane przez rozszalałych muralowców*. GWP 101.

**MUZEALIZACJA STREET ARTU** ‘wejście **street artu** do muzeum, galerii sztuki’. Stało się możliwe dzięki demokratyzacji kultury. Wskutek tego procesu sztuka uliczna została uznana za element dorobku ludzkości przez zwolenników otwarcia muzeów na szeroką publiczność. Obrońcy modelu muzeum tradycyjnego, konserwatywnego nie akceptują tej praktyki, zob. **festiwalizacja street artu**.

## N

**NA NIELEGALU** ‘nielegalny charakter działań **graficiarzy**’: Z, określenie stosowane często przez obserwatorów i dziennikarzy, rzadziej – przez samych **writerów**, zob. **nielegal**.

**NA ULICY** ‘podczas nielegalnego malowania murów i innych obiektów miejskiej infrastruktury’: Z.

**NAGRYWKA** ‘nagranie filmu, muzyki’: (...) *pierwsze nagrywki z naszych akcji*. GGE 331.

**NAJEBANY** ‘upojony alkoholem, narkotykami’: *Zaczynamy malować, piwko, relaks, zero stresu, dwa najebane alkomaty*. GGE 536, ts. MSS, zob. **najebka**.

**NAJEBKA** ‘czynność spożywania alkoholu, narkotyków aż do stanu pełnego upojenia’: *Głównym naszym zajęciem była najebka, bombienie i destroy...* GGE 253, ts. NSGU 232, MSS, zob. **najebany**.

**NAKLEJKA** zob. **wlepka**

**NAKLEJKARZ, NAKLEJKERS** zob. **wlepkarz**

**NAKRĘTKA** ‘inspiracja, wzajemna motywacja do działań’: (...) *cała nakrętka odbywała się tylko na zasadzie wzajemności wewnątrz naszej lokalnej sceny*. GGE 476, ts. WSJP (*nakręcać*) zob. **zajawka**.

**NALEPA** zob. **wlakat**

**NAZWY CZASOPISM O GRAFFITI** Oddają profesjonalny, alternatywny lub undergroundowy charakter działań graficiarzy. Przykłady: *Underground Production, Bomb the Wall, Artcore, Ślizg, Cops Ain't Shit, Subway Art, Spraycan Art, Maluj Mury, Nowy Strumień*.

**NAZWY GRUP GRAFICIARSKICH** Są to skrótowce utworzone od nazw angielskich lub polskich. Często żartobliwie lub (auto)ironicznie charakteryzują rodzaj uprawianej działalności, cechy członków danej grupy, ich preferencje. Fantazja i humor, jakie towarzyszą graficiarzom przy ustalaniu nazw, nie zna granic, a jeden skrótowiec może mieć kilka rozwinięć lub, co rzadkie, być skróceniem jednego wyrazu. Przykłady: **CAC** – *Criminal Art Crew*; **EWC** – *East West Connection, Easy Whole Cars, Every Where Crew, Ewcia Wymiata Cycami*; **DNS** – *Drastyczny Nowy Strumień, Drastic New Stream, Dziwki Narkotyki Sława, Dzieci Niegasnącego Słońca*; **ŻE** – *Żenujący Efekt*; **TSK** – *True School Kings*; **GNW** – *Graffiti Night Warriors*; **AC** – *Against Confidants*, **LOT** – *Letters On Trains*; **CST** – *Consolidated*, **NTA** – *No Toys Accepted*, **WC** – *Wielka Charyzma, Wielcy Cygaretnicy*; **SOK** – *Step On Colors*, **KSA** – *Kiedy Szumi Aerosol*; **JWP** – *Jaśnie Wielmożni Panowie*; **HND** – *Hardcore No Disco*.

**NEGATYW** ‘**throw-up** z czarnym wypełnieniem’, Z.

**NEW SCHOOL** ‘nowa kultura **writingu**, której początki datuje się na lata 90. XX w.’: Z, określenie znane całej subkulturze **hh** i popkulturze, z ang. ‘nowa szkoła’ LDCE 952, 1269, zob. **old school**.

**NEWCOMER** ‘nowy człowiek w środowisku **writerów**, przybysz’: *Krizm kazał mi publikować zdjęcia newcomerów na Murze.* GGE 371, z ang. ‘ts.’ LDCE 953.

**NICK** ‘pseudonim **graficiarza**’: *Chodzi o powielanie swojego nicka.* GWP 192, ze sl. am. ‘ts.’ W, podobnie SZA 144, zob. **ksywka**.

**NIELEGAL, NIELEGALNY** ‘nielegalne malowanie ścian budynków i pojazdów przez **writerów**’: *Poważniej do graffiti poszedłem na początku 1995 roku. W tym czasie było ono u nas całkowicie nielegalne...* GGE 58; *Lubię nielegal, a jak się ma na coś mało czasu, to chcąc nie chcąc styl się upraszcza.* GWP 192. Określenie znane całemu **hip hopowi**, np. raperzy **na nielegalu** wydają pierwsze płyty, ale to prawdopodobnie właśnie **graficiarze** są autorami tego określenia. Niektórzy z nich uznają tylko prace wykonane nielegalnie – zdarza się, że popularnemu hasłu **ONLY ILLEGAL GRAFFITI** ‘tylko nielegalne graffiti’ towarzyszy inne: *STREET ART IS TOTAL SHIT* ‘s.a. jest całkowicie bezwartościowy’. To jeden z dowodów na to, że chropowate, prymitywne i nielegalne **graffiti**, uważane za przejaw autentyzmu i prawdy przeżyć, jest w konflikcie z nieco akademickim **street artem**, wykonywanym legalnie i z dbałością o końcowy efekt artystyczny. Konflikt ten jest żywy pomimo faktu, że wielu **graficiarzy** z czasem staje się **streetartowcami** lub, po prostu, artystami plastykami, choć niektórzy pełnią obie funkcje równolegle.

**NIEOGAR** ‘brak porządku, chaos’: *Pełen nieogar na taborze, nikt nic nie wie, systemu brak.* GGE 128.

**NO LOGO**, ‘zasada zachowania anonimowości, tu: przez **graficiarzy** z obawy przed infiltracją ze strony służb’: *Oczywiście, w tajemniczeni potrafili się rozpoznać na peronach, ale zasada no name/no logo/incognito/undercover stanowiła dla mnie ważny element tożsamości.* GGE 491, z ang. ‘ts.’ W.

**NO NAME** zob. **no logo**

**NUMERY** ‘**graffiti** przedstawiające splecione ze sobą cyfry’: (...) *pierwsze numery na blachach* GGE 43, zob. **litery**.

## O

**O CO KAMAN** ‘o co chodzi’: *Później poznałem Pilota i on mi dopiero wytłumaczył, o co kaman w graffiti.* GGE 371, wyrażenie znane w **hip hopie** i popkulturze, z ang. *come on* ‘chodź, dalej’ LDCE 264, MSS.

**OBCINAĆ** ‘przyglądać się czemuś, a także: kontrolować wzrokiem teren, zabezpieczając akcje **graficiarzy**’: *Roite obcinał nas na Wileńskim i był w ciężkim szoku, co my wyprawiamy.* GGE 390; *Pamiętam, że poznaliśmy się na yardzie, oni już robili i że obcinała im dziewczyna.* GGE 33, podobnie MSS, zob. **obcinka, obczajka**.

**OBCINKA** ‘obserwacja, pilnowanie terenu’: (...) *osiedlowe akcje nie pozwalały mi na nocne obcinki yardu...* GGE 128; **stać na obcinie**: (...) *stać na obcinie. I tak z jego pilnowaniem pomalowałem przynajmniej trzydzieści paneli.* GGE 412, podobnie MSS, zob. **obcinać, obczajać, watchout**.

**OBCZAJAĆ** ‘obserwować, ubezpieczać pracę **writera** przez obserwację terenu’: *Pierwszą pracę obczajała z balkonu moja mama.* GGE 535; **obczajać kolejki** ‘przeszukać teren dworca lub yardu w celu znalezienia nadających się do pomalowania wagonów i pod kątem zabezpieczenia akcji’: *Gdy my obczajaliśmy kolejki, nasi koledzy tańczyli w środku breaka.* GGE 34, podobnie MSS, zob. **obczajka, obcinać**.

**OBCZAJKA** ‘zwiad, rozpoznanie, sprawdzenie terenu w celu znalezienia wagonów nadających się do malowania graffiti, połączone z oceną bezpieczeństwa akcji’: *Dlatego malowało się głównie między kolejkami, co stwarzało problem do dobrej obczajki, bo nikt nie myślał o czekowaniu.*

GGE 192, podobnie MSS, zob. **obczajać**, **obcinać**, **czekować**.

**OBSTAWKA** 'dzielenie się czymś (w **graf-fiti**: zadaniami, farbami, narzędziami itp.): Z, ts. MSS (*obstawa*).

**OLD SCHOOL, STARA SZKOŁA** 'kła-syka, dobre stare **style graffiti**': *Od tego momentu „jagody” na zawsze miały być kojarzone z old schoolem... GGE 128: (...) style inspirowane old schoolem... GGE 185; (...) „Nowym Strumieniem” i „Linia”, czyli starą szkołą warszawskiego graffiti magazynu... GGE 510, określenie znane całej subkulturze **hh** i popkulturze, Schacter 394 odnosi termin do początków *writingu* na Zachodzie – od połowy lat 70. do początku lat 80. XX w.; wg tego źródła *oldschoolowi* writerzy cieszą się tam szacunkiem za ich wkład w zainicjowanie graffiti; z ang. 'ts.' WGG, UD, podobnie SZA 148 (*oldskul/oldschool*), zob. **new school**.*

**OLDSCHOOLOWY** 'wywodzący się starej szkoły **graffiti**': *Dały one początek tradycji oldschoolowego graffiti jamu. GGE 454.*

**ONE MAN WHOLE CAR** 'wykonanie kompozycji przez jednego **graficiarza** na całym wagonie lub pociągu': *Naszym celem było zrobienie dwóch one man whole carów z różową wypełką i białym out-line'em. GGE 122; Na początku 1998 r. w Wejherowie zrobiłem one man whole cara w kolorze, razem z gdańskim EWC. GGE 33; (...) zrobiłem „one man” samemu bez czekera na yardzie w Wejherowie. GGE 224, YT, zob. **whole car**.*

**ONER** 'najważniejszy w **graffiti** – forma do-dawana do własnego pseudonimu przez gra-ficiarza, który uznał, że nie jest już początku-jącym **writerem**, lecz osiągnął status mistrza (**kinga**): (...) dodanie do własnej ksywki słowa „Oner” (pierwszy) lub graficznego atrybutu władzy – korony. PSA2 155, ze sl. am. 'ts.' UD.

**OPÓR** 'do oporu': *Looney stwierdził, że musimy jeść opór kwasów, że takie rzeczy robimy. GGE 373, ts. MSS.*

**ORIENT** 'orientowanie się, czuwanie': *Cały czas rozkminka, orient, gdzie by tu zrobić. GGE 435, ts. MSS.*

**OSEŁKARZ** 'autor **tagów** i rysunków ry-tych w szkłe', zob. **scratch**, **graficiarz**.

**OTAGOWYWANIE** 'masowe pisanie **tagów** w określonej przestrzeni miasta': *Wspomniana systemowość objawiała się w konsekwentnym otagowywaniu (...) uży-wanych przez nich szlaków komunikacyj-nych... GWP 172, zob. **tagować**.*

**OUT FOR FAME** 'otwarty na sławę': *A duch bycia dobrym jest moim zdaniem ważny w graffiti – ouf for fam GGE 423, z ang. 'ts.' YT.*

**OUTLINE** 'obrys, kontur pracy **graffiti**, także szkic pracy w notesie lub na ścianie': *(...) zaimprovizowałem z championami na wypełnienie i małyimi wąskimi nobilesami na outline i światło. GGE 162; Dla mnie to jest Dot: lśniący chrom, czerwony outline... GGE 393, ts. Ganz 374, GWP 270, ze sl. am. 'ts.' GG, W.*

**OUTSIDES** 'obrazy **graffiti** na zewnątrz wagonów': Z, ze sl. am. 'ts.' Ganz 374, zob. **insides**.

## P

**PAŁA** 'policjant': *(...) jak przyjeżdżały pały, to pokazywaliśmy im pozwolenie... GGE 170, wg MSS pałkarz, zob. **pies**, **vandal squad**.*

**PANEL** 'kompozycja **graffiti** namalowana poniżej okien pojazdu, najczęściej od drzwi do drzwi, a także praca wykonana wzdłuż całej ściany budynku': *Niezliczone jazdy na okoliczne wioski. Dziś tylko w ten sposób możemy zobaczyć nasze panele w drodze. GGE 44, ts. Ganz 374, podobnie GWP 270, ze sl. am. 'ts.' GG, zob. **end to end**, **top to bottom**, **whole car**, **whole train**, **pies pan-elowy**.*

**PARTNERS IN CRIME** ‘partnerzy w zbrodni: żartobliwe autookreślenie **graficiarzy** z jednej **ekipy**’: *Działasz w ekipie, na której możesz polegać, masz zaufanych ludzi. Partners in crime.* GGE 438, ze sl. am. ‘ts.’ UD, zob. **crime, thugs**.

**PATENT** ‘wypróbowany sposób, dobry pomysł’: *Zaczęliśmy u niego przesiadywać przed akcjami, rysując razem projekty, doradzając sobie patenty, oglądając pierwsze nagrywki z naszych akcji.* GGE 300-331, ts. MSS.

**PIECE** ‘co najmniej trzykolorowa kompozycja literowa **grafitti**’: [Dworzec WKD] – *można było tam obserwować czołówkę warszawskiej sceny, a później też piece’y wszystkich ważnych zachodnich writerów.* GGE 375, ze sl. am. ‘ts.’ GG (skrótowiec od *masterpiece*), zob. **wrzut**.

**PIECE BOOK** zob. **black book**

**PIES, PSIARZ** ‘policjant’: *Ja sprintem pomiędzy nich, a za mną psiarz jak w filmie sensacyjnym.* GGE 204; (...) *udało nam się zgubić psów i skitrać w krzakach.* GGE 546, ts. MSS, zob. **pała**.

**PIES PANELOWY** ‘graficiarz wyspecjalizowany w malowaniu **paneli**’: *Na pewno nie byłem psem panelowym...* GGE 439.

**PIORUNY** ‘wagony kolejki podmiejskiej w kolorze niebiesko-żółtym’: *Wtedy też wprowadzono nowe malowania wagonów podmiejskich (niebiesko-żółte „pioruny”).* GGE 629, zob. **jaboty**.

**PISAC** ‘wykonywać **grafitti**, zwłaszcza **litery**’: *W międzyczasie część grupy zaczęła pisać również w innych składach (Alko, ZOO).* GGE 532, zob. **malować**.

**POCHOIR** ‘technika wykonywania **grafitti** za pomocą **szablonu**, rozwinięta we Francji, polegała na odbijaniu metalowych szablonów z wzorami na różnego rodzaju powierzchniach i materiałach’: Z, ts. Ganz 374, z franc. ‘ts.’ YT.

**POCIĄGI** ‘**grafitti** wykonane na pociągach’: *Pociągi stanowią kwintesencję grafitti... GGE 212; Esencją grafitti są pociągi.* GWP 192; *Kolorowe ściany i pociągi wypełniające polski krajobraz na przełomie wieków były manifestem wolności, spontanicznym wild style’em wrzuconym na ścianę dziejów przez pierwsze po wojnie pokolenie żyjące w niezależnej Polsce.* GGE 650, zob. **whole train, mieć zajawkę na pociągi**.

**PODBIJANIE SYSTEMÓW** ‘graficiarskie zdobywanie **systemów** kolejek i metra’: (...) *podbijanie kolejnych systemów nie jest już dla mnie ważne.* GGE 640.

**PODJARKA** ‘ekscytacja, fascynacja, podniecie’: *Kolega Size pokazał mi parę „Ślizgów” i nie mogłem wyjść z podjarki, oglądając obrazki z Warszawy i Gdańska.* GGE 213, ts. MSS, zob. **jarać, przyjarka, nakrętka**.

**PODMIEJE, PODMIECHY** ‘pociągi podmiejskie’: *Pamiętam, że robiło się głównie na małym yardzie podmiejskie, a na dużym podmieje i dalekobiegi.* GGE 123; *W Poznaniu oprócz „podmiejęw” robiło się też piętrusy i intercify.* GGE 96; (...) *można też było złapać podmiecha.* GGE 308, zob. **dalekobiegi, pośpiechy**.

**PODRÓŻE GRAFFITI** zob. **turystyka**

**POJECHAĆ FALĄ** ‘pomalować kilka obiektów, jeden za drugim’: *I potem przyjemnie jest falą cały skład pojechać.* GGE 510, zob. **przejechać**.

**POMARAŃCZA, ORANGE CLOCKWORK** ‘wagon fabrycznie pomalowany na kolor pomarańczowy’: *„Jak zwykle zimno i mokro” na jedynej wtedy pomarańczy obecnej na lokalnych yardach.* GGE 125; *Mury miały również swój urok, lecz bez takich emocji, jakie towarzyszyły mi podczas pobytów między orange clockwork.* GGE 428. Żartobliwy odpowiedni angielski stanowi odniesienie do tytułu filmu S. Kubricka *Orange Clockwork* (pol. *Mechaniczna pomarańcza*), zob. **jaboty, intercify**.



**POPAPRANIEC** ‘pseudografciarz, bazgrzący na odnowionych zabytkach, niszczący okna wystawowe sklepów czy pociągów nieudanymi rytami, wykonujący **toye**’: Z, podobnie MSS, zob. **toy** w 1. znaczeniu.

**POSADZIĆ** ‘namalować’: (...) *też tam jakąś czachę posadziłem*. GGE 523, zob. **malować**, **postawić toya**.

**POSTAWIĆ TOYA** ‘nanieść na czyjeś **graffiti** słowo **toy**, co oznacza dezaprobatę dla dzieła, bądź jego autora’: Z, zob. **krosowanie**, **stawiać**.

**POST-GRAFFITI, NEO-GRAFFITI** ‘nowoczesny kierunek w **graffiti**, charakteryzujący się nowatorskim podejściem do formy i techniki, wykraczającym poza tradycje klasycznego stylu graffiti i zmierzającym w stronę **street artu**’: *Wzrost znaczenia internetu, zaostrenie kontroli w miastach, zmęczenie klasycznym graffiti, chęć zaistnienia poprzez inne środki wyrazu – to wszystko spowodowało, niemal w całej Europie, coraz większą popularność tzw. post-graffiti lub urban artu, później nazwanego street artem*. GGE 555. Można by przyjąć pogląd, że takie formy wykorzystywane w graffiti jak stosowanie szablonów, czy wlepek stanowią etap pośredni w drodze do street artu, ts. Ganz 7.

**POSTWANDAL** ‘określenie **graficjarza** nowej ery, używane zwłaszcza przez zwolenników klasycznego **graffiti**, którzy wszelkie jego przejawy, np. obraźliwe i prymitywne w formie napisy kiboli, uważają za wyraz swobodnej ekspresji, budzącej w ludziach energię i chęć działania’, Z, zob. **wandal**, **postwandalistyczny**, **postwandalizm**, **post-graffiti**.

**POSTWANDALISTYCZNY** ‘nawiązujący do tradycji **graffiti**, ale nowy w formie i wyrazie artystycznym’: *Street art rozwinął się na tyle, że można wymagać od artystów czegoś więcej niż tylko ładnego obrazka. Będziemy tu rozwijać naszą posta-*

*wę postwandalistyczną, badać to zjawisko i pokazywać*. GWP 214, zob. **postwandal**, **street art**.

**POSTWANDALIZM** ‘**graffiti** łączące różne doświadczenia i postawy, artystyczne i nie, stare i nowe’: *Postwandalizm to graffiti, to street art, to bazgroły dzieci i wrzuty zakochanych albo wkurwionych, albo kibiców*. GWP 214.

**POŚPIECHY** ‘**graffiti** wykonane na pociągach pośpiesznych lub same pociągi pośpieszne’: *W 2000 roku weszło THC crew malujące głównie pośpiechy oraz chromy*. GGE 57; *Schodząc z owych peronów w stronę Warszawy, mijano się yard pośpiechów...* GGE 308.

**PRODUKCJA** ‘indywidualne lub, głównie, zespołowe malowanie **graffiti**, także efekt takiego działania’: *Powstawały coraz to nowe produkcje, whole cary, panele*. GGE 40; *Jedną z najważniejszych produkcji SD była słynna produkcja indiańska*. GGE 420; w muzyce rap to samo w odniesieniu do tworzenia i nagrywania muzycznych podkładów do utworów rapowych (robią to *producenci*, np. DJ Volt jeden ze swoich autorskich albumów, zawierający utwory różnych raperów, do których przygotował *bity* ‘muzyczne podkłady’ nazwał *Hip hop produkcją*); w amerykańskim **writingu** słowo *production* oznacza wielkoformatowy **mural** złożony z pojedynczych obrazków, z ang. ‘obraz (filmowy)’ UD.

**PROGRES** ‘rozwój’: (...) *„MIB” nakręcali „progres”...* GGE 230, z ang. *progress* ‘ts.’ LDCE 1130.

**PROJEKT** ‘zaplanowana do wykonania i zaprojektowana praca **graffiti**’: (...) *chłopaki od HC rozkminili yard, a my porobiliśmy sobie fajne projekty*. GGE 193; *Do projektów nie przywiązywałem zbytnej wagi – najistotniejszy dla mnie był moment akcji*. GGE 363, z ang. *project* ‘ważna zaplanowana praca’ LDCE 1130.

**PROPSY** 'szacunek, pochwała': *Przy okazji trzeba dać propsy odpowiednim ludziom, jako że jest grupa pięciu writerów, którzy mają razem więcej tagów i throw-upów niż reszta...* GGE 270; *Na początku miałem wrażenie, że jesteśmy jedną wielką rodziną, dostawaliśmy propsy w podziękowaniach od raperów, bujaliśmy się razem.* GGE 424, podobnie w **hip hopie** (rapie), ze sl. am. *props* < ang. *proper respect* 'ts.' WGG.

**PRZEJECHAĆ, PRZEJEŹDŹAĆ** zob. **going over**

**PRZEKAZ** 'przesłanie, komunikat': (...) *dopracowane liternictwo z charakterami i słownymi przekazami na różne tematy.* GGE 510; *W ogóle malowanie traktuję jako narzędzie, nawet teraz. Sprawy artystyczne nie są moim priorytetem, liczy się przekaz.* GWP 77.

**PRZYJARKA** 'fascynacja, zainteresowanie': *Miałem największą przyjarkę, że coś się zaczyna w tym mieście pojawiać, jak w amerykańskich filmach.* GGE 359, zob. **jarać, podjarka**.

**PRZYPAŁ** 'wpadka, w graffiti głównie: zatrzymanie przez policję podczas malowania ściany': *Malowanie SKM-ek nie było więc łatwe; każda akcja wiązała się z dużym stresem i wiele razy kończyło się przypałami.* GGE192; **przypał wizualny** 'nieudane graffiti': *Szczecin był ciekawy – czasami na krawędzi przypału wizualnego, ale zawsze dający radę i z doskonałą techniką.* GGE 542, ts. MSS, zob. **przypalić**.

**PRZYPALIĆ** 'doprowadzić do czyjeś wpadki': (...) *przypalił nas drajwer i ruszył.* GGE546, zob. **przypał**.

**PSEUDOSUBVERTISING** 'nieudolne działania w duchu subvertisingu, niebędące wynikiem przemyślanych strategii, np. walki z korporacjonizmem czy konsumpcjonizmem, ograniczające się do graficznych i literowych żartów dotyczących treści reklam i komunikatów zamieszczanych na

wielkich nośnikach, zwłaszcza bilbordach', z ang. 'ts.' YT.

**PSIKAWY** 'litory malowane z pewnej odległości za pomocą dużego pojemnika z farbą pod ciśnieniem': *Następną nowością we writingu było pojawienie się liter nano-szonych przy pomocy aplikatora wykonanego z dużego pojemnika ciśnieniowego...* *Litory te potocznie nazywane bywają psikawami.* PSA2 152.

**PUCOWAĆ** 'przyznawać się, donosić': (...) *pucując, kiedy i gdzie był patrol na obchodzie.* GGE 439, ts. STGP 462.

**PUNK ROCK** 'gatunek muzyki rockowej bliski niektórym writerom': *Znaczny wpływ na kształtowanie się sceny miała kultura hip-hop, mimo że duża część raperów sympatyzowała z punk rockiem.* GGE 49, W.

**PURE POSITIVE ENERGY** 'czysta pozytywna energia – idea przyświecająca graficzom i innym artystom': *Na pewno sprawiało nam radość wspólne malowanie, kształtowanie pewnej wizji pure positive energy.* GGE 510, z ang. 'ts.' YT.

**PUSZKA, PUCHA** 'farba w spreju': *Dotychczas nieznaną pozorną łatwość wywierania wpływu na otoczenie potęgowała fascynacja i powodowała to, że niejeden chwycił za puszkę.* GGE 648; *Drabinki podstawione, puchy w ruch, dawaj dalej...* GGE 630, ts. MSS, zob. **aerozol, ken, sprej**.

## R

**RAPOWAĆ** 'uprawiać muzykę rap': *W tamtym okresie w Szczecinie powstała jeszcze ekipa WCT – raperzy, z których część rapowała i malarze, z których część nie rapowała.* GGE 31, zob. **hip hop** w zn. 1.

**RAPUJĄCY WRITER** 'writer równocześnie uprawiający muzykę rap': *Przez writerów JWP są zresztą odbierani jako rapujący writerzy, a nie malujący raperzy.* GGE 424.

**REAL** 'rzeczywistość, stan obecny': *W realu liczy się styl, flow i sam charakter write-ra... GGE 133, ts. MSS.*

**REJONIARZ** 'graficiarz patrolujący miejsca swojej aktywności twórczej': Z.

**REPREZENTOWAĆ** coś 'dawać godne świadectwo przynależności do subkultury lub gwarantować wysoką jakość prac': *Jest dużo młodych, nowych writerów, jak Meras, Serio i inni, którzy godnie reprezentują scenę... GGE 41, RTL – reprezentujemy tych ludzi GGE 113; ze sl. am. represent 'ts.' UD, zob. scena.*

**REMIKS** 'praca wykonana w znanym stylu': *Polska scena nie miała żadnych uprzedzeń: zaczęła robić bardzo dobre remiksy i innowacyjne style. GGE 472, z ang. 'ts.' MSS.*

**RESPEKT, RESPECT** 'szacunek, jaki zdobywa graficiarz w środowisku ulicznych twórców': *Potem chyba skoncentrował się na zamówieniach i stracił respekt sceny. GGE 466; (...) zawsze słuchaj, co ma do powiedzenia starszy writer, bo nie będziesz mieć respektu. GGE 648.; (...) respect, czyli szacunek wśród innych ulicznych twórców. PSA2 156; Respect to: Special, Śmigło, DSCpPeople, olek and all suckers. GGE 167.* Określenie znane całej subkulturze **hh**, m.in. odnosi się do raperów, coraz częściej stosowane potocznie (nieco żartobliwie), ts. MSS, z ang. respect 'ts.' W, zob. **fame, szacun.**

**ROBIĆ, ZROBIĆ** coś, np. **ROBIĆ KOLEJKI, ROBIĆ MIASTO, ROBIĆ WRZUTY, ZROBIĆ ŚCIANKĘ, ZROBIĆ POCIĄG, ZROBIĆ WHOLE TRAINA, ZROBIĆ BLACHY, ZROBIĆ KOLOR:** 'wykonać kompozycje graffiti na różnych obiektach lub na obszarze miasta': (...) *potem zrobiliśmy jeszcze dwie ścianki razem. GGE 335; W październiku 1995 r. został zrobiony w Szczecinie pierwszy pociąg. GGE 28; Pierwszego whole traina zrobiliśmy 21*

*lipca 1996 roku. GGE30; Z nim i jego kolegą Pivem zrobiliśmy pierwsze blachy, w ogromnym stresie. GGE 17, Ustawialiśmy się wszyscy, robiąc miasto i kolejki. GGE 38; robić styl 'wykonać graffiti dopracowane pod względem stylu': *Zawsze kiedy robię styl, oczyszczam się. Taka terapia. GGE 402.**

**ROBIENIE** 'wykonywanie graffiti': *Robienie solo dawało mi niegdyś dużo frajdy i satysfakcji. GGE 523.*

**ROLL CALL** 'podpisywanie się grupy graficiarzy na wspólnym dziele, szablon z takimi podpisami': *Mieli też kilka amerykańskich patentów na malowanie: roll call z wypiską grupowiczów... GGE 343, ze sl. am. 'ts.' WGG.*

**ROLLER** 'graficiarz używający wałka': *Z Białegostoku Kobas, Kosa i kilku rollerów. GGE 619, ze sl. am. 'ts.' < z ang. 'wałek' LDCE 1235, zob. rollery, rolltop, roll call.*

**ROLLERY** 'litory o ostrych kształtach i zdecydowanych przejściach kolorystycznych, wykonywane z użyciem wałka, YT 'ts.' (rollers) zob. **roller, rolltop, rooftop.**

**ROLLTOP** 'rodzaj rooftopu; kompozycja literowa malowana z użyciem farby wałkiem na ścianie tuż pod dachem budynku i z niego najczęściej wykonywana', zob. **rollery.**

**ROOFTOP** 'wrzut, często kompozycja złożona z liter, wykonana na ścianie tuż pod dachem budynku': *Byliśmy na pociągach, insajdach, na linii, na hall-of-fame'ach, na ulicy, rooftopach – 100% dedykacja. GGE 209, ts. GWP 270, ze sl. am. 'ts.' < z ang. 'miejsce na ścianie tuż pod dachem budynku' LDCE 1236, zob. **rollery, rolltop.***

**ROOTSOWY** 'odnoszący się do korzeni, początków': *Wszystko było bardzo rootsowe. GGE 488, z ang. roots 'korzenie' LDCE 1237.*

**ROZKMINA** 'narada nad rozwiązaniem problemu i samo jego rozwiązanie': *Po dłu-*

*gich rozkminach jednak udało się zaliczyć biało-niebieskie kolejki.* GGE 286, ts. MSS, zob. **rozkminiać**.

**ROZKMINIAĆ** 'starac się pojąć, zastanawiać się': (...) *rozkminialiśmy z Gromem zielone tagi i throw-upy.* GGE 390, ts. MSS, zob. **rozkmina**.

**ROZWALAĆ PANELE** 'wykonywać duże kompozycje graffiti': Z., zob. **panel**.

**ROZWALIĆ POMARAŃCZA** 'namalować litery w kolorze pomarańczowym': Z.

**RUCHOMA GALERIA** 'pociąg lub inny pojazd pokryty graffiti': *Skończyła się ruchoma galeria.* GWP 193, zob. **whole train, whole car, jeżdżąca galeria**.

**RUCHOMY TAG** 'tag wykonany na wagonie pociągu lub innym pojeździe': Z, zob. **ruchoma galeria**.

**RYSOWAĆ** 'przygotowywać na kartce szkice pracy, która zostanie namalowana na ścianie': (...) *zapytał mnie: „Rysujesz?” Ja na to: „Tak.” „To dobrze. Nie maluj, rysuj.” To była kwintesecja. Siedź w domu i męcz karteczkę do bólu. Potem dopiero na miasto.* GGE 496.

## S

**SCENA** 'całokształt zjawisk związanych z uprawianiem graffiti, street artu, wlepkarstwa i innych dziedzin sztuki w danym obszarze – kraju, miasta, dzielnicy': *teksty ... są narażone na dyskusję, zwłaszcza wewnątrz sceny* GGE 7; **scena graffiti**: *W tym momencie istnieje scena graffiti nawet w Chinach.* GGE 11, **scena pociągowa** 'scena graffiti ograniczona do wykonywania graffiti na pociągach': *Na takim gruncie powstawała hardcorowa trójmiejska scena pociągowa...* GGE 192; **scena streetartowa, wlepkarska**: *To, co można było zobaczyć w sieci, miało naprawdę duży wpływ na scenę wlepkarską, która wyewoluowała*

*w polską scenę streetartową.* GWP 210, zob. **reprezentować**.

**SCRATCH** zob. **skrecz**

**SCRATCHITI** 'graffiti ryte na szybach pojazdów, wiatrach przystanków i witrynach sklepów': Z, jego usunięcie jest trudne i najczęściej wymaga wymiany szyby, **s.** jest odpowiedzią **graficiarzy** na usuwanie **graffiti** z przestrzeni publicznej, ze sl. am. 'ts.' GG, zob. **skrecz, szory**.

**SCRUB** 'szybkie wypełnienie obrazu lub litery kreskami od konturu do konturu': Z, ze sl. am. 'ts.' W.

**SKILSY, SKILLSY, SKILLE** 'zdolności i wysokie umiejętności': *Młodzi i ambitni szlifowali swoje skillsy, żeby móc zaprezentować się szerszemu gronu.* GGE 40; *Lepiej znałem litery i miejsca, gdzie ćwiczyli wrieterskie skille Benz (Tede), Ombre (Sokół)* GGE 40, ts. GWP 270 (*skillsy*); **skills battle** 'rywalizacja dwóch graficiarzy wykonujących w czasie konkursu prace oceniane pod kątem ich umiejętności': Z, WGG; **s.** są znane całej subkulturze **hh**, m.in. może się nimi pochwalić dobry raper, ze sl. am. *skills* 'ts.' UD, WGG, zob. **battle**.

**SKITRAĆ SIĘ** 'schować się': (...) *udało nam się zgubić psów i skitrać w krzakach.* GGE 546, ts. SSM 106, MSS.

**SKŁAD** 'grupa graficiarzy': *W międzyczasie część grupy zaczęła pisać również w innych składach (Alko, ZOO).* GGE 532; określenie znane całemu **hip hopowi** i innym subkulturom, ze sl. am. *squad* 'ts.' UD, zob. **crew**.

**SKRE CZOWANIE, SCRATCHOWANIE**: 'rycie w szkłe **tagów**, napisów lub prostych rysunków': *Skreczowanie przystanków i szyb w autobusach stało się łatwym sposobem oznaczania miasta.* GGE 583; (...) *scratchowania (drapania, rycia napisów na szybach, np. komunikacji miejskiej, przystanków, witryn sklepowych czy luster).*

PSA2 165; Schacter 394 podaje nazwę *scribing*, w definicji używając słowa *scratching* (*Scratching a tag that is hard to remove...*); określenie znane całej subkulturze **hh**, w rapie oznacza „drapanie” płyty analogowej uruchomionej na gramofonie w celu uzyskania charakterystycznych efektów dźwiękowych, czyli *skreczy*, ts. Schacter 394, ze sl. am. *scratching* ‘ts.’ GG, zob. **skreczer**, **skreczowany**, **szor**, **osełkarz**.

**SKRECZER** ‘narzędzie do **skreczowania**’: (...) *skreczery do szyb z ostrzałek do noży i szlifierek*. GGE 598.

**SKRECZOWANY**, **ZESKRECZOWANY** ‘z wrytym w szkle napisem lub rysunkiem’: *Szyby skreczowane to moja robota*. GGE 383, (...) *wszystkie szyby SKM zeskre-czowane...* GGE 209, zob. **skreczowanie**.

**SNEAKERNET** ‘system darmowych noclegów w mieszkaniach udostępnionych przez **graficiarzy** kolegom z różnych krajów europejskich’: *Strasznie mnie rozpieirdalało to, jak działa tzw. sneakernet...* GGE 547, z ang. ‘przenoszenie danych komputerowych’ UD.

**SNIPING** ‘zaklejanie reklam na różnego rodzaju nośnikach, głównie bilbordach, i umieszczanie na ich miejscu własnych przekazów’: Z, ts. UD, z ang. ‘złośliwe krytykowanie kogoś’ LDCE 1357, zob. **subvertising**.

**SEZONOWIEC** ‘**graficiarz** działający sezonowo’: *Sporo sezonowców przestało się tym zajmować*. GGE 629.

**SOK** ‘sokista, funkcjonariusz Służby Ochrony Kolei’: *Mieliśmy tam też parę ostrych spierdolek przed policją i sokami*. GGE 196, ts. MSS.

**SOLÓWKA**, **SOLO** ‘jednoosobowa akcja **writera**, także powstała w ten sposób kompozycja’: *Solówki na yardzie – to jest to!* GGE 44; *Malowanie solo to zupełnie inna jazda*. GGE 523

**SPARTAN** ‘spartańskie warunki’: (...) *ogólnie był wielki spartan i improwizacja, bo graffiti właściwie nie istniało*. GGE 162.

**SPIERDOLKA** ‘ucieczka **graficiarzy** przed służbami’: (...) *następną noc poszliśmy malować na linii, co się skończyło spierdolką*. GGE 178, ts. MSS.

**SPINA** ‘spięcie, awantura’: *Podczas wypadu na panele z Jopsem i Coltem 45 w pociągu do Cisowej mieliśmy spinę z lokalnymi skinami*. GGE 222, ts. MSS.

**SPLIFF** ‘papieros-skret zawierający tytoń zmieszany z marihuaną’: (...) *spliffy na ławkach...* GGE 488; *Pamiętny „Spliffem all tour” do czeskiej Pragi*. GGE 505, ze sl. am. ‘ts.’ UD, SZA 199..

**SPOŁECZNIAK** ‘osoba donosząca na innych’: *Pod koniec zauważyłem, że z kolejki wystaje głowa drivera, którego zagadywał jakiś społeczniak*. GGE 644, podobnie MSS.

**SPOT** ‘miejsce atrakcyjne dla **writera** i dobrze się nadające na umieszczenie jego prac’: *W ciągu kilku tygodni zniknęło legendarne miejsce, najważniejszy spot poznańskiego graffiti*. GGE 92; **s.** jest trudny do zdobycia, najczęściej zostaje zawłaszczony podczas dobrze zaplanowanych i zrealizowanych akcji **bombingu**, ze sl. am. ‘ts.’ UD, zob. **miejscówka**.

**SPREJ**, **SPRAY-CAN** ‘farba w spreju’: *Stosowanie przez KOBE Crew szerzej wówczas nieznanych sprejów...* PSA 372; *Taguję markerem albo robię to spray-canem* GGE 382; ts. GWP 270; z ang. *spray can* ‘ts.’ LDCE 1387, ts. SZA (**sprej**), zob. **aerozol**, **ken**, **puszka**.

**SPREJOWAĆ**, **SPRAYOWANIE** ‘malować z użyciem farby w aerozolu’: *We Wrocławiu za dużo było pozerów, którzy szli na imprezę i udawali, że będą później „sprejować”*. GGE 127; *Naszym spoiwem było sprayowanie – umyślnie używam tego określenia*. GGE 363, z ang. *spray* ‘ts.’ SZA (**sprejować**), zob. **sprej**.

**SREBRO** ‘praca wykonana srebrną farbą, zwykle z dodatkiem tylko jednego innego koloru’: *W 2008 roku powstało wysokie na ponad czterdzieści metrów srebro KMC Kingdom, największe w historii miasta „ever”.* GGE 41; *Były też Mamy – całkiem dobre srebra...* GGE 171, **szybkie srebro** ‘srebro szybko wykonane’: (...) *srebro o treści „ss”.* *Miało to zasadniczo oznaczać szybkie srebro (...) grupa zmieniła nazwę na FS (Fast Silvers).* GGE 230, podobnie GWP 270, ze sl. am. *silver piece* ‘ts.’ W, zob. **wrzut, chrom.**

**STATE OF MIND** ‘stan umysłu’: *To był state of mind ówczesnych warszawskich malarzy.* GGE 390, z ang. ‘ts.’ LDCE 1403.

**STAWIAĆ** coś ‘wykonać pracę artystyczną, namalować’: (...) *pojechaliśmy za Warszawę stawiać one many.* GGE 507, **stawiać tagi** ‘wykonywać tagi’, Z, zob. **postawić toya.**

**STENCIL** zob. **szablon**

**STICKER** zob. **wlepka**

**STREET ART, STRITART, STREET ARCIK, STREET, SZTUKA ULICY** ‘sztuka wizualna tworzona w miejscach publicznych, a także niezależny ruch artystyczny o charakterze globalnym, forma społeczno-politycznego aktywizmu oraz związane z nim wszelkie rodzaje działań artystycznych dokonujące się w publicznej przestrzeni miasta, także produkty tej sztuki, takie jak **murale, szablony, wlepki**, „odwrócone” hasła i slogany reklamowe na billboardach, plakaty, instalacje, bardziej złożone kompozycje **graffiti** itp.: *Jednak tak naprawdę graffiti interesowałem się cały czas. Wróciłem, bo wkurwił mnie street art... czyli wlepki, kafelki i to całe gówno. Oczywiście, nie mówię tu o dobrych rzeczach typu Paweł dwaesha.* GGE 133; (...) *poszli w zupełnie komercyjny świat street artu, malując tylko na zlecenie i pod publikę.* GGE 312; *Dziś w modzie jest raczej ten street arcik...* GGE 466; *Ten męczący*

*przechodniów nadmiar bodźców sprawił, że graffiti zaczęło stopniowo wycofywać się z ulic miast, ustępując miejsca grzeczniejszym formom ekspresji: szablonom, wlepkom, muralom i innym „stritartom”.* GGE 647; *Jakże inne byłoby oblicze Ziemi, gdyby wszyscy zajmowali się streetem?* GWP 84; *To sztuka ulicy, na murach ekspresja, tylko dobrzy zawodnicy, co lubią czuć dreszcza.* GGE 630; **travelling street art** ‘podróżujący street art – wyjazdy do różnych miejsc w świecie w celu namalowania tam prac’: *To, co robi, nazywa „travelling street artem, czyli wędrującą sztuką uliczną”.* – *Łączę podróże z malowaniem* (Mateusz Bamski). Pojęcie **s. a.** jest tak nowe, jak sama ta dziedzina i ma szeroki zakres, gdyż obejmuje wszelkie zjawiska i działania z dziedziny sztuki w przestrzeni miasta, legalne i nielegalne. Nadrzędną ideą **s. a.** jest niczym nieskrępowana swoboda twórcza w przestrzeni publicznej, wspólnej (symbolicznie) dla wszystkich. Jej wyrazem są wykonywane na ścianach budynków i innych obiektów murale, plakaty, wlepki, naklejki, obrazy, rzeźby, instalacje, działania performatywne itp. To bogactwo form przekazu ma służyć skuteczności komunikatu docierającego do odbiorcy, gdyż wiele prac **s. a.** nosi cechy społecznej krytyki. Jako zjawisko heterogeniczne obejmuje różne rodzaje sztuki ulicznej wywodzącej się z graffiti, któremu jest czasem przeciwstawiane, reprezentujące odrębne poziomy zaangażowania o charakterze społeczno-politycznym oraz różne podejście do kwestii artystycznych. Charakterystyczny dla tej kwestii jest wpis w polskiej Wikipedii (W): ‘s. a. – dziedzina sztuki tworzona w miejscu publicznym, najczęściej „na ulicy” w formie bezprawnej ingerencji. Termin zawiera w sobie tradycyjne graffiti, lecz często jest użyty dla odróżnienia aktywności artystycznej od wandalizmu.’ Rzadziej **s. a.** jest określany u nas jako *spray art* obejmujący graffiti i sztukę ulicy – zob. SZA 200. U podstaw **s. a.** leżą dokonania pop-artu, ruchu artystycznego

zapoczątkowanego na Zachodzie w latach 50. XX w., który jako pierwszy starał się zwrócić sztukę ku rzeczywistości wielkiego miasta jako środowiska kształtującego sposób życia i myślenia jego mieszkańców. Sama nazwa pojawiła się prawdopodobnie na początku lat 80. na Zachodzie, a jej zakorzenienie w świadomości społecznej nastąpiło wraz z wydaniem w 1985 r. w Nowym Jorku książki A. Schwartzmana pt. *Street Art*. Co prawda, **s. a.** jest rodzajem sztuki zbuntowanej, choć sukces komercyjny i rozgłos nie jest mu obcy; po to się m.in. organizuje streetartowe festiwale i jamy, aby nagłośnić działania artystyczne, upowszechnić ten rodzaj sztuki i zdobyć środki na jego uprawianie. Niemniej w swoim głównym nurcie **s. a.** zachowuje swój antysystemowy charakter, walcząc z kapitalizmem, globalizacją, korporacjonizmem, nadmierną kontrolą państwa nad mediami i obywatelami. Schacter 394 kojarzy **s. a.** z szerszym pojęciem *niezależnej sztuki publicznej (independent public art)*, która ma miejsce w otwartej przestrzeni miasta, poza galeriami i muzeami; z ang. *street art* 'sztuka ulicy' UD, zob. **sztuka miejska, sztuka aerozolu, post-graffiti**.

**STREET ART 3D** zob. **graffiti**

**STREETARTERKA** 'dziewczyna lub kobieta uprawiająca **street art**': Z, zob. **streetartowiec**.

**STREETARTOWIEC** 'chłopak lub mężczyzna uprawiający **street art**': *No właśnie, wielu ludzi zaczyna od liter, od writingu, ale kiedy się rozwijają i ewoluuje ich działalność, zmieniają się na tyle, że nie można ich już nazwać writerami. Stają się streetartowcami lub po prostu artystami.* PSA2 179, zob. **grafciarz, malarz, writer, streetarterka, urbanartowiec**.

**STREET LOGO, LOGOTYP** 'odmiana tagu, odznaczające się tym, że zamiast liter występuje prosty obrazek, rodzaj ikonicznego logotypu o charakterze odautor-

skim': *Również wielu twórców street artu, a nawet ortodoksyjnego graffiti o korzeniach amerykańskich używa dziś vleпки równoległe z działaniami malarskimi, by rozpowszeczniać swoje street logo w przestrzenie publicznej.* GWP 204; (...) *logotypy autorские stały się coraz bardziej dopracowanymi formami graficznymi...* PSA2 158; termin wprowadzony przez Tristana Manco w książce *Street Logos*; Ganz (2008, 374) podaje nazwy *logo-graffiti, iconic graffiti*, które definiuje jako 'stosunkowo nowy styl graffiti, którego zwolennicy tworzą ciekawe emblematy i loga'.

**STYL, STYLE, STAJLIKI** 'sposób malowania liter przyjęty przez danego grafciarza oraz kompozycja, w której się on ujawnia, także: konkretny styl lub gatunek graffiti; stylami określa się głównie kompozycje graffiti literowego, któremu niekiedy towarzyszą komiksowo ujęte charakter': *Style Ble niszczyły konkurencję.* GGE 401; *W latach 2002-2005 powstało bardzo dużo dobrych stylów na kolejkach...* GGE 57, *Dziwiliśmy się stylom z Warszawy, bo były dla nas zupełnie inne niż te, do których byliśmy przekonani.* GGE 33; (...) *wszystkie style – od krótkich enigmatycznych podpisów (tagów) przez napisy i rysunki o charakterze politycznym do wielobarwnych złożonych kompozycji zwanych wrzutami.* PSA 358; N. Ganz (374) definiuje **style** następująco: 'pierwotnie synonim liternictwa przyjętego przez danego grafciarza; obecnie oznacza indywidualny styl artysty'; wg GWP 270 **s.** to 'graffiti w formie literowej'; PSA 2 151 za **s.** uważa 'duże, starannie wypracowane formy literowe pozwalające writerowi na popisanie się kreatywnością i kunsztem malarskim'; **styl nowojorski** 'styl wczesnego graffiti (writingu), który powstał w Nowym Jorku': *krajobraz w nowojorskim stylu* GGE 70; często jest utożsamiany z tzw. **wild stylem**, ale nazwa ta obejmuje oprócz malowania liter w „szalonym stylu” (w tle czasami pojawia

się pejzaż miasta) także inne rodzaje prac wykonywanych przez nowojorskich **writerów**, np. kompozycje złożone z komiksowo ujętych **charakterów** wraz z towarzyszącymi im napisami o charakterze dialogu lub apelu; **warszawski styl**: *Dla mnie warszawski styl to proste, czytelne litery na nielegalu*. GGE 393; **polski styl**: *Polski styl nie był w tamtym czasie „urobiony” przez wpływy nowojorskiego i amerykańskiego graffiti. Panowała wolność myślenia, wprowadzania różnorodnych czcionek, łamania tradycyjnych zasad. Dla mnie w malowaniu najważniejsze było zawsze, aby stworzyć przestrzeń, która jest zwarta, uzasadniona, dobrze rozłożona w swoim ciężarze i dynamice, by wciągała widza w swoją opowieść i przekonywała swoją obecnością*. GGE 320; **style city** ‘miasto – mekka graficiarskich stylów’: *Niby byłem z Berlina, tzw. style city, ale w Warszawie zobaczyłem zupełnie inną estetykę i formy...* GGE 472; (**styl**) **euroclash** ‘styl stworzony przez turystów’: *A do tego, cała ta fala turystyki w Warszawie była początkiem stylu euroclash!* GGE 472; (...) *na scenie pociągowej dominować zaczął tzw. euroclash, szybki i czytelny, podparty coraz większą popularnością efektywnych w użyciu farb Montana*. GGE 555; **silly style** ‘głupi, szpetny styl’: *W ramach graffiti natomiast na znaczeniu zaczął zyskiwać silly style, oparty na celowym dążeniu do uzyskania wrażenia brzydoty, infantylizmu, abstrakcji czy brudu w wykonaniu liter*. GGE 555; (...) *rodzaj graffiti, który zadomowił się w Europie dopiero po roku 2000, czyli silly style*. GGE 406, ze sl. am. ‘ts.’; **freaky stajliki** ‘obrazki w dziwacznym, „zakręconym” stylu’: *Ich freaky stajliki pasowały do siebie jak układanka*. GGE 401; **toy styl** ‘styl charakterystyczny dla toya’: *Toy-styl w latach dążenia do czystości formy to było demotywuujące zjawisko*. GGE 555; **ugly style / brzydki styl** ‘brzydki, brudny styl’: *W ugly style’u podobają mi się emocje*. GGE 557; *Nigdy nie jarałem się brudnym stylem...* GGE 557; **simple style** ‘prosty styl’:

(...) *każdy powinien mieć pewien „arsenał” stylów, móc zaprezentować swoją interpretację simple, semi czy wild*. GGE 557. We **writingu** nie ma ustalonych kanonów stylistycznych i estetycznych – każdy **grafciarz** oferuje widzom swój własny s.; im bardziej oryginalny, tym ma większe szanse na zauważenie w zalewie graficiarskich prac, ze sl. am. *style* ‘ts.’ UD, zob. **bubble gum, bubble, remiks, stylówka, stylowiec, robić**.

**STYLE WARS 1** ‘konkurs między **writerami** lub ich grupami na najbardziej umiejętnie wykonanie **liter**’: Z, 2 tytuł filmu H. Chalfanta i T. Silvera o **writingu** i kulturze **hh**, zob. **battle, style**.

**STYLOWIEC, STYLISTA** ‘**writer** nadający swym starannie i kunsztownie wykonanym pracom oryginalną formę i określony styl’: (...) *Grom i Ble byli dla mnie największymi stylowcami (...) oni wkładali więcej przemyślenia w każdy panel, niż ja wkładałem w dwadzieścia*. GGE 401; *Nie poznałem jeszcze osoby, która od pierwszego taga byłaby od razu zajebistym stylistą*. GGE 493; *Writerzy, którzy w centrum swojej działalności stawiają tworzenie jak najoryginalniejszych, maksymalnie dopracowanych liter, nazywani bywają stylowcami*. PSA2 151; wg GWP 270 **stylowiec** to ‘**writer** specjalizujący się w **literach**’, zob. **styl, style**.

**STYLÓWKA** ‘indywidualny **styl** artystyczny **writera**’: *Kiedy zeszlismy się w 1994-1995, to każdy miał inną stylówkę i była to raczej stylówka „niemajętna młodzież ze wschodnioeuropejskich blokowisk”*. GGE 421, zob. **stylowiec**.

**SUBVERTISER** ‘osoba praktykująca **subvertising**’: nazwa funkcjonuje w pracach poświęconych **subvertisingowi**, z ang. ‘ts.’ YT.

**SUBVERTISING, SUBWERTYWIZM, SUBWERSJA** ‘kulturowa forma oporu, rodzaj prowokacji kulturowej stosowa-



nej w nielegalnych działaniach w przeźrzeniu miasta, polegająca na odwracaniu treści przekazów sloganów reklamowych i innych komunikatów i tworzeniu własnego przekazu, który reinterpretuje oficjalny; w odniesieniu do **sztuki ulicy** jest to strategia i praktyka **subvertiserów**, w tym twórców **street artu**, polegająca na tym, że wykorzystując reklamy ustawione w wizualnej przestrzeni miasta, zwłaszcza umieszczone na takich nośnikach, jak bilbordy czy bannery, a także na znakach drogowych czy tablicach informacyjnych, „wywracają” oni treść sloganów reklamowych i innych komunikatów, równocześnie tworząc – czasami za pomocą **antyhaseł** i parafraz – własny przekaz, który reinterpretuje w żartobliwy sposób, poddaje w wątpliwość, wyszydza lub wręcz zaprzecza oficjalnym treściom: *Moje szablony nie były wprost antysystemowe... Dla ludzi na ulicach mogły być po prostu sygnałami ze świata normalności, ale dla totalitarnego systemu – przez swój humanitaryzm, indywidualizm i niezależność – były subwersją.* GWP 96; *Dzięki niej poczuliliśmy swoją siłę, poznaliśmy nie tylko vlepkarzy, ale też ludzi zajmujących się m.in. adbustingiem, działaniami anarchistycznymi i wolnościowymi.* GWP 211. Strategie s. są różne – generalnie chodzi o przekształcanie treści nośników reklamowych w celu uzyskania nowego znaczenia, nawiązującego do pierwowzoru, ale zaprzeczającego mu lub stanowiącego względem niego semantyczną alternatywę. Stosując ową strategię, np. „wywracając” komunikaty reklamowe na bilbordach (na Zachodzie nazwano tę działalność *billboard banditry*), subvertiserzy walczą z groźnymi lub niekorzystnymi dla człowieka i całych społeczeństw zjawiskami, postawami i tendencjami społecznymi i politycznymi we współczesnym świecie, takimi jak rasizm, szowinizm, klerikalizm, homofobia, skrajny konserwatyzm, konsumpcjonizm, korporacjonizm, narkomania, hedonizm, seksoholizm, komercjalizacja kultury i same-

go procesu twórczego. W wersji żartobliwej twórcy używający s. wyśmiewają polityków na plakatach, nakładając im na nosy błazeńskie pompony lub domalowując różne szczegóły, a znaki drogowe uzupełniają o nowe elementy (kot na płotku – na znaku ostrzegawczym ‘przejazd kolejowy z zapoarami’ czy sylwetka kowboja z rewolwerami na znaku zakazu ruchu pieszych). W wersji ekstremalnej aktywiści niszczą reklamy na bilbordach lub je zaklejają, wreszcie, podpalają same nośniki. Do s. zalicza się także różnego rodzaju mistyfikacje medialne, np. fałszywe reklamy o superpromocjach w marketach. Z ang. kontaminacja form *subvertising* = *advertising* ‘reklamowanie’ + *subversive* ‘wywracać’ W, zob. **adbusting**, **culture jam(ming)**, **pseudosubvertising**, **brandalizm**.

**SUBWERSJA** zob. **subvertising**

**SUBWERTYWIZM** zob. **subvertising**

**SWOI LUDZIE** ‘zaprzyjaźnieni **graficjarze**’: *Wszędzie tam mam swoich ludzi.* GGE 542.

**SYNCHRO** ‘synchronizacja działań’: *Tuż przed 1999 rokiem nastąpiło synchro z AX.* GGE 429.

**SYSTEM 1** ‘system komunikacji kolejowej i metra lub same wagony’: *Innym razem byliśmy od trzech tygodni na interrailu, po drodze poszło parę systemów... GGE 546; (...) miesięczna podróż po Europie, aby pomalować jak najwięcej systemów metra... GGE 552; ze sl. am. *the system* ‘system komunikacyjny metra nowojorskiego’, podobnie GWP 270; 2 ‘system społeczno-polityczny państwa’: *W latach 90. graffiti pozwalało ci myśleć, że jesteś poza systemem – nie tylko dzięki temu, że robisz coś nielegalnie.* GGE 438; *Ta muzyka z jednej strony wyrażała walkę z systemem, z drugiej była poetycka, i takie też było dla mnie graffiti.* GGE 355, zob. **systemowiec**, **commuter**.*

**SYSTEMOWIEC** zob. **graficjarz**, **writer**

**SZABLON, STENCIL** ‘wycięty w tekturze, kliszy fotograficznej lub innym materiale wzór służący do szybkiego tworzenia kompozycji przez przykładanie go do ściany i wykonywanie natrysków w obszarze wykroju; także powstała w ten sposób kompozycja’: *Co do szablonów, to w zasadzie od początku, już ok. 1990 r. pojawiła się w nich zwierzęca figuracja.* GWP 84; *Powstało sporo obrazów malowanych za pomocą szablonu.* GWP 216; **odbijać szablony**: *Podobało mi się, że można było w ciągu jednej nocy odbić 20-30 szablonów...* GWP 110. W przeciwieństwie do klasycznych **wrzutów sz.** niosą różnego rodzaju treści, które pełnią funkcję wypowiedzi o otaczającym świecie, o problemach tkwiących w jego centrum lub na obrzeżach ludzi, zawarta w nich krytyka jest skierowana przeciwko opresyjnemu państwu, antypokojowym i militarystycznym działaniom dyktatorów, ograniczaniu swobód obywatelskich itp., ale są także **sz.**, których twórcy mają czysto artystyczne ambicje, z ang. *stencil* ‘szablon, wzór’ LDCE 1408, zob. **graffiti**.

**SZABLONIARSTWO** zob. **szablon, szablioniarz, graffiti**

**SZABLONIARZ** ‘graficiarz używający w swoich artystycznych działaniach **szablonów**’: *W tym samym roku skończyła się aktywna działalność szablioniarzy i przyszła nowa fala malarzy – writerów.* GGE 67.

**SZACUN, SZACUNEK** ‘wyraz uznania’: *Szacunek jest do zrozumienia kluczem, z dnia na dzień coraz więcej się go ucze.* GGE 510; (...) *wielki szacun dla Siena za determinację, dorobek i aktualnie zajebisty poziom.* GGE 533; *Propsy i szacunek na zawsze!* GGE 537; (...) **szacunek** ‘formuła wyrażania szacunku dla **graficiarzy** i ich grup’: *B3S szacunek* GGE 390, ts. MSS, zob. **respekt, propisy**.

**SZIT** ‘coś bezwartościowego’: (...) *to jest szit, bo on był w Nowym Jorku, wie, co to graffiti oraz sztuka...* GGE 402, ze sl. am. *shit* ‘ts.’ MSS.

**SZKOŁA** ‘ośrodek stylu w **graffiti**’: *Dzięki naszej determinacji i gdańskiej szkole bombingu udało nam się całkiem dużo zdziałać...* GGE 268, zob. **old school**.

**SZOR** ‘wryty w szkłe napis lub prosty rysunek’: *Czasami robimy szory na szybach.* Z, zob. **skreczowanie**.

**SZTUKA AEROZOLU** ‘sztuka w przestrzeni miasta, inaczej **street art**’: *Sztuka aerozolu stale się rozwija...* PSA2 190.

**SZTUKA MIEJSKA, URBAN ART** ‘sztuka w przestrzeni miasta, inaczej **street art**’: (...) *galerie spontanicznej sztuki miejskiej, którą dziś nazwalibyśmy po prostu street artem.* GWP 144; *Coraz częściej pojawia się też termin urban art, który identyfikuje takie działania jako ściśle związane z estetyką miasta.* PSA 359, podobnie Ganz 374, W, zob. **sztuka aerozolu**.

**ŚCIANA, ŚCIANKA, WALL** ‘ściana budynku, mur, jednolite ogrodzenie, na którym można umieścić napisy, kompozycje malarskie i inne wytwory **graffiti** i **street artu**’: *Ściana staje się legalna, przebywanie przy niej zakazane.* GGE 574; *Służewiec towarowy – to był wtedy opiniotwórczy wall.* GGE 553; **aktywna ściana** ‘ściana obiektu, na której co jakiś czas pojawia się nowe **graffiti**’: *Pierwsza warstwa na aktywnej do dziś ścianie na Wejherowskiej.* GGE 107; **wspólne ścianki** ‘wspólne wykonywanie zaplanowanych jako całość artystyczna kompozycji przez **writerów**, ujawniające jednak ich indywidualne **style**, także same kompozycje jako efekt wykonywanej zespołowo pracy’: *Innym aspektem relacji artystycznych pomiędzy writerami jest wykonywanie prac wspólnie, przyjazne mieszanie stylów, czyli wspólne ścianki.* PSA2 155, z ang. ‘ts.’ LDCE 1606.

**ŚWIEŻYNKA** ‘nowość, coś świeżego, oryginalnego’: *Jakieś nowe trendy? eksperymenty? świeżynki?* GGE 553, związek z formą ze sl. am. *fresh* ‘ts.’ WGG.

## T

**TAG** 'wykonane **markerem** lub namalowane charakterystyczny podpis lub logo **graficiarza**, względnie całej grupy **writerów**, odznaczające się wymyślnymi kształtami liter, trudne do odczytania, niepowtarzalne, indywidualny znak ich obecności w przestrzeni publicznej': (...) *przypominające tagi i masterpieces z nowojorskiego metra*. GGE 648, ts. GG, podobnie GWP 271. Ta uliczna sygnatura lub logo staje się miarą graficiarskiego rzemiosła; prekursorami tagów byli podróżnicy, którzy już w starożytności zapisywali (głównie ryli) swoje imię lub nazwisko na ścianach, rzeźbach i innych obiektach; Schacter 394 wskazuje na **t.** malowany jednym ciągiem, tzw. *one-liner*, ze sl. am. 'ts.' W, zob. **street logo**.

**TAGGER** 'writer wykonujący **tagi** lub proste kompozycje, często z jednokolorowym wypełnieniem – **throw-ups**': *We Wrocławiu najciekawsze dla mnie zawsze było potagowane miasto i duża liczba writerów-taggerów, którzy nie robili prac, tylko tagi*. GGE 126, ze sl. am. 'ts.' WGG, WGG.

**TAGGING** 'pisanie, malowanie **tagów**': *Praktycznie wszystko, co wykraczało poza tagging, robiliśmy przynajmniej we dwóch*. GGE 520, ts. Schacter 394, ze sl. am. *tagging (up)* 'ts.' WGG, zob. **tagging laserowy**.

**TAGGING LASEROWY** 'wykonywanie **tagów** w powietrzu, za pomocą urządzeń (diod laserowych LED) emitujących wielobarwne światło': *Interesujące są projekty związane z taggingiem laserowym, LED bombingiem...* PSA2 153; wywodzi się z systemu szkolenia MILES armii USA, wdrożonego w latach 70. i 80. XX w., polegającego na elektronicznym znakowaniu żołnierzy trafionych światłem lasera, stosowanego także w polskim wojsku, zob. **grafiti, tagging**.

**TAGOWAĆ, TAGOWANIE** 'wykonywać **tagi**': *Jaro Killer nawiązał z nim kontakt*

*i w 1993 roku zaczął tagować w podmiejskich autobusach i tramwajach*. GGE 67; *Zresztą mi się szybko skończyła faza na tagowanie i takie bieganie*. GGE 106; *Kultura tagowania, której u nas nie ma...* GGE 550, Z, ze sl. am. *tag, tagging* 'ts.' Schacter 394, podobnie GWP 271 (*tagowanie*), zob. **tager, tagging laserowy, otagowywać**.

**THROW-UP, THROW UP** 'prosta i w pośpiechu wykonana jedno- lub dwubarwna kompozycja literowa (najczęściej kontur z jednokolorowym wypełnieniem), często stanowiąca pseudonim **writera** lub **crew**, względnie przedstawiająca tylko jego pierwsze litery, szybki **wrzut**, rodzaj **tagu**': *Amerykańskie graffiti otworzyło mi oczy na robienie throw-upów...* GGE 253; *throw up to błyskawicznie i nielegalnie wykonana większa forma literowa o specyficznym kształcie*. PSA2 151, ts. Ganz 374, ts. GWP 271, ' Schacter 394, ze sl. am. 'ts.' WGG, zob. **piece**.

**THUGS** 'bandyci'; autoironiczne określenie **graficiarzy**, spotykane na ścianach, **panelach**, z ang. 'ts.' LDCE 1509, zob. **crime, partners in crime**.

**TŁUSTE OBRAZKI** 'kompozycje **grafitti** wykonane techniką nakładania grubych i szerokich warstw farby': (...) *technika szybkiego malowania tłustych obrazków wydała nam się właściwa...* GGE 253.

**TŁUSTY** 'o **graficiarzu**: świetny w tym, co robi': *Chcieliśmy być najlepsi, najtłustej-si, z prostotą przekazu, grubym outline'em i czytelnością*. GGE 359, 363.

**TOP TO BOTTOM, T2B, T-TO-B** 'kompozycja **grafitti** pokrywająca wagon lub inny pojazd od dolnej krawędzi wagonu po dach': *Panele czy top2bottomy w Gdańsku w środku dnia*. GGE 234; *Całą energię poświęciliśmy panelom, top-to-bottomom, whole carom i whole trainom*. GGE 300; *Zrobiliśmy mnóstwo paneli, e2e, t2b...* GGE 443, ts. Ganz 374, ze sl. am. 'ts.' WGG, zob. **whole car**.

**TOTAL SPONTAN** ‘całkowicie swobodna akcja **malowania**’: *Zamiast mazać ścianę, podleciliśmy do najbliższego, ale i najbardziej odsłoniętego wagonu – zero obcajki, taki total spontan.* GGE 593, *total ‘całkowity’ NSGU 373, total, spontan ‘skrócenie od totalny, spontaniczny’ MSS.*

**TOUR, GRAFF-TOUR** ‘graficiarski objazd krajów i miast, połączony z wykonywaniem prac wspólnie z tamtejszymi **writerami**’: (...) *poczułem tę specyficzną więź w graffiti, której później wielokrotnie doświadczałem na tourach za granicą lub po Polsce.* GGE 179-180; *Wyjazdy na jamy były przedsmakiem prawdziwych graff-tourów.* GGE 185; *Pomysł nazwania naszego touru „Graffiti Goes East” z 1997 roku narodził się zaraz po tym, gdy zaczęliśmy planować podróż po Europie Wschodniej naszym wspólnym wschodnioniemieckim trabantem.* GGE 11, z ang. ‘podróż’ LDCE 1530, zob. **turysta, turystyka**.

**TOY** 1 ‘pejoratywne określenie początkującego lub nieporadnego **graficiarza**’: *Toy jest nieodłącznym elementem każdej graffiti. Toyów zawsze będzie więcej niż dobrych writerów, bo graffiti to niełatwe rzemiosło, za to bardzo pociągające.* GGE 493; (...) *Warsaw toy killer 4 life.* GGE 493, zob. **popapraniec**; ts. GWP 271; 2 ‘nieakceptowana przez innych **writerów** praca **graffiti**, nieudany obrazek lub bazgroły na **wrzutach** innych autorów’: (...) *kiedy skrosował moje tagi, w rewanżu postawiłem toya na jego wrzut Sio na Wycigach.* GGE 500, ts. Ganz 374 (oba znaczenia), ze sl. am. ‘ts.’ WGG, UD, zob. **postawić toya, toyostwo**.

**TOYOSTWO** ‘obrazki stworzone przez **toyów**, także: synonim prac **graffiti** o niskiej jakości’: *Mało toyostwa, zero reklam...* GGE 448, zob. **hype**.

**TRAFIK** ‘pociąg wyjeżdżający w trasę z namalowanym na wagonach **graffiti** lub będący już w ruchu’: *Tutaj Rohe POZ uchwycono w trafiku* GGE 96, *Siedzieliśmy*

*na dworcu godzinami – nie dlatego, żeby złać trafik, ale żeby być na bieżąco i wiedzieć, co się dzieje na scenie pociągowej.* GGE 119; (...) *starzy wyjadacze wciąż jeżdżą w trafiku na kolejkach...* GGE 135; *Natomiast pierwsze panele, które wyjechały w trafik, to były Wor oraz Tas...* GGE 186, z ang. **traffic** ‘ruch pojazdów’ LDCE 1534, zob. **łapać trafik**.

**TRIP** ‘kilkudniowy wyjazd **graficiarzy** do jednego lub kilku miast’: *Weekendowy wypadzik, czyli krótki, zazwyczaj kilkudniowy trip do jednego lub kilku niezbyt od siebie oddalonych miast.* GGE 637, z ang. ‘wyprawa, wyjazd’ LDCE 1545.

**TRÓJWYMIARY** zob. **graffiti**

**TURYSTA, GRAFFITI-TURYSTA, TURYSTA (GRAFFITI)** ‘**graficiarz** z zagranicy, wykonujący **graffiti** w kraju docelowym w porozumieniu z miejscowymi’: *Wreszcie, w 1996 i 1997 roku do Warszawy zaczęli docierać graffiti-turyści, najpierw z Berlina, Pragi, Paryża...* GGE 390; *Wpływy zewnętrzne – inwazja turystów.* GGE 458; *Począwszy od 1996 roku do Warszawy zaczęli zjeżdżać turyści graffiti, do których doszła wieść, że w Polsce istnieją swobodne możliwości do malowania, a także załączki sceny.* GGE 458; *Prawie codziennie widywaliśmy kolorowe pomarańcze zrobione przez turystów, jak i naszych lokalnych chłopaków.* GGE 506, zob. **turystyka**.

**TURYSTYKA (OBJAZDOWA), PODRÓŻE GRAFFITI** ‘wyprawy po kraju lub za granicę w celu malowania tam **graffiti** i wymiany doświadczeń z miejscowymi **graficiarzami**’: *Krajowa i zagraniczna turystyka objazdowa skutkowała mocnym kopniakiem dla naszych działań.* GGE 583; *Podróże graffiti są w stanie zmienić wiele w naszym życiu i postrzeganiu rzeczywistości...* GGE 638, zob. **graff-**, **turysta**, **interrail**.

**TYPOGRAFFITI, TYPOGRAFIA** ‘**graffiti literowe** wykonane z gotowych wzorów czcionek w różnych stylach i formatach’:

*Typograffiti zawsze będzie w dużej mierze podziemne. GGE 433; Priorytetem są prze-myślane end2endy i dobra typografia. GGE 861, z ang. 'ts.' YT, zob. **typograficzny**.*

**TYPOGRAFICZNY** 'związany z uprawianiem **typograffiti**': (...) *zakrecony Ble, czy typograficzny, wręcz graficzny Rety i Easy. GGE 488.*

**TYRTYTKA** 'opaska, obejmą zaciskowa z tworzywa sztucznego': (...) *torby z płytą chodnikową zaciśniętą na tyrtytki... GGE 544.*

## U

**ULICA** 'obszar działań ulicznych artystów i ekspozycji ich wytworów oraz miejsce zamieszkiwane i użytkowane przez innych mieszkańców, związane z nim sposoby zachowań, nadawania i odbierania różnego rodzaju znaków i przekazów': *Wszystko się zaszębiało, inspirację zaczęliśmy czerpać z ulicy. I też na ulicy to manifestowaliśmy. To był prosty przekaz in i prosty przekaz out. GGE 106. Estetyzacja pejzażu ulicy, która dokonała się w XIX w., została spowodowana wzrostem jej znaczenia jako symbolu i reprezentanta miasta. W XX w. stała się obszarem ekspansji samorodnej sztuki, stając się, choć nie tylko z tego powodu, kategorią kulturową.*

**UNDERCOVER** zob. **no logo**

**URBAN ART** zob. **street art**

**URBAN TRIBE, GRAFICIARSKI MIEJSKI TRIBE** 'miejski szczepek, plemię – żartobliwe określenie **graficiarzy** ujmowanych jako wspólnota': *W odniesieniu do społeczności ludzi oddanych graffiti posługują się w tekście określeniem urban tribe... GGE 103; Chciałbym wyrazić szacunek dla wszystkich, którzy poza identyfikowaniem się z graficiarskim miejskim tribe'em poświęcili swoją kreatywność i entuzjazm, aby budować środowisko. GGE 139, z ang. 'ts.' UD.*

**URBANARTOWIEC** 'inaczej **streetartowiec**': *Ci, którzy dziesięć lat temu byli fejmowymi street artowcami, urbanartowcami czy postwandalami, być może za pięć lat będą nazywać się jeszcze jakoś inaczej. PSA2 56, zob. **street art, sztuka miejska**.*

**USTAWKA** 'umówienie się na spotkanie w danym miejscu i czasie': *Ustawki były na sztywno, nie mieliśmy komórek. GGE 222, ts. MSS.*

## V

**VANDAL SQUAD** 'ironicznie: oddział policji ścigający **graficiarzy**': *Pamiętam, że baliśmy się wtedy namiastki vandal squadu, który robił nam zdjęcia w czasie malowania na Wyscigach, a kilku koleżków przepytował na komisariacie, pokazując zdjęcia warszawskich wrzutów i tagów. GGE 359; podobnie GWP 271, z ang. 'grupa wandalii' LDCE 1586, 1390, zob. **pies**.*

**VLAKAT** 'wlepka wielkości plakatu': *Ręcznie, w jednym egzemplarzu wykonywane vlakaty, zwane też nalepami, używane są dziś przez wielu twórców od działań nielegalnych. PSA2 306.*

**VLEPIANIE** 'umieszczanie **wlepek** w miejscach publicznych': *Na przełomie dekad vleпки częściej mówiły też same o sobie, o vlepianiu, o zrywaniu, o komunikacji autobusowej, tworząc coś na kształt ludowej sztuki miejskiej. GWP 206.*

**VLEPKA** zob. **wlepka**

**VLEPKOWISKO** 'miejsce nagromadzenia **wlepek**': *Wkrótce vleпки wydostały się z autobusów i skupiły w miejscach zwanych vlepkowiskami... PSA2 306.*

## W

**WACK, WAK, ŁAK 1** 'słaba praca **graffiti**': Z, 2 'nieudolny **writer**': Z; określenie znane nie tylko subkulturze **hh**, np. w ra-

pie, w którym **łakami** nazywa się słabych raperów (*wack mcs*), ale w całym obszarze młodzieżowej działalności ulicznej, np. w *breakdance* lub *street dance* są to słabi tancerze, względnie instruktorzy tańca, ze sl. am. *wack* 'ts.' WGG.

**WALIĆ WRZUTY** 'wykonywać kompozycje graffiti': Z., zob. **wrzucić**.

**WALL OF FAME** zob. **hall of fame**

**WANDAL, GRAFFITI WANDAL** 'tak się nazywa **grafciarza** uprawiającego ekstremalną postać sztuki ulicznej, czyli **bombing**, a także osobę bazgrzącą po murach, niszczącą zabytkowe budowle itp.': Z, z ang. *vandal* 'ts.' LDCE 1586, zob. **wandalizm, bombiarz, postwandal**.

**WANDALIZM** 'postawa i praktyka związane często z uprawianiem **graffiti**, także przez samych **grafciarzy**: (...) *jakoś tak od małego ciągnęło mnie do wandalizmu, więc wykonywałem jakieś głupie napisy albo loga zespołów, których aktualnie słuchałem*. GGE 368; *Graffiti powinno być czystym wandalizmem...* GGE 558; *Wydawcy nie popierają wandalizmu. Publikacja ma charakter historyczny i jest próbą udokumentowania subkultury graffiti w Polsce*. GGE 4; M. Ganz zauważa, że wielu artystów dystansuje się od terminu **graffiti**, gdyż nie odpowiada on charakterowi ich twórczości i kojarzy się z w., oszpecaniem lub ma zbyt szerokie zastosowanie jako określenie wszelkich form sztuki ulicy. Stąd bierze się zwyczaj używania przez nich w stosunku do swoich prac takich określeń, jak *sztuka aeroszolowa, post-graffiti, sztuka ulicy* Ganz 10, zob. **wandal**.

**WANNABE** 'pozer, ktoś lub coś pretendującego do miana kogoś/czegoś znaczącego': *A pomiędzy tym wannabe New York 1980 whole car z Berlina z nudnymi srebrnymi literami*. GGE 472, ze sl. am. 'ts.' UD.

**WATCHOUT** 'obserwacja, pilnowanie terenu przed służbami': *Ekipa wślawiła się*

*rooftopem na SND (byłem na watchoucie jak zwykle)...*, z ang. *watch out* 'uważanie, ostrzeżenie' LDCE 1613, zob. **obcinać**.

**WBIJAĆ (SIĘ), WYBIJAĆ (SIĘ)**, 'energicznie i niezauważalnie wchodzić lub wychodzić na/z miejsc, do których wstęp jest wzbroniony': (...) *wybijamy z yardu...* GGE 536; **wbijać na panele** 'wychodzić w celu wykonania **graffiti** na pociągach w trakcie szybkiej akcji grupowej': (...) *wychodziliśmy, zamykając drzwi na zamek, i wbijaliśmy na panele*. GGE 38, ts. NSGU 391, zob. **wbita**.

**WBITA, WBITKA** 'wejście w zakazane lub zamknięte miejsce': *Najlepszy zakamar, jaki zrobiłem, to tunele pod kościołem św. Katarzyny i wbita z Pushem i Folyem na Wolice w kanały...* GGE 523; (...) *dreszcz emocji przy wbitce do tunelu*. GGE 650, ts. MSS, zob. **wbijać (się)**.

**WCZUWKA** 'poczucie misji bycia **grafciarzem**, instynkt **grafciarski**': *Natomiast jako writerzy pochodziliśmy często z zupełnie różnych środowisk. Ten uniwersalizm wczuwki na graffiti był czymś cennym*. GGE 434; **bomberska wczuwka** 'pragnienie uprawiania **bombingu**': *Znae był parę razy na panelach, podobnie jak Eliot2, ale nie złapali oni bomberskiej wczuwki, żeby chodzić co tydzień*. GGE 363, podobnie NSGU 391 (*wczuwać się*), zob. **bomber**.

**WHOLE TRAIN, HOLKA, CALAK** 'wagon lub cały skład pociągu/kolejki całkowicie pokryty **graffiti** (wraz z oknami)': *Jeśli writerom uda się zamalować całkowicie przynajmniej jedną ze stron wagonu, powstaje wholecar*. PSA2 154; *W kooperacji powstała między innymi pierwsza w Szczecinie tramwajowa holka – MWKMC – oraz whole train dedykowany filmowi „Ostblock I.O.”*. GGE 41; *Najwyżej cenioną formą, olimpem writerów systemowych, jest wholetrain – pociąg pomalowany w całości...* PSA2 154; *„Exembe” – pierwszy kolorowy whole train w Polsce*, GGE 29; *Ponowiony whole train*

został skończony i cztery „calaki” wjechały na peronizację. GGE 282. **Malowanie** wagonów odbywa się głównie na **yardzie**, czyli w zajezdni lub na bocznicach (**lay-up**), ale zdarzają się także ekstremalne akcje wykonywania **liter** na peronie dworca, tuż po zatrzymaniu się pociągu i w obecności pasażerów; ts. Ganz 374, podobnie GWP 271 (*wholetrain*), Schacter 394, ze sl. am. ‘ts.’ WGG, zob. **whole car**, **window down**, **window bottom**, **end to end**, **top to bottom**, **one man**, **panel**, **systemowiec**.

**WIELKIE YO** ‘rodzaj pełnego szacunku (lub kpiny) pozdrowienia, popularny w subkulturach, zwłaszcza w **hip hopie**’: *Wielkie Yo dla Stabej Ochrony Kolei* GGE 96, ze sl. am. *yo* ‘ts.’ MSS, zob. **propsy**, **szacunek**.

**WILD STYLE**, **WILDSTYLE**, **WILDSTYLE** ‘tzw. szalony styl albo **styl nowojorski** cechujący prace **graffiti** o skomplikowanym układzie splecionych ze sobą liter lub/i cyfr, które dominują w kompozycji, są wyraziste w kształcie i często przestylizowane, również samo dzieło w tym stylu’: *Ich klasyczne wild style najbardziej mi pasowały*. GGE 34; *Dyme umiał robić bardzo dobry wild style, ogromny talent*. GGE 427, podobnie GWP 271, Ganz 374 (*wildstyle*); **semi-wild style** ‘rodzaj **wild style’u**: (...) *każdy powinien mieć pewien „arsenał” stylów, móc zaprezentować swoją interpretację simple, semi czy wild*. GGE 555. Oprócz liter i, rzadziej, cyfr w kompozycjach czasami pojawia się tło, np. widok miasta, i sylwetki osób lub zwierząt. Powstał w Nowym Jorku pod koniec lat 70. XX w.; niektórzy analitycy nowej sztuki, np. Jeffrey Deitch, uważają go za najważniejszy ruch artystyczny w sztuce od czasu pop artu; inne definicje: ‘bardzo skomplikowany układ splecionych liter’ Schacter 394; ‘graffiti z tekstem tak wystylizowanym, że trudnym do odczytania, z przeplotami i w trójwymiarze’ GG, ze sl. am. ‘ts.’ WGG, zob. **styl**, **wild style’owy**, **bubble**.

**WILD STYLE’OWY** ‘utrzymany w **wild style’u**: *Zacząłem również wpadać na „Dziwiątkę”, żeby testować swoje wild style’owe projekty*. GGE 166.

**WINDOW DOWN** ‘kompozycja **graffiti** pokrywająca wagon poniżej okien’: *Są window downy (cały wagon pomalowany poniżej okien...)* PSA2 297-298, ze sl. am. ‘ts.’ GG, WGG, zob. **whole car**, **end-to-end**, **piece**.

**WISIENKI** ‘wagony pomalowane na kolor wiśniowy’: (...) *nowe malowanie podmiejskich pociągów „wisienek”*. GGE 630, zob. **jagody**.

**WKLEJKA** zob. **wlepka**

**WKURW** ‘krańcowe zdenerwowanie’: *Znacie to uczucie, jak podczas czytania gazet, użerania się z nauczycielami, patrzenia na szare ulice narasta w was wkurw?* GGE 535, podobnie MSS (*WKR*).

**WLEPA**, **VLEPA** ‘duża **wlepka**’: *Vlepki, wklejki, stikery, wlepy, naklejki - już sama nazwa jest niejednoznaczna*. PSA 375, v. pochodzi ze sl. am. *vlep* ‘ts.’ UD.

**WLEPKA**, **VLEPKA**, **STIKER** ‘samoprzylepna karteczka z prostym rysunkiem i/ lub krótkim tekstem o charakterze żartobliwym, ironicznym, krytycznym, zawierającym treści polityczne, obyczajowe, filozoficzne, wszelkiego rodzaju doraźne odniesienia do otaczającej rzeczywistości, a także kulturowe – intertekstualne’: *Twożywo to pionierzy wlepki...* GWP 198; *Vlepkę i graffiti, zjawiska pozornie odległe, łączy kilka powiązań*. GWP 204; *Vlepki, wklejki, stikery, wlepy, naklejki - już sama nazwa jest niejednoznaczna*. PSA 375. Na w. czasami widnieją same piktogramy czy różnego rodzaju znaki i symbole; coraz rzadziej **wlepkarz** umieszcza je w środkach masowej komunikacji i w przejściach podziemnych, na murach czy śmietnikach, za to coraz częściej można je spotkać na skrzynkach telekomunikacyjnych i elektrycznych, tablicach informacyjnych, na

odwrotnej stronie anten satelitarnych lub znaków drogowych'; dystynktywną cechą **w.** jest dowcip, oparty zarówno na samym rysunku lub na skojarzeniu go z komunikatem, który często ma charakter językowy, wyzyskujący podobieństwo fonetyczne wyrazów i nazw lub uzyskiwany przez ich kontrastowe zestawienie, względnie przez różnego rodzaju modyfikacje leksykalne i frazeologiczne. Równie często spotyka się **w.** dowcip słowno-sytuacyjny, którego zastosowanie jest ułatwione przez połączenie warstwy językowej z wizualną; kiedy osiąga wielkość plakatu, nazywana jest **wlakatem** lub **nalepą**, ze sl. am. *sticker* 'ts.' GG, Schacter 394 – to samo źródło podaje, że **w.** mogą być umieszczane (w przestrzeni miasta) szybciej niż inne formy **graffiti**; **v.** pochodzi ze sl. am. *vlepje* UD lub jest kalką ang. formy *sticker* 'naklejka, nalepka z napisem i/lub obrazkiem' SZA 202, zob. **wlepa, vlepianie, vlakat, wklejka, naklejka, wlepkowisko.**

**WLEPKARSTWO, WKLEJKARSTWO** 'sztuka tworzenia zabawnych w treści samoprzylepnych karteczek z krótkimi tekstami i/lub rysunkami rozklejanymi w miejscach publicznych: w autobusach, przejściach podziemnych, na obiektach miejskiej infrastruktury – najczęściej na odwrotnej stronie znaków drogowych', Z, zob. **wlepka.**

**WLEPKARZ, VLEPKARZ** 'twórca **wlepek**': (...) nigdy nie byliśmy vlepkarzami... To tylko narzędzia i nazwy profesji. GWP 198, Z.

**WLEPKOWISKO** 'miejsce umieszczania **wlepek**': Z.

**WRITER, GRAFFITI WRITER:** '**graficiarz**, który koncentruje się na **liternictwie** (**tagach, stylach, literach**), w mniejszym stopniu – na większych kompozycjach malarzkich; inaczej: artysta uprawiający sztukę **graffiti, writingu**': Ten wizualny komunikat nie był skierowany do odbiorcy masowego (jak napisy i rysunki), ale do grupy wta-

jemniczonych innych artystów – zwanych **graffiti writers**. PSA 358, podobnie Ganz 374; **writer all city 'graficiarz** malujący na obszarze całego miasta': *Krac stał się pierwszym od lat writerem all city...* GGE 558; **writer-tagger 'writer** zajmujący się **tagowaniem**': *We Wrocławiu najciekawsze dla mnie zawsze było potagowane miasto i duża liczba writerów-taggerów, którzy nie robili prac, tylko tagi.* GGE 126; **writer pociągowy, train-writer 'writer** specjalizujący się w **malowaniu pociągów**': *Myszę, że ten okres ukształtował mnie na dobre jako writera pociągowego.* GGE 40; (...) *mieli ambicje bycia czołowymi train-writerami w mieście, co po pewnym czasie im się udało.* GGE 505; **writer systemowy, systemowiec 'writer** malujący wagony metra, kolejek podmiejskich i szlaki transportowe': (...) *writerzy „systemowi”, malujący wagony i tereny kolejowe: NSY (North Stegny Crew).* PSA 372, ts. GWP 271 (*writer, rajter*), Schacter 394, ze sl. am. 'ts.' GG, WGG, zob. **rapujący writer, malarz, tager, system, whole car.**

**WRITERS' BENCH** zob. **bench**

**WRITERKA** 1 'kobieta uprawiająca **writing**': Z; 2 'urządzenie do równoczesnego picia alkoholu i popicia go': *przykrywka puszki z farbą, pozwalająca na nalanie wody do wewnętrznego pierścienia, zakrywającego dyszę, i popitki do zewnętrznego pierścienia, mocującego przykrywkę do puszki; oba napoje mieszają się dopiero w momencie picia z tak zaimprovizowanego naczynia (zastyszane od Sepego)* GwP 271.

**WRITERSKI** 'należący do **writera** lub cechujący go, mający z nim związek': (...) *spotykaliśmy się we writerskim autobusie nocnym nr 605...* GGE 402.

**WRITING** 'ts. co **graffiti** i jego uprawianie; w węższym znaczeniu: pisanie (**liter, tagów, znaków itp.**)': *W kolejnych miesiącach i latach „Ślizg” odegrał bardzo dużą rolę w upowszechnianiu graffiti na poziomie całego kraju, przyczyniając się do eksplozji*



popularności aktywnego *writingu*, która nastąpiła pod koniec 1996 i w trakcie 1997 roku, kiedy to w Warszawie aktywnie zaczęło malować kilkadziesiąt osób. GGE 374; **writing systemowy**: Wytwory *writingu* systemowego kategoryzowane są ze względu na wielkość pracy i miejsce zlokalizowania na pociągu. PSA2 154. Określenie używane coraz częściej w Polsce zamiast nazwy **graffiti**, gdyż jest precyzyjniejsze pod względem znaczenia, ze sl. am. 'ts.' UD, zob. **system, panel**.

**WRÓG GRAFICIARZA** Oprócz służb mundurowych (policja, sokiści, żołnierze) wrogami są także kolejarze, robotnicy kolejowi, dresiarze, skini i kibole: *Na Cisowej zaczął się okres, w którym na yardzie oprócz soków i roborli można było spotkać pseudokibiców z pobliskich bloków, palających dużą nienawiścią do graficiarzy*. GGE 222; *Podczas wypadu na panele z Jopsem i Coltem 45 w pociągu do Cisowej mieliśmy spinę z lokalnymi skinami*. GGE 222; (...) *kolejarze, którzy nas rozpoznali, wydzierali się do nas: „faszysci!”*. GGE 226.

**WRZUCIĆ, WRZUCAĆ ŚCIANY** 'wykonać wrzut (na ścianie)': *Było jeszcze jasno, po ulicach kręciło się za dużo ludzi, żeby swobodnie coś wrzucić...* GGE 593.

**WRZUT, WRZUTKA** 'dość duża praca **graffiti**, złożona z prostych, ledwo naszkicowanych i jednokolorowych liter': (...) *potem nastąpiło znaczenie rejonów swoimi wrzutami typu „HC Służewiec Division”*. GGE 351; *Następny krok to wrzut – również duża forma literowa, wykonana staranniej niż throw'up*. PSA2 151; **wrzutami** nazywa się w Polsce zarówno **srebra**, jak i **pieces** oraz **throw-upy**.

**WSPÓLNE ŚCIANKI** zob. **ściana**

**WYDYGAĆ SIĘ** 'przerazić się, wystraszyć': *Byliśmy sami na ciemnym yardzie, więc można było się nieźle wydygać*. GGE 536, ts. MSS (*wydygany*).

**WYKONYWAĆ WRZUTKI** 'wykonywać duże prace o charakterze literowym': Z, zob. **wrzut**.

**WYPEŁKA, WYPEŁNIENIE** 'wypełnienie kolorem wewnętrznej powierzchni **graficiarskiego** malunku (zwykle **liter**), zakreślonej konturem': *Naszym celem było zrobienie dwóch one man whole carów z różową wypełką i białym out-line'em*. GGE 122; (...) *zaimprovizowałem z championami na wypełnienie i małymi wąskimi nobilesami na „outline” i światło*. GGE 162, w sl. am. *fill-in* 'ts.' Ganz 374, GG (*fill*).

## Y

**YARD** 'zajezdnia pociągów': *Soir to ważna dla wrocławskiej sceny akcja na yardzie...* GGE 115, **mały i duży yard**: *Pamiętam, że robiło się głównie na małym yardzie podmiejskie, a na dużym podmieje i dalekobiegi*. GGE 123; **łatwy yard** 'zajezdnia, na której bez większych trudności przeprowadza się akcje malowania **paneli**, (...) mają łatwe yardy i mogą sobie spokojnie nabijać ilość paneli'. GGE 31; **yard patrol** 'grupa sokistów w akcji na **yardzie**', Z., **rozkminić yard** 'poznać położenie pociągów na yardzie, miejsca ochrony itp.': (...) *chłopaki od HC rozkminili yard, a my porobiliśmy sobie fajne projekty*. GGE 193, ze sl. am. 'ts.' W, zob. **lay-up**.

**YARN BOMBING** 'instalacje z włóczki, tworzone przez artystki, które zakładają włóczkowe ubranka na drzewa, pojazdy, rzeźby i inne obiekty w mieście': *Włóczkowe instalacje, zwane knit graffiti albo yarn bombingiem to domena kobiet*. PSA2 282, ze sl. am. YT, zob. **graffiti**.

**YOUNG BLOOD** 'o nowych osobach: świeża krew': *Niedługo po nim do BSE dołączył Dims, który był typowym „young blood”*. GGE 234, ze sl. am. 'ts.' UD.

## Z

**ZAJAR** 'zdumienie połączone z satysfakcją: *Zajar był oczywiście ogromny; nie mogłem uwierzyć, że udało mi się wykonać ten głupi plan.* GGE 186, zob. **zajarać się**.

**ZAJARAĆ SIĘ** czymś 'zainspirować się, fascynować się czymś': *przez niego również zajarali się graffiti* GGE 17, ts. MSS, zob. **ja- rać, zajar**.

**ZAJARANE DZIECIAKI** 'młodzi grafciarze o władni idea **malowania**': *Z roku na rok maluje się coraz ciężiej, jest coraz więcej monitoringu, ale graffiti na pewno nie zginie, jest sporo zajaranych dzieciaków.* GWP 193.

**ZAJAWKA, ZAJAWA** 'silne zmotywowanie do uprawiania **graffiti, street artu** i satysfakcja z wykonanych prac': *Zajawka naszej ekipy od samego początku była czysto hip-hopowa!* GGE 421; *Jest adrenalina, jest też zajawa, jak widzisz, że twoja ksywa jedzie przez miasto na wagonie.* GWP 192. Określenie znane młodzieży, zwłaszcza tej oddającej się z pasją jakiejś dziedzinie artystycznej, np. *zajawka na rap*, czyli silne pragnienie, wręcz natchnienie do tworzenia tekstów rapowych i muzyki wykorzystywanej w **hip hople**, ts. MSS, zob. **zajaw- kowicz, złapać zajawkę, nakrętka**.

**ZAJAWKOWICZ** 'ktoś o władni jakąś pasją artystyczną, sportową, np. malowania **graffiti**': (...) *sanatorium Kombatant, gdzie spotykali się ówcześni zajawkowicze: skaterzy, b-boye, raperzy i wrieterzy.* GGE 147, zob. **zajawka**.

**ZAJEBISTY** 'świetny, wyjątkowy': *Nie poznałem jeszcze osoby, która od pierwszego taga byłaby od razu zajebistym stylistą.* GGE 493, ts. NSGU 409.

**ZAKAMAR** 'graffiti wykonane w trudno dostępnym miejscu': *Najlepszy zakamar, jaki zrobiłem, to tunele pod kościołem św. Katarzyny i wbita z Pushem i Folyem na Wolicę w kanały...* GGE 523.

**ZAMUŁKA** 'nuda, lipa': *Myślę, że to bardzo jednoczy ludzi i motywuje do działania. Bez zamutki.* GGE 551, ts. MSS.

**ZAWRZUTKOWAĆ** zob. **wykonywać wrzutki**

**ZBOMBARDOWANY, ZBOMBIONY** 'pokryty **graffiti**, poddany **bombingowi**': *Zielona Góra przybierała na sile i stawiała się coraz bardziej zauważalna głównie dzięki mocno zbombardowanym pociągom.* GGE 49; *W zamian za zamalowanie paru zbombionych kolejek miały być udostępnione wybrane pociągi.* GGE 193; *Totalnie zbombione miasto zostawiło trwale uszkodzenie mózgu w postaci myśli: zrobmy tak z Warszawą. Totalny chaos i destrukcja.* GGE 413, zob. **bombić**.

**ZESKŁOTOWAĆ** coś 'zamienić opuszczony budynek, pomieszczenie w skłot, czyli miejsce do zamieszkania': *Zeskłotowaliśmy starą nastawnię kolejową, położoną zaledwie cztery tory od muru yardu.* GGE 34, od ang. *squat* 'opuszczony dom, nielegalnie zagospodarowany i zamieszkały przez nieformalną grupę' SZA 200.

**ZIN, GRAFF-ZIN** 'niskonakładowe pi semko wydawane domowym sposobem przez subkultury lub grupy, tu: **grafciarzy**': *Ziny należały do rzadkości...* GGE 49; *Przekrój prac z tych lat został utrwalony w pierwszym lokalnym graff-zinie.* GGE 573, ts. Schacter 394, ze sl. am. *zine* 'ts.' UD.

**ZIOMEK, ZIOMAL** 'zaprzyjaźniony **grafciarz**': *Kiedyś jeden ziomek nastawił puszki do gotowania...* GGE 122; (...) *część ziomków przestała malować.* GGE 238; **spoko ziomki** 'porządne **ziomki**': *Później staraliśmy się werbować ludzi, którzy trzymali jakiś poziom na ówczesne czasy, a przede wszystkim byli spoko ziomkami.* GGE 485; *Moją macierzystą ekipą jest TNA, do której przyjęli mnie moi ziomale, Finer i Goal* GGE 502, ts. NSGU 418.

**ZIP, ZIPING** ‘ucieczka połączona z ukrywaniem się’: *Zaliczyliśmy też pierwszy w moim życiu zip na Dworcu Centralnym...* GGE 178; *Kradzieże, ziping w krzakach, brak prysznic przez wiele dni.* GGE 544, ze sl. am. ‘ts.’ UD.

**ZŁAPAC ZAJAWKĘ** (na coś) ‘zafascynować się czymś’: *Z ziomkiem Bejzikiem (Erst) z klasy złapałem zajawkę na graffiti po orientacji, że „coś się dzieje na mieście”.* GGE 381, zob. **zajawka**.

**ZRÓB TO SAM, DIY** ‘idea samowystarczalności, którą kierują się **grafciarze**, przejęta od subkultur istniejących przed nimi (hipisi, punki)’: *Miasto miało coś, co bardzo mi się podobało – podejście „Zrób to sam (diy)”.* *Writerzy byli innowacyjni i bardzo zaradni.* GGE 472; (...) *określenie idei związanej z samodzielnym wykonywaniem pewnych zadań.* GWP 85; *Potem – wraz z nastaniem punk rocka i kultury DIY szablon stał się niezbędny.* PSA2 112, z ang. *DIY* – skrótowiec od *do it yourself* ‘ts.’



## LITERATURA



- Anusiewicz Janusz, 1991, *Kulturowa teoria języka*, w: „Język a Kultura”, red. J. Anusiewicz, J. Bartmiński, „Wiedza o Kulturze”, Wrocław, s. 17-28.
- Anusiewicz Janusz, 1995, *Lingwistyka kulturowa: zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Anusiewicz Janusz, Dąbrowska Anna, Fleischer Michael, 2000, *Językowy obraz świata i kultura. Projekt koncepcji badawczej*, w: „Język a Kultura”, t. 13: *Językowy obraz świata i kultura*, red. A. Dąbrowska, J. Anusiewicz, Wrocław, s. 11-44.
- Assmann Jan, 2008, *Pamięć kulturowa. Pismo, zapamiętywanie i polityczna tożsamość w cywilizacjach starożytnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Bachmann-Medick Doris, 2012, *Cultural turns. Nowe kierunki w naukach o kulturze*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Balázs Bodo, 2006, *Miasto i sieć. Efemeryczne taktyki komunikacji*, „Kultura Popularna” nr 2, s. 15-23.
- Banasiak Jakub, 2011, *Street art – ruch zapoznany*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP, Warszawa, s. 14-21.
- Banksy, 2005, *Wall and Piece*, Random House, London.
- Banksy, 2010, *Wyjście przez sklep z pamiątkami (Exit Through the Gift Shop)*, Gutek Film (film).
- Barber Benjamin R., 1997, *Dżihad kontra McŚwiat*, Muza, Warszawa.
- Bartmiński Jerzy, 2001, *Język w kontekście kultury*, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin, s. 13-22.
- Bartmiński Jerzy, 2007, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Bartmiński Jerzy, Chlebda Wojciech, 2008, *Jak badać językowo-kulturowy obraz świata Słowian i ich sąsiadów*, „Etnolingwistyka” nr 20, Lublin, s. 11-27.
- Bartmiński Jerzy, Niebrzegowska-Bartmińska Stanisława, 2009, *Tekstologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Baudrillard Jean, 2005, *Symulakry i symulacja*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa.
- Bauman o popkulturze. Wypisy, 2008, koncepcja i wybór M. Halawa, P. Wróbel, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Бажкова Е. В., Лурье М. Л., Шумов К. Е., 2003, *Городские граффити*, в сб.: *Современный городской фольклор*, ред. О. О. Белова, Е. П. Шумилова, Москва, с. 430-449.
- Belting Hans, 2007, *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, Universitas, Kraków.
- Bernatowicz Anna, 2015, *Włóczka i ziemia. Oblicza miejskich partyzantek*, w: *Miejskie (trans)formacje*, red. N. Krzyżanowska, K. Nowak, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 218-228.
- Bieżyński Michał, 2012, *Festiwalizacja street artu*, „artluk” nr 1-2, s. 80-83.
- Biskupski Łukasz, 2011, *Prosto z ulicy. Muzealizacja street artu*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP, Warszawa, s. 84-98.
- Bobilewicz Grażyna, 2010, *Арт-коммуникация. Русская живопись и реклама*, w: *Idea i komunikacja w języku i kulturze rosyjskiej*, red. A. Dudek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 289-297.

- Brzezińska Anna Izabela, 2006, *Dzieciństwo i dorastanie: korzenie tożsamości osobistej i społecznej*, w: *Edukacja regionalna*, red. A. W. Brzezińska, A. Hulewska, J. Słomska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 47-77.
- Burszta Wojciech J., 2011, *Współczesny anarchizm. Życie i sztuka na ulicach*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP, Warszawa, s. 99-108.
- Castells Manuel, 2009, *Koniec tysiąclecia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Castleman Craig, 1984, *Getting Up: Subway Graffiti in New York*, The Mit Press, Cambridge.
- Chaciński Bartek, 2010, *Wyż nisz*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Cierniak Jagoda, *Subwersja, czyli sztuka inteligentnego oporu*, <http://krytyka.org/subwersja-czyli-sztuka-inteligentnego-oporu> (dostęp 5.08.2012).
- Cooper Martha, Chalfant Henry, 1984, *Subway Art*, Thames and Hudson, New York.
- Czech Adam, 2004, *Subvertising?*, „Kultura Popularna” nr 1.
- Czerwińska Kinga, 2010, „Ładne to miasto jest!”. *Prolegomena do badań nad estetyką miasta*, „Studia Etnologiczne i Antropologiczne”, t. 10: *Problemy społeczne i kulturowe współczesnego miasta*, red. I. Bukowska-Floreńska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 364-372.
- Dąbrowski Jakub, 2011, „*The medium is the message*” – *graffiti writing jako McLuhanowski środek przekazu*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP, Warszawa, s. 32-57.
- Drozdowski Rafał, 2009, *Obraza na obrazy. Strategie społecznego oporu wobec obrazów dominujących*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań.
- Drozdowski Rafał, 2010, *Stara i nowa polityczność sztuki publicznej, czyli od sztuki publicznej, która może liczyć na straż miejską, do sztuki publicznej, która może liczyć tylko na siebie*, w: *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*, red. E. Rewers i A. Skórzyńska, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 267-276.
- Drozdowski Rafał, 2013, *Obrazów nigdy dosyć*, „Kultura Współczesna” nr 1, s. 37-44.
- Duchowski Mirosław, Sekuła Elżbieta Anna, 2011, *Zamiast wstępu*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP, Warszawa, s. 7-13.
- Dymnicka Małgorzata, 2010, *Sztuka w przestrzeni publicznej miasta*, w: *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*, red. E. Rewers i A. Skórzyńska, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 211-226.
- Dziamski Grzegorz, 2008, *Rok 1968: czterdzieści lat później*, „Kultura Współczesna” nr 4, s. 197-201.
- Dzionek Michał, 2005, „*Flâneur*” w *miejskich labiryntach*, „Kultura Popularna” nr 1, s. 95-105.
- Dziuban Zuzanna, 2014, *Między „miastem jako doświadczeniem” a „miastem doświadczenia” – przestrzenności miejskiego doświadczenia kulturowego*, „Studia Kulturoznawcze”, Kulturowe studia miejskie, Poznań, s. 11- 29.
- Eco Umberto, 1996, *Semiologia życia codziennego*, Czytelnik, Warszawa.
- Fatyg Barbara, 2005, *Dzicy z naszej ulicy. Antropologia kultury młodzieżowej*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.



- Featherstone Mike, 1998, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków, s. 299-332.
- Filipiak Marian, 2003, *Od subkultury do kultury alternatywnej. Wprowadzenie do subkultur młodzieżowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Fliciński Piotr, Wójtowicz Stanisław, 2007, *Hip-hop słownik*, PWN, Warszawa.
- Foucault Michel, 2009, *Nadzorować i karać*, Aletheia, Warszawa.
- Ganz Nicholas, 2008, *Świat graffiti. Sztuka ulicy z pięciu kontynentów*, Wydawnictwo Albatros, Warszawa.
- GG – *Glossary of Graffiti* [http://en.wikipedia.org/wiki/Glossary\\_of\\_graffiti](http://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_graffiti); (dostęp 15.09.2014).
- GGE – *Graffiti Goes East. 1990-2012*, 2013, red. K. Michalczak, Concrete/Whole City, Warszawa.
- Giddens Anthony, 2006, *Socjologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Giżycki Marcin, 2002, *Słownik kierunków, ruchów i kluczowych pojęć sztuki drugiej połowy XX wieku*, Słowo/obraz/terytoria, Gdańsk.
- Głowiński Michał, Kostkiewiczowa Teresa, Okopień-Sławińska Aleksandra, Sławiński Janusz, 1998, *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, wyd. 3, Wrocław.
- Golka Marian, 2002, *Graffiti w poszukiwaniu tożsamości*, w: *Od kontrkultury do popkultury*, red. M. Golka, Poznań, s. 131-146.
- Golka Marian, 2007, *Socjologia kultury*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Grabias Stanisław, 2001, *Środowiskowe i zawodowe odmiany języka – socjolekty*, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin, s. 235-253.
- Grabias Stanisław, 2003, *Język w zachowaniach społecznych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Grass Günther, *Kamienie Syzyfa*, „Gazeta Wyborcza” z 30-31.07.2011, s. 18.
- Griffin Em, 2003, *Podstawy komunikacji społecznej*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Grochowski Maciej, 1996, *Słownik polskich przekleństw i wulgaryzmów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Grzegorzczak Renata, Puzynina Jadwiga, 1979, *Słowotwórczość współczesnego języka polskiego*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Gunia Artur, 2012, *Sztuka uliczna jako manifest przeciw panoptyzmowi, konsumeryzmowi i hiperrzeczywistości*, <http://www.academia.edu/1846226/> (dostęp 10.02.2015).
- GwP – *Graffiti w Polsce*, 2011, red. M. Rutkiewicz, T. Sikorski, Carta Blanca, Warszawa.
- Gzell Sławomir, Nyka Lucyna, 2011, *Street art a architektura*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP Warszawa, s. 67-83.
- Hala Kamal, „*As-saura al-mustamirra*”: *reprezentacja rewolucji egipskiej w kulturze popularnej, na przykładzie graffiti*, [http://www.academia.edu/7648561/Representations\\_of\\_the\\_Egyptian\\_Revolution\\_in\\_Graffiti\\_in\\_Polish](http://www.academia.edu/7648561/Representations_of_the_Egyptian_Revolution_in_Graffiti_in_Polish), dostęp 12.03.2015 r.
- Jacher Władysław, 2010, *Rozwój kultury w mieście a wzory społeczno-kulturowe mieszkańców*, „*Studia Etnologiczne i Antropologiczne*”, t. 10: *Problemy społeczne i kulturowe współczesnego miasta*, red. I. Bukowska-Floreńska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 39-46.

- Jameson Frederic, 1998, *Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne*, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków, s. 101-213.
- Janik Barbara, 2010, *Re-vital city. Odnawianie miasta i co z tym wszystkim ma wspólnego sztuka*, w: *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*, red. E. Rewers i A. Skórzyńska, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 145-153.
- Jarosz Beata, 2013, *O wielogatunkowości tekstów graffiti*, „Polonica” XXXIII, s. 81-94.
- Jarosz Bożena, *Przestrzeń graficzna w przekazach multimedialnych w dobie dominacji kultury obrazu*, [www.up.krakow.pl,ktime,ref2004,jarosz.pdf](http://www.up.krakow.pl,ktime,ref2004,jarosz.pdf) (dostęp 10.02.2014).
- Jałowska Aldona, 1975, *Drogi kontrkultury*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Jędrzejewski Marek, 1999, *Młodzież a subkultury. Problematyka edukacyjna*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa, s. 86-87.
- „Język a Kultura” 1994, t. 10: *Języki subkultur*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, „Wiedza o Kulturze”, Wrocław.
- Kapuściński Ryszard, 2007, *Rwący nurt historii. Zapiski o XX i XXI wieku*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Kietlińska Bogna, *Street art. Socjologiczna analiza zjawiska*, [http://www.academia.edu/7056931/Street\\_art\\_Socjologiczna\\_analiza\\_zjawiska](http://www.academia.edu/7056931/Street_art_Socjologiczna_analiza_zjawiska), dostęp 20.04.2015 r.
- Kita Małgorzata, 1999, *Miasto – przestrzeń językowa młodych*, w: *Miasto. Teren koegzystencji pokoleń*, red. Z. Staszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 72-82.
- Klein Naomi, 2004, *No logo*, Świat Literacki, Izabelin.
- Kłosowska Antonina, 1987, *Socjologia młodzieży: przegląd koncepcji*, „Kultura i Społeczeństwo” nr 2.
- Kołąkowski Leszek, 2006, *Mini-wykłady o maxi-sprawach*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Kołodziejek Ewa, 2005, *Człowiek i świat w języku subkultur*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Kowalski Piotr, 1990, *Scribo et decoro ergo sum. Uwagi do antropologicznych znaczeń miejskich napisów*, „Polska Sztuka Ludowa” nr 2.
- Krajewski Lech, 2006, *Antyprzysłowia młodzieżowe w olsztyńskim graffiti*, w: *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, red. A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski, IFP Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn, s. 198-208.
- Krajewski Marek, 2011, *Street art i władze(a) miasta*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP Warszawa, s. 22-31.
- Kulpa Robert, *Kicz - Subwersja - Kamp. Szkic antropologiczny*, [www.ntuni.wroc.pl,teksty\\_kulpa.html](http://www.ntuni.wroc.pl,teksty_kulpa.html) (dostęp 10.03.2011).
- LCDE – *Longman Dictionary Of Contemporary English. The Complete Guide to Written and Spoken English*, 1995, red. Longman Group Ltd, Longman Dictionaries, Essex.
- Levisohn Cedar, 2008, *Street art. The Graffiti Revolution*, Tate Publishing, London.
- Lindner Jacek, 2008, *Szepty i krzyki bydgoskich murów i tablic*, „Kronika Bydgoska” XXIX 2007, Towarzystwo Miłośników Miasta Bydgoszczy, Bydgoszcz, s. 331-349.
- Macdonald Nancy, 2002, *The Graffiti Subculture. Youth, Masculinity and Identity in London and New York*, Palgrave Macmillan, New York.

- Mai Markus, Remke Arthur, 2003, *Writing: Urban Calligraphy and Beyond*, Die Gestalten Verlag, Berlin.
- Mamzer Hanna, 2002, *Tożsamość w podróży. Wielokulturowość a kształtowanie tożsamości jednostki*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Manco Tristan, 2004, *Street Logos*, Thames and Hudson, London.
- Mańczak-Wohlfeld Elżbieta, 2004, *Starsze i nowsze zapożyczenia angielskie w mówionej oraz pisanej odmianie języka angielskiego*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” LX, s. 109-115.
- Mańczak-Wohlfeld Elżbieta, 2006, *Angielsko-polskie kontakty językowe*, Wydawnictwa Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Mańczak-Wohlfeld Elżbieta, 2012, *Polski wariant języka angielskiego – Polish English*, w: *Mundus verbi: in honorem Sophiae Cygal-Krupa*, red. M. Pachowicz, K. Choińska, Tarnów, s. 248-252.
- Martini Carlo Maria, 1998, *Rozmowy z moim telewizorem. Spotkanie Kościoła ze światem mass mediów*, WAM, Kraków.
- McLuhan Marshall, 2001, *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan, F. Zingrone, Zysk i S-ka, Poznań.
- Michalewski Jan, 2006, *Od rewolucji do alienacji*, „Kultura Popularna” nr 4, s. 71-75.
- Michel William John Thomas 2009, *Zwrot piktorialny*, „Kultura Popularna” nr 1, s. 4-19.
- Mikułowski Pomorski Jerzy, 2006, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Universitas, Kraków.
- Mirkowska-Moch Emilia, Moch Michał, 2011, *Stambuł Orhana Pamuka i Kapsztad Johna Maxwella Coetzee’ego – próba studium porównawczego*, w: *Przestrzeń oswojona – przestrzeń obca. Miasto w kontekście językowym i kulturowym*, red. M. Święcicka, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz, s. 283-295.
- Moch Włodzimierz, 2008, *Hip hop – kultura miasta. Leksyka subkultury hiphopowej*, Wydawnictwo Uczelniane WSG, Bydgoszcz.
- Moch Włodzimierz, 2011a, *Czy writer to pisarz? Rozważania kulturowo-leksykalne o nazwie wykonawcy graffiti*, „Heteroglossia. Studia Kulturoznawczo-Filologiczne” nr 1, s. 169-173.
- Moch Włodzimierz, 2011b, *Tożsamość narodowa i kulturowa w erze globalizacji na przykładzie warszawskiego i wileńskiego graffiti*, w: *Tożsamość na styku kultur*, t. II, red. I. Masojć i H. Sokołowska, Vilniaus Pedagoginio Universiteto Leidykla, Vilnius, s. 529-540.
- Moch Włodzimierz, 2011c, *Napisoobrazy, czyli litera, słowo i obraz w bydgoskim grafitti*, w: *Polszczyzna bydgoszczan*, vol. V, red. M. Święcicka, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz, s. 211-227.
- Moch Włodzimierz, 2012, *The Role Of Street Art In Improving Visual, Cultural And Tourist Attractiveness Of Cities*, w: *Transformation of Historical Cities’ Functions in the Context of Tourism and Sustainability*, red. R. Przybyszewska-Gudelis, Publishing House – University Of Economy in Bydgoszcz, s. 47-54.
- Moch Włodzimierz, 2013 (we współautorstwie z Z. Sawaniewską-Mochową), *Strategie komunikacyjne street artu w Rosji, na Łotwie i Litwie*, w: *Dialog kultur. Języki wschodniosłowiańskie w kontakcie z polszczyzną i innymi językami europejskimi*, red. J. Mędelska, E. Titarenko, Wydawnictwo UKW, Bydgoszcz, 320-338.

- MSGP – *Mały słownik gwar polskich*, red. J. Wronicz, Lexis, Kraków 2010.
- MSS – *Miejski słownik slangu i mowy potocznej*, <http://www.miejski.pl>, dostęp 15.09.2014 r.
- Niżyńska Aleksandra, 2011, *Street art jako alternatywna forma debaty publicznej w przestrzeni miejskiej*, Wydawnictwo Trio, Warszawa.
- Nowak Paweł, 2007, *Opozycja „swój/obcy” a skuteczność komunikacji – wybrane zagadnienia*, „Etnolingwistyka” nr 19/2007.
- NSPP – *Nowy słownik poprawnej polszczyzny*, 1999, red. A. Markowski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Oseka Andrzej, 2001, *Jaskrawa inwazja*, „Gazeta Wyborcza” nr 94 z 22.04.2001, s. 16.
- Ostromęcka-Frączak Bożena, Paś Aneta, 1999, *Dowcip językowy w graffiti*, w: *Miasto. Teren koegzystencji pokoleń*, red. Z. Staszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 144-154.
- Paluch Izabela, 2010, *Na szarym murze domu*, w: *Polski street art*, red. E. Dymna, M. Rutkiewicz, CARTA BLANCA, Warszawa, s. 356-368.
- Peisert Maria, 2004, *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Towarzystwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Pérez-Reverte Arturo, 2015, *Nadchodzi nowy świat. Burzy i naporu*, wywiad Michała Nogasia z pisarzem hiszpańskim, „Gazeta Wyborcza” z 14-15.03.2015, s. 20-21.
- Pęczak Mirosław, 1992, *Mały słownik subkultur młodzieżowych*, Wydawnictwo Semper, Warszawa.
- Pietkiewicz Aleksander, 2011, *Street art – komunikacja masowego rażenia. Szkic o graffiti, stencilach i stickerach*, „Ikonosfera. Studia z socjologii i antropologii obrazu”, nr 3, [http://www.ikonosfera.umk.pl/fileadmin/pliki/Ikonosfera\\_3\\_Aleksander\\_Pietkiewicz\\_Street\\_art.pdf](http://www.ikonosfera.umk.pl/fileadmin/pliki/Ikonosfera_3_Aleksander_Pietkiewicz_Street_art.pdf), dostęp 14.01.2012 r.
- Pigla Wojciech, Rataj Krzysztof, 2015, *Miejska płynność – semantyczne i funkcjonalne przeobrażenia wizualnej szaty miasta*, w: *Miejskie (trans)formacje*, red. N. Krzyżanowska, K. Nowak, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 53-68.
- Pirveli Marika, 2008, *Miasto i jego przestrzenie zaufania*, [http://polskistreetart.blogspot.com/projekty/westival2008\\_popr7.pdf](http://polskistreetart.blogspot.com/projekty/westival2008_popr7.pdf), dostęp 20.05.2009 r.
- Płocharczyk Marcin, wypowiedź dla „Gazety Wyborczej”, edycja bydgoska, 3 sierpnia 2009 r.
- Polskie mury. Graffiti. Sztuka czy wandalizm*, 1991, red. R. Gregrowicz, J. Walocho, Cromer, Toruń.
- Postmodernizm. Antologia przekładów*, 1998, red. R. Nycz, Kraków.
- Prejs Bogdan, 2004, *Bunt nie przemija. Bardzo podręczny słownik subkultur młodzieżowych*, „Śląsk” Wydawnictwo Naukowe, Katowice-Warszawa.
- PSA – *Polski street art*, 2010, red. E. Dymna, M. Rutkiewicz, CARTA BLANCA, Warszawa; strona internetowa albumu: <http://polskistreetart.blogspot.com>, dostęp 3.03.2011 r.
- PSA2 – *Polski street art część 2. Między anarchią a galerią*, 2012, red. E. Dymna, M. Rutkiewicz, CARTA BLANCA, Warszawa.
- Puzynina Jadwiga, 1997, *Słowo-wartość-kultura*, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin.
- Ritzer George, 1997, *McDonaldyzacja społeczeństwa*, Wydawnictwo Literackie MUZA, Warszawa.

- Ronduda Łukasz, *Strategie subwersywne w sztukach medialnych na przykładzie realizacji Found Footage Film i Video Scratch Józefa Robakowskiego: „6.000.000”, „Sztuka to potęga” i „Pamięci L. Breźniewa”*, [http://www.exchange-gallery.pl,subwersywne\\_text.html](http://www.exchange-gallery.pl,subwersywne_text.html), dostęp 10.03.2011 r.
- Rostowska M., 2009, *Struktury hybrydalne w języku młodzieży – analiza słowotwórcza*, „Język Polski” LXXXIX, z. 3, s. 179-190.
- Rutkiewicz Marcin, 2011, *Od graffiti walczącego do street artu*, w: T. Sikorski, M. Rutkiewicz, *Graffiti w Polsce 1940-2010*, Carta Blanca, Warszawa, 142-163.
- Rybicka Elżbieta, 2012, *Geopoetyka (o mieście, przestrzeni i miejscu we współczesnych teoriach i praktykach kulturowych)*, w: *Kulturowa teoria literatury. Główne pojęcia i problemy*, red. M. P. Markowski, R. Nycz, wyd. 2, Universitas, Kraków, s. 471-490.
- Rydzewska Joanna, 2004, *Folklor albo cień oficjalnej cywilizacji*, „Kultura Popularna” nr 3, s. 111-123.
- Rypson Piotr, 2011, *Wyraży wolności*, w: T. Sikorski, M. Rutkiewicz, *Graffiti w Polsce 1940-2010*, Carta Blanca, Warszawa, s. 42-58.
- Sapir Edward, 2003, *Język – przewodnik po kulturze*, w: *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, wstęp i red. G. Godlewski, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, s. 77-82.
- Sartori Giovanni, 2007, *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Satkiewicz Halina 1994, *Norma polszczyzny ogólnej a języki subkultur*, w: „Język a Kultura”, t. X: *Języki subkultur*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, „Wiedza o Kulturze”, Wrocław, s. 9-17.
- Sawicka Grażyna, 1994, *Językowy obraz rzeczywistości społecznej i politycznej w graffiti*, w: „Język a Kultura”, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław, s. 163-175.
- Sawicka Grażyna, 1998, *Graffiti jako tekst folkloru*, w: *Tekst. Analizy i interpretacje*, red. J. Bartmiński, B. Boniecka, Wydawnictwo UMCS, Lublin, s. 191-209.
- Schacter Rafael, 2013, *The World Atlas Of Street Art And Graffiti*, Aurum Press Limited, London.
- Schefferski Roland, 2010, *Partycypacja procesem aktywnym*, w: *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*, red. E. Rewers i A. Skórzyńska, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 173-179.
- Schwartzman Allan, 1985, *Street Art*, Dial Press, Doubleday & Co, New York.
- Screwball, wywiad z M. Płocharczykiem pt. *Nie tylko graffiti*, „Moment” nr 43, wrzesień 2009, 27-28.
- Sennett Richard, 1996, *Ciało i kamień. Człowiek i miasto w cywilizacji Zachodu*, Wydawnictwo Marabut, Gdańsk.
- Sikorski Tomasz, 2011, *O własnych szablonach*, w: T. Sikorski, M. Rutkiewicz, *Graffiti w Polsce 1940-2010*, Carta Blanca, Warszawa, s. 92-101.
- Skarbek Krzysztof, 2011, *O własnym graffiti*, w: *Graffiti w Polsce*, red. M. Rutkiewicz, T. Sikorski, Carta Blanca, Warszawa, s. 134-137.

- Skórzyńska Agata, 2010, *Subwersje miejskie. Nie wyraźne kultury oporu*, „Kultura Współczesna” nr 2, s. 51-65.
- Skudrzyk Aldona, 2005, *Czy zmierzchn kultury pisma? O synestezji i analfabetyzmie funkcjonalnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- SN – *Słownik polsko-niemiecki, niemiecko-polski z gramatyką*, 2004, Langenscheidt Polska, Warszawa.
- SnM – *Sztuka na marginesie. Trójmiejskie graffiti i murale*, 2013, red. M. Howorus-Czajka, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- SSM – Czeszewski Maciej, 2001, *Słownik slangu młodzieżowego*, Wydawnictwo Ekolog, Piła.
- Stowers C. George, *Graffiti Art: An Essay Concerning The Recognition of Some Forms of Graffiti As Art* [www.graffiti.org/faq/stowers.html](http://www.graffiti.org/faq/stowers.html), dostęp 15.07.2015.
- Stelmach Monika, *Grzechy muraloży*, wywiad z Sebastianem Frąckiewiczem, „Wysokie Obcasy” z 28.11.2015, s. 44.
- Sulima Roch, 2000, *Antropologia codzienności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- SZA – *Słownik zapożyczeń angielskich w polszczyźnie*, 2010, red. E. Mańczak-Wohlfeld, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Szopski Marek, 2005, *Komunikowanie międzykulturowe*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
- Szpunar Magdalena, 2008, *Kultura obrazu a ikonosfera Internetu*, „Studia Medioznawcze” nr 3, Warszawa, s. 105-124.
- Taborska Halina, 2010, *Współczesna sztuka publiczna w spuściznie kulturowej miasta*, w: *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*, red. E. Rewers i A. Skórzyńska, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 17-24.
- Toporow Wladimir, 2000, *Miasto i mit*, Słowo Obraz Terytoria, Gdańsk.
- Turek Joanna, Żakowska Marta, 2011, *Znaki: ludzie: ulica*, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP, Warszawa, s. 144-156.
- Turner Victor, 2010, *Proces rytualny. Struktura i antystruktura*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- UD – *Urban Dictionary* (UD), [www.urbandictionary.com](http://www.urbandictionary.com) (dostęp 3.05.2014).
- USJP – *Uniwersalny słownik języka polskiego*, 2003, red. S. Dubisz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- W – *Wikipedia* <https://pl.wikipedia.org/>; <https://en.wikipedia.org/>, dostęp: 20.05.2015 r.
- Wabik Artur, 2011, *Graffiti reklamowe*, w: T. Sikorski, M. Rutkiewicz, *Graffiti w Polsce 1940-2010*, Carta Blanca, Warszawa, s. 236-241.
- Waclawek Anna, 2011, *Graffiti And Street Art*, Thames and Hudson, London.
- Wasilewski Jacek, Drogowska Katarzyna, *Media a street art*, 2011, w: *Street art. Między wolnością a anarchią*, red. M. Duchowski, E. A. Sekuła, ASP Warszawa.
- Wertenstein-Żuławski Jerzy, 1990, *To tylko rock'n roll!*, ZAKR, Warszawa.
- WGG – *The Words: A Graffiti Glossary* <http://www.graffiti.org/faq/graffiti.glossary.html>, dostęp 15.09.2014 r.

- Witalisz Alicja, 2014, *Typy pseudoanglicyzmów (na przykładzie języka młodego pokolenia Polaków)*, „Język Polski” XCIV, z. 1, s. 1-14.
- WSJP – *Wielki słownik języka polskiego PAN*, kier. projektu P. Żmigrodzki, <http://www.wsjp.pl/> (dostęp 23.03.2015).
- YT – YouTube, [https://www.youtube.com/results?search\\_query=graffiti](https://www.youtube.com/results?search_query=graffiti), dostęp 10.07.2015.
- Zańko Piotr, 2012, „*Zabijemy was słowami*”. *Prowokacja kulturowa w przestrzeni miejskiej i internecie*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Zdunkiewicz-Jedynak Dorota, 2008, *Wykłady ze stylistyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Zeidler-Janiszewska Anna, 1997, *Pisanie miasta – czytanie miasta*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań.
- Żakowski Maciek, 2006, *Street art i indywidualizacja. W stronę tożsamości awangardowej*, „Kultura Popularna” nr 2.
- Żmigrodzki Piotr, 2007, *Czy jest nam potrzebny Dzień Języka Ojczystego? Kilka słów o sytuacji polszczyzny na początku XXI wieku* (wystąpienie otwierające sesję naukową Oddziału Katowickiego TMJP z okazji Międzynarodowego Dnia Języka Ojczystego, 21 lutego 2007 r., <http://uranocto.uedu.pl/~tmjp>, dostęp 10.05.2011 r.
- Żmigrodzki Piotr, 2008, *Słowo-słownik-rzeczywistość*, Lexis, Kraków.
- Żmudziński Wojciech, 2001, *Metodologia uczenia się*, Księgarnia św. Wojciecha, Poznań.

### Adresy wykorzystanych stron internetowych

- <http://krytyka.org.subwersja-czyli-sztuka-inteligentnego-oporu>
- <http://uranocto.uedu.pl/~tmjp>
- <http://2photo.ru/en/post/28810> (
- <http://alladvertising.ru/info/streetart.html>
- <http://art.blox.pl/2006/03/Banksy-artystyczny-guerrila.html>
- [http://cameraobscura.pl/fundacja/?page\\_id=63](http://cameraobscura.pl/fundacja/?page_id=63)
- <http://culture.pl/pl/tworca/mariusz-waras>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/>
- <http://grani-tv.ru/entries/1804/>
- <http://mowianamiescie.pl/2011/04/16/zimo-wypierdalaj/>
- <http://pl.wikipedia.org/wiki/>
- <http://poland.indymedia.org/pl/2003/11/3074.shtml>
- <http://polskistreetart.blogspot.com>
- [http://porady.domiporta.pl/poradnik/1,127301,6873531,Najwiekszy\\_polski\\_mural\\_namalowano\\_w\\_Bydgoszczy.html](http://porady.domiporta.pl/poradnik/1,127301,6873531,Najwiekszy_polski_mural_namalowano_w_Bydgoszczy.html)
- <http://portalwiedzy.onet.pl/120978,,,taktylny,haslo.html>
- <http://poznan.naszemiasto.pl/artykul/1181313,zdaniem-agaty-olek-w-polsce-nic-sienie-zmienilo,id,t.html>

<http://pr0myczek.blox.pl/2009/05/Fuck-the-system.html>  
<http://shidokan.blox.pl/2009/10/Adbusting-w-kontekscie-jammingu-kulturowego.html>  
<http://sjp.pwn.pl/>  
<http://wiadomosci.wp.pl/kat,1329,title,Uliczna-lekcja-jezyka-polskiego-niezwykle-graffiti-w-Nowym-Saczu,wid,17240519,wiadomosc.html>  
<http://witryna.czasopism.pl/pl/gazeta/1002/1007/1020/>  
<http://www.3fala.art.pl/>  
<http://www.abramowski.bzzz.net/>  
<http://www.academia.edu/1846226/>  
<http://www.behance.net/nespoon>  
<http://www.billboard.org/> i <http://www.twozywo.art.pl/twzw.php?2et>  
[http://www.dailymotion.com/video/xwvzgc\\_wszystko-jest-piekne-wystarczy-tylko-umiec-dobrze-spojrzec-camille-pissarro\\_news](http://www.dailymotion.com/video/xwvzgc_wszystko-jest-piekne-wystarczy-tylko-umiec-dobrze-spojrzec-camille-pissarro_news)  
<http://www.designindaba.com/news-snippet/everybodys-backyard;>  
<http://www.dwaesha.free.art.pl/>  
<http://www.etamcru.com/>  
[http://www.exchange-gallery.pl/subwersywne\\_text.html](http://www.exchange-gallery.pl/subwersywne_text.html)  
<http://www.faith47.com/>  
<http://www.fakt.pl/polityka/kampania-z-udzialem-jana-pawla-ii,artykuly,532376.html>  
<http://www.flickr.com/photos>  
<http://www.fotolog.com/elomelo/61191315>  
<http://www.hip-hop.pl/>  
[http://www.ikonosfera.umk.pl/fileadmin/pliki,Ikonosfera\\_3\\_Aleksander\\_Pietkiewicz\\_Street\\_art.pdf](http://www.ikonosfera.umk.pl/fileadmin/pliki,Ikonosfera_3_Aleksander_Pietkiewicz_Street_art.pdf)  
<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/features/brandalism-street-artists-hijack-billboards-for-subvertising-campaign-7953151.html>  
<http://www.miejski.pl>  
<http://www.mmwarszawa.pl/artykul/graffiti-1944-krew-i-powstancy-przy-konwiktorskiej,2983108,artgal,t,id,tm.html>  
<http://www.myspace.com/reskacz>  
[http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/pawel\\_vi/adhortacje/evangelii\\_nuntiandi.html](http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/pawel_vi/adhortacje/evangelii_nuntiandi.html)  
<http://www.peterfuscom/>  
<http://www.pracownia-n22.pl/>  
<http://www.rat.bzzz.net/>  
<http://www.spaceunity.net/>  
<http://www.streetart.su/>  
<http://www.tekstowo.pl>  
<http://www.thecairopost.com/news/105596/news/al-fan-midan-street-art-festival-shut-down-by-security-forces>



---

<http://www.twozywo.art.pl/twzw.php?3jfr>  
<http://www.wh.agh.edu.pl/konferencje/ptk/papers.php>  
<http://zyalt.livejournal.com/357993.html>  
<http://polskistreetart.blogspot.com>  
<https://eyebeam.org/people/surveillance-camera-players>  
<https://pl.wikipedia.org/>; <https://en.wikipedia.org/>  
[https://pl.wiktionary.org/wiki/actions\\_speak\\_louder\\_than\\_words](https://pl.wiktionary.org/wiki/actions_speak_louder_than_words)  
<https://pl.wiktionary.org/wiki/graffiti>  
<https://www.facebook.com/KeizerStreetArt>  
[www.academia.edu](http://www.academia.edu)  
[www.artique.pl/polski-street-art/](http://www.artique.pl/polski-street-art/)  
[www.exchange-gallery.pl/subwersywne\\_text.html](http://www.exchange-gallery.pl/subwersywne_text.html)  
[www.fotoblog by paletz](http://www.fotoblog.by.paletz)  
[www.graffiti.org/faq/graffiti.glossary.html](http://www.graffiti.org/faq/graffiti.glossary.html)  
[www.graffiti.org/faq/stowers.html](http://www.graffiti.org/faq/stowers.html)  
[www.graffiti.org/faq/stowers.html](http://www.graffiti.org/faq/stowers.html),  
[www.hemp.pl](http://www.hemp.pl)  
[www.hip-hop.pl/gazeta](http://www.hip-hop.pl/gazeta)  
[www.krytyka.org](http://www.krytyka.org)  
[www.fil.us.edu.pl/ijp/poradnia/baza\\_archiwum.php?POZYCJA=140&AKCJA=&TEMA=T=R%F3%BFne&NZP=&WYRAZ=www.nowapolitologia.pl/wydarzenia/ze-swiata-politologii/street-art-jako-forma-debaty-publicznej-wywiad](http://www.fil.us.edu.pl/ijp/poradnia/baza_archiwum.php?POZYCJA=140&AKCJA=&TEMA=T=R%F3%BFne&NZP=&WYRAZ=www.nowapolitologia.pl/wydarzenia/ze-swiata-politologii/street-art-jako-forma-debaty-publicznej-wywiad)  
[www.ntuni.wroc.pl/teksty,kulpa.html](http://www.ntuni.wroc.pl/teksty,kulpa.html)  
[www.pinterest.com/pshohl/independent-public-art/](http://www.pinterest.com/pshohl/independent-public-art/)  
[www.trawka.com.pl](http://www.trawka.com.pl)  
[www.up.krakow.pl](http://www.up.krakow.pl)  
[www.uranocto.uedu.pl](http://www.uranocto.uedu.pl)  
[www.urbandictionary.com](http://www.urbandictionary.com)  
[www.wsjp.pl](http://www.wsjp.pl)  
[www.wyborcza.pl](http://www.wyborcza.pl)  
[www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,96856,17218915,Shamsia\\_Hassani\\_\\_czyli\\_Banksy\\_w\\_burce.html#ixzz3RG6Y95AL](http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,96856,17218915,Shamsia_Hassani__czyli_Banksy_w_burce.html#ixzz3RG6Y95AL)



***Street art and graffiti.  
Letters, words and images in urban space***

**Abstract**

As participants of the world of Western culture, we live in the epoch of excess of everything, especially the excess of images. More and more frequently an opinion can be heard that the visual invasion, which our consciousness faces every day, leads a man to his digital dementia. This, in turn, causes negative effects in form of indifference towards any visual or verbal incentives and changes culture into a market where almost everything has the same low value. It does not mean, however, that images should be generally eliminated from the surrounding world since the value of some of them is priceless, as far as their artistic or culture-producing potential is concerned. On the contrary, they should be protected, even if they are not of great significance, because the creation of social bonds is their fundamental function.

The modern civilisation of the image apparently does not resign from the word. Admittedly, for several decades we have been witnessing the *visual/iconic/image turn* in culture, treated also as an increasingly dominant research perspective in humanities. However, the word, even in atomised form, has not disappeared from the cultural landscape of cities and their visual sphere. A text treated as an essential element of the messages of new art and advertising has not disappear either, though it frequently appears in form of hybrid connection of the word and the image. The image is also a text and it has its rhetoric. Thus, the deposition of logocentrism at most can be discussed, but not the disappearance of the meaning of the word in cultural, social and political reality. Moreover, it cannot be forgotten that art street and graffiti, as an element of youth culture, is also a display of the culture of happening/action, carrying verbal and non-verbal messages.

Transdisciplinary studies, initiated some time ago in cultural studies, linguistics, anthropology and other fields of science, enable an interesting focusing of the research on changing reality and forms of culture functioning in its area. Connecting heterogeneous perspectives of perceiving the contemporary culture's phenomena on the contact point of the image, word, performance, increasingly practiced in humanities, displays a wider view of them. The progressive *image narrativisation* (as one of the consequences of narrative turn), which like in public art interacts with the environment and stimulates it, becoming an essential part of social life, facilitates these research tendencies.

This work is a new, and the first in Polish humanities, attempt to present new urban art – graffiti and street art, in the context of language, as a sociocultural and artistic phenomenon. Specifically, this new cognitive perspective, based on theoretical assumptions of cultural linguistics and textology, is a connection of cultural ground with a linguistic analysis of text and image functioning in an open urban space, following the assumptions of *linguistic turn*, *interpretive turn* and *iconic turn*, including the cultural and social context which accompanies street art. Due to its use, the most important phenomena of both related fields, which create it, their strategies of action and creative practices were explained and put in order formally and according to their subjects. There are more and more works recognising urban space with regard to phenomena related to art functioning there, especially those related to sociology and cultural studies. However, there are not any works which would study relations between the word and the image with regard to semantics and semiotics. Authors forget that, apart from the image, the word and any verbal announcements are the main ingredients of urban iconosphere, contributing to the messages of culture. As specialists in other fields, they are not competent to recognise street art as a *cultural text*, thus both on linguistic and visual level. This work, focusing on meanings and the sphere of associations between the image and the word, attempts to fill this gap. Cultural linguistics, like no other field, is suitable for a complex presentation of symbolic culture phenomena, connecting its research methods with those developed by other humanities, especially *cultural studies*, along with appearance of successive *culture turns*.

This research approach outlines the main objectives of this work, which the author tried to realise:

- 1) a synthetic description of Polish graffiti and street art in their varied contents, discovering their messages and visions of the world, beliefs related to the man and social and political reality surrounding him, including social background and cultural context, in which both fields function, and global cultural processes, such as globalisation or ethnicization; revealing and description of different kinds of references included in graffiti and street art works;
- 2) distinguishing and describing strategies and artistic and social techniques accepted by street creators and the effects of their activity in public sphere;
- 3) presentation of entanglements of street art, as an element of alternative culture, with the real world, on the one hand, by conducting an action of cultural resistance, and on the other hand, by undergoing the processes of progressing commercialisation;
- 4) description of the language used by graffiti painters and street artists and the function it fulfils as a sociolect, a tool of communication and expression (message) and an element of artistic works – a study of multifunctionality of a language code used by street art from the perspective of cultural linguistics, extracting its individual features;

- 5) creation of the most precise and vast dictionary in current Polish lexicography, collecting phrases related to graffiti and street art;
- 6) using the comparative perspective in order to capture the parallels between Polish graffiti and street art and urban art in other countries, mainly those from Eastern Europe, such as Lithuania, Latvia, Russia, but also in Egypt, South Africa or England. This research approach has not been practiced so far on the domestic ground, thus it constitutes *novum*, because it attempts to answer the question if the creation of Polish street artists is an original and distinguishing phenomenon comparing to the achievements of creators from other countries and cultural areas, or if it rather repeats the already existing patterns.

The work is mainly based on new iconographic material documented by the author. He examines the functioning of the notions like public art, urban art, street art and situates in their area the phenomena of new art: graffiti and its 'child' street art. The author describes the evolution of graffiti and its influence on political history of Poland and analyses influences of Western urban art on Polish street artists. He portrays the mission of graffiti in Poland and western Europe. The author examines relations between graffiti and street art and also differences which divide them. The author concludes that both fields emancipated and function independently from each other, even if some artists create in both areas. They constitute related but autonomic areas of plastic creation, verbal and verbal-plastic creation, exposed in public space. Nowadays identifying graffiti with street is groundless since they have different aims and ways of functioning, they create different kinds of creation and influence on recipients.

A major part of the work is occupied by linguistic and cultural portrait of a graffiti painter and street artist. The author depicts street artists as a subculture of rebellion and creation, describes ideas and values they believe in, relations connecting them and features of subcode they use to communicate with each other. A question of vandalism and anarchism is examined, as inseparable features of the activity context of writers. Based on language cultural theory, the author reconstructs the linguistic self-portrait of street artists, mechanisms of auto creation present in their environment, auto narration (*braggadoccio*), hyperbolisation or elements of auto expression. The linguistic and cultural analysis of verbal messages placed by graffiti painters and street artists in the urban space allowed to profile the auto-image of a street artist including such main features as:

1. Courage,
2. Madness (creativity directed against normativism and formality),
3. Romanticism (searching for individualism, inalienable need of an individual to express oneself, express feelings and experiences, especially those extreme ones),

4. Uniqueness (sense of mission),
5. Narcissism (focusing on auto-thematic subjects, captivation by the message itself),
6. Self-irony and sense of humour,
7. Search for freedom and tolerance for one's art.

This self-portrait was confronted with opinions of representatives of other youth subcultures about graffiti painters – rappers and rockmen. They are positively evaluative and are directed against negative stereotypes (prejudices), which are one-sided and unfair towards street artists. In all the analysed texts there is a complete identification of rappers with graffiti painters. They are friends and they follow the same creative line. Actually, they constitute a praise of graffiti painters' activities, however, it is not unconditional because it differentiates the artistic value from various graffiti creations and divides the adepts of this artistic profession into good ones and poor ones. Consideration of these different aspects in relation to the analysis of creation presents a fairly complete portrait of street artists.

The work presents the characteristics of vocabulary used by graffiti painters and street artists. The author states that there dominates professional vocabulary, naming acts of artistic activities, and there is a significant influence of English on their everyday communication, which is the most frequently assimilated and adjusted to the requirements of Polish linguistic system. They show creativity in giving names and their language characterises with comic features and proves the knowledge of cultural contexts. The linguistic and cultural picture of the graffiti and street art community is accompanied by the largest national dictionary of phrases related to Polish graffiti and street art, which apart from specialist clues, includes other ones presenting historic and cultural background of the phenomena in a wider context.

A major part of work is dedicated to the analysis of social and political contents and forms of street art messages. Apotheosis and protection of such values as political and artistic freedom and activity of civil society are close issues for this analysis. Graffiti painters and street artists fight with negative phenomenon of the contemporary world, such as activities of dictatorships directed against their own citizens, Nazism, chauvinism, racism or homophobia. They condemn actions and attitudes of politicians and try to solve social problems. Activity of street artists from Poland, Lithuania, Latvia and Russia is presented here in comparative perspective and shows features of anti-systemic rebellion. Urban art in these countries was also shown as a movement fighting globalisation, corporatism and consumerism. The author describes artistic activities of street artists and provocateurs like Abramowski, Zbiok, members of Twożywo or RAT, and also graffiti painters from Moscow and Petersburg fighting political and social pathology of their country.

At the same time the author presents an individual and personal character of

their dissent which aims at preservation of the areas of individual freedom of every person, his or her right to intimacy, love, being treated fair by social and political system and creative existence in accustomed local world. He presents a similarity in depicting the state of human feelings in Polish and Lithuanian graffiti. Artists warn against the spectre of dehumanisation of the feeling sphere in personal and social dimension, using an integrated message, created from an image, word and cultural context. Their actions and works have compensative power, including the sphere of individual emotional human needs.

The author also depicts graffiti and street art in the perspective of changes in cultural urban landscape. He presents methods of its revitalisation, aestheticization and cultural taming of architectonic space. He shows street artists contributing to re-discovering a city, especially its physically and culturally degraded districts, and improving its attractiveness and functional and tourist advantages. He describes the phenomenon of the street art festivalisation, which is beneficial for city residents but also threatens with consumerism of the movement itself. The author presents its pursue for creating an artistic community acting for integration of residents in joint aesthetic and artistic activities. He emphasises practical advantages of graffiti used in trade, cultural activity and services.

A major part of the work describes the strategy and practices used by street artists. Their subversive activities in Poland, England and Russia, as a sign of rebellion and cultural provocation against economic and political subjects, are thoroughly analysed.

Mechanisms and methods of cultural provocation as a modern art phenomenon, fight for meanings undertaken by artists like Peter Fuss or activists of the Third Wave were described. They also deal with the problem of oppressive influence of a city on psyche of its residents. Subversive activities, related to using different advertising mediums, enter an individual cultural dialogue with their messages and contexts. They are perceived as a new kind of graffiti by some researchers, defined as *post-graffiti* or *neo-graffiti*.

*Performative turn*, which apart from visual turn, is an essential part of cultural changes of our times, has led to increased artistic activities, which are a method for creative development of public space. Street art also participates in them, fighting the idea of *panopticon* as an area of slavery and controlling citizens by their country.

Relations between the word and the image presented by Polish street art in its works constitute an important question in the cultural discourse. Talking by using an image, frequently coexisting with a verbal message, has become a very significant if not a dominant form of communication nowadays. The author describes works in which an image and verbal message force the mutual message

or partly or completely oppose each other. Generally, however, street artists convince by using their creation that the culture of the image and the culture of the word jointly present the state of spirit of the contemporary man in postmodernist reality.

Street art is an expression of attitudes and beliefs of the young generation, and also aesthetic sensitivity of creators themselves, even if they act within a particular artistic group or express their opinions on behalf of the entire graffiti community. As a means of communication, it is rather a monologue than a dialogue and less often it enters the discourse with society. In spite of this, this art has preserved an advantage of cultural provocation, leading to reinterpretation of messages and giving them new meanings. A part of the content and messages included there has the features of generation rebellion directed against the community of adults – parents and grandparents.

In spite of generally unfavourable social atmosphere, though some undertakings, for example painting murals, enjoy increasing favour of city residents, in several last years street art and graffiti have globally turned out to be the methods of expression important for youth. It can clearly be stated that globalisation in this case bore ripe fruit. It facilitated the desire for creative activity among millions of young people around the world in public sphere, also in Poland, which found its area for realization, including into their vision of the world and artistic practices all those people who care both for problems of next generations entering adult life, and the future of the society. Iconicity of the contemporary culture has created an extremely favourable ground for such an activity.

Street art is a picture and a reflection of the world, and at the same time a distorting mirror, in which reality surrounding city residents reflects itself, which fulfils the postulates of classicist realism. Those who practise it do not forget about spiritual experiences and existence problems of the society, emotional aura, which accompanies human life in a particular place and time. It has an anthropocentric character because even in apparently abstract images one can notice a personal perspective. Street art, co-creating the cultural urban landscape, offers polyphonic and intersemiotic message, which can seem ambiguous for many observers, however, it depicts well the dilemmas of the contemporary man and encourages with its attractive form to explore its complex sense. Connecting the word with the image, formal with informal, the message facilitates making different ideas and attitudes closer. At the same time, remaining an element of global culture, it preserves its local colour.

Street artists do not want only to depict the state of capturing the human into the problems of the contemporary times, with all its consequences, but first of all, they wish to give it a new face, believing in agential creative power of art, especially of those fields which are defined as new art. In the realisation of the aim, they follow the aesthetics they have created, which competes with the dominant one.



As participants of the alternative movement, they do not give up the generation rebellion, due to which their art preserves the advantage of authenticity. They create new roads for art, not only street art, often unwittingly, undertaking varied activities with regard to their kind and subject. It is difficult not to agree with the opinion that street art and graffiti fulfil increasingly new cultural and social functions, and due to it their significance in urban visual culture and awareness of city residents increases, and they become important movements in the art of the 21<sup>st</sup> century. Admittedly, some art critics doubt if it is effective and significant in the contemporary world, but then they indicate its undeniable advantages: ability to tell the truth and creativity.

The work presents the newest tendencies visible in street art. As far as forms of message are concerned, for several years Polish street art has been heading toward large format painting, in which the word is frequently absent, but instead sophisticated artistic compositions include numerous intertextual literary and cultural references requiring a verbal description. There is a strong influence of the abstract painting movement, using techniques and forms of expression typical for graffiti, such as template (Waras, Terlecki) or photo reals (Pikaso, Fuss, Fietke, Bamski).

The development of street art is accompanied by a slow vanishing of classic graffiti, which apparently has stopped its development. Attempts to revive it result in a larger number of painting compositions, in which sometimes the image is combined with the word or becomes another letter variation with realist elements within its confines. These are forms closer to street art, though not only the smaller size but also focus on the techniques and styles approved in graffiti differentiate them from murals. It is difficult, however, to really develop this art when it is threatened by increasingly bigger dangers and limitations, such as omnipresent monitoring. Additionally, conservative graffiti painters oppose going beyond the canon of writing. Probably the formula of classic graffiti has run out and its creators must start searching for new forms of expression.

Considering the subject matter of works, the method of functioning and purposes both the areas of street art serve, the following models and styles of graffiti and street art in Poland can be distinguished:

- abstract and figurative classic graffiti (lettering, tagging, portraits),
- social and political graffiti (writings, images, writing-images),
- street art as a cultural provocation (reversed or changed messages),
- politically and socially engaged street art (murals, sticker art),
- 'artistic' street art (modern painting).

In particular cases these divisions cross over, so this general division is stipulated, and describing a given type of street art with any adjective at most signals its substantive or stylistic mode.

One of the fundamental conclusions that the author has reached is that between geographically and culturally different areas of street art and graffiti there are ideological and artistic convergences, similarities in the subject and content of included messages, though their artistic forms may be different, related to individual styles represented by particular artists. The artistic and conceptual level of works and the originality of presentation are similar.

Cultural turns, which have taken place over the last several tens of years in the theory and practice of culture, and also in city residents' lives, reinforce the belief that in those both spheres the co-existence of the word and the image is essential. Their interaction in artists' works is also necessary to understand the world better, to remove conflicts and their sources and to provide effective communication between people, which enhances building bridges of their relations.