

Maciej Kawka

Napisy na murach jako gatunek miejskiej polszczyzny pisanej

Napisy na murach jako część języka pisanego miejskiej subkultury młodzieżowej rzadko są przedmiotem badań językoznawczych. Brak jest monografii na ten temat, a z prac omawiających ten typ tekstów wymienić można przede wszystkim następujące artykuły: Teresy Skubalanki, *Język graffiti* (Skubalanka 1999: 89–104), Anny Chudzik, *Uliczny dialog napisów* (Chudzik 2004: 37–44) i G. Kiliańskiej-Przybyło, *Humor napisów na murach – opis, analiza, interpretacja* (Kiliańska-Przybyło 1997: 125–136)¹. Ten typ wypowiedzi nie był także przedmiotem refleksji genologicznej.

Napisy na murach należą do gatunku twórczości ulicznej określanej jako graffiti², czyli „napisy, symbole, hasła, wizerunki malowane na ścianach domów, murach, parkanach, w miejscach publicznych”, czy też jako „sztuka szablonu, sztuka ulicy” (Zellma 2008). Wykonywane są one zazwyczaj bez oficjalnego przyzwolenia przez anonimowe jednostki bądź grupy ludzi („grafficiarzy”, „graffitomanów”, „sprayowców” lub „writerów”).

Sam termin „graffiti” jest pochodzenia greckiego od słowa *gráphō* – pisać lub *gráphein* – ‘rysować’, ‘pisać’ i oznacza rysunki lub napisy wyskrobywane na płaskich powierzchniach (zwykle murach). Starożytni Egipcjanie wierzyli, że człowiek, pozostawiając za życia trwałe ślady swojego istnienia, zapewnia sobie nieprzerwaną egzystencję w zaświatach, dlatego też zapisywali swoje imiona – wraz ze szczegółową tytulaturą – na ścianach świątyń (Chrzanowska 2008: 19). Graffiti to także pierwotnie znaki na starożytnych budowlach Rzymu oraz napisy i rysunki na murach Pompei czy też Imperium Majów. Zwykle jednak kojarzy się je przede wszystkim z miejską subkulturą XX i XXI wieku i określa się nim całą gamę twórczości naściennej – od

¹ Zob także: Osęka 1990; Miodek 2001. W tomie XVII „Poloniców” z roku 1995 zamieszczone zostały dwa artykuły na temat graffiti: E. Michow, *Polskie graffiti* (s. 109–120) i N. Chmielewskiej, *Osobliwa technika językowa* (s. 122–134).

² Do kultury europejskiej wprowadził „graffiti” ponad czterdzieści lat temu francuski malarz i rzeźbiarz Jean Dubuffet. Drwił on z dotychczasowej tradycji artystycznej, a także z dzieł oglądanych w muzeach. Dostrzegał natomiast walory estetyczne „bazgrołów” na murach (wydał pierwszy album z ich reprodukcjami). Napisy naścienne oraz często potężne wielokolorowe malowidła według niektórych teoretyków kultury mają wartość muzealną jako świadectwo artystycznej aktywności subkultur naszych czasów.

prostych napisów po wielokolorowe malowidła, murale³. Ponieważ traktowane jest przez większość społeczeństwa jako nielegalne i jako akt wandalizmu, ścigane jest przez prawo. Początkowo pojawia się przede wszystkim na murach garaży, reklamach, billboardach, w szaletach, pociągach, na ścianach cel więziennych itp., jako wizualna reprezentacja tajnych lub ukrywających się radykalnych grup lub ruchów albo po prostu zrewoltowanych bądź zde gustowanych indywidualistów. W związku z tym może występować wraz z innymi formami odmienności kulturowej lub subkulturowej, takimi jak: tatuaż, rodzaj słuchanej muzyki, fryzura czy styl ubierania się, tworząc w ten sposób cały system, w którym panują inne od powszechnie akceptowanych zwyczaje jako przejawy buntu, fascynacji lub potrzeby zmanifestowania niekonwencjonalnego wyrazu artystycznego.

Warto w tym miejscu zacytować słowa znanego historyka mediewisty prof. Aleksandra Gieyszтора, który w roku 1999 na łamach „Gazety Wyborczej” napisał: „Muszę przyznać, że niektóre rzeczy z tego, co młodzi ludzie malują na ścianach sprayem, są po prostu świetne. Widać, że w głowie człowieka, który to tworzył, coś się dzieje. To jest sztuka spontaniczna, która staje się autentyczną sztuką masową. Masową odpowiedzią na szarość” (*Rozmowa...* 1999).

Termin „graffiti” wykorzystuje się też do nazywania wszelkich innych napisów w miejscach publicznych, np. podpisów na ławkach szkolnych, hasel na ścianach, sygnatur stawianych w miejscach wzmożonego ruchu turystycznego. Autorzy napisów mają swoje „tagi” i „wrzuty”, jednak określając swoją „twórczość”, używają słownictwa angielskiego. Oto niewielki słownik określeń z tej dziedziny zaczerpnięty z jednej ze stron internetowych poświęconych graffiti:

Writer – człowiek malujący i zajmujący się wrzutami

Tag – tak jakby podpis writera

Piece (wrzut) – no chyba nie trzeba wyjaśniać jest to po prostu coś namalowane sprayem

Toy – początkujący lub słaby writer

Whole car – cała strona wagonu, razem z oknami pokryta wrzutami

Whole train – wszystkie wagony zamalowane razem z oknami (niezły wypas)

End to end inaczej E2E – jedna strona wagonu zamalowana na całej długości poniżej okien

Panel – piece (wrzut) wrzut od drzwi do drzwi poniżej okien

Bomb (bombić) – malować nielegalnie na ulicach itd.

Bite – kopiować czyjś styl lub kontur efekty lub pomysły

Buff (buffować) – zmywać graffiti (czego nie należy robić)

Burn (spalić) – zrobić najlepszy wypasiony wrzut

Crew – ekipa, która maluje razem

Going over (przejechać) – zamalować czyjś wrzut

³ Murale (z j. hiszp.) to malowidła ściennie, wielkoformatowe prace artystyczne wykonane na dużych płaszczyznach, zazwyczaj na zewnętrznych ścianach budynków. Kolebką murali jest Meksyk, z którego wywodzi się wielu słynnych twórców tego gatunku.

Caps – końcówki do sprejów np: fat , soft
 Yard – zajezdnia pociągów
 Lay up – bocznica kolejowa
 King – osoba, która namalowała najwięcej wrzutów (król)
 Piece book – zeszyt z samymi szkicami i projektami writera
 Black book – zeszyt writera ze szkicami i zdjęciami swoich wrzutów
 Throw up – szybki wrzut, wypełniony jednym kolorem, z pojedynczym konturem (przeważnie jest to srebro)
 Outline – kontur
 Highlite – połysk nadany literką za pomocą białych kreseczek (spoko efekt)
 Inline – linia pomiędzy konturem i wypełnieniem
 Backline (fineline) – linia pomiędzy konturem a tłem
 Wak – słaby wrzut
 Scrub – szybkie wypełnienie kreskami od konturu do konturu
 Silver piece (srebro) – wrzut ze srebrnym wypełnieniem najczęściej nielegal (szybko się go robi)
 Fresh (świeży) – oryginalny i nowatorski styl lub pomysł
 Battle – bitwa pomiędzy writerami kto w określonym czasie zrobi więcej lepszych wrzutów
 Stamp – prosty wrzut (najczęściej srebro).
 b-boy – breakdancer
 writer’s bench’es – miejsce spotkań writerów
 szama (pucha) – po prostu spray np: montana, bellton, hit color itd.

Pomińmy tu artystyczny rodowód graffiti – można go znaleźć w prawie każdej encyklopedii, w opracowaniach z zakresu historii sztuki nowoczesnej i na niezliczonych stronach internetowych – warto się bowiem zastanowić nad sytuacją komunikacyjną, w której dochodzi do tego typu manifestacji językowych i skupić uwagę na właściwościach społecznych i językowych samych napisów.

Zjawisko graffiti można rozpatrywać nie tylko jako typ sztuki (niektóre muralia znajdują się w nowojorskich galeriach), ale jako rodzaj komunikacji społecznej masowej, zwłaszcza w warstwie słownej, to znaczy *stricte* językowej. Na pewno nie jest to typ komunikacji interpersonalnej ze względu na jej następujące charakterystyczne cechy: autor (nadawca) pozostaje najczęściej anonimowy z różnych przyczyn społecznych (graffiti to w przeważającej części twórczość nielegalna, tzn. zabroniona przez władze administracyjne danego miasta); nie kieruje on swoich komunikatów do konkretnej jednostki, lecz do grupy ludzi; nadawca i odbiorcy nie znają się; odbiorca może odpowiedzieć jedynie przez ten sam kanał, czyli pisząc. Ale graffiti nie spełnia także niektórych norm komunikacji masowej, nie może więc być środkiem porozumienia, dialogu między nawet anonimowym autorem (nadawcą) a jego otoczeniem, ale służy wyłącznie publicznemu zaprezentowaniu myśli i poglądów tej anonimowej jednostki, której się wydaje, że pisząc coś (na murach), komunikuje

w imieniu określonej grupy subkulturowej publicznie jakąś ważną według autora myśl, ogólną prawdę oczywistą czy gnomę, w sposób mniej lub bardziej dowcipny, ale – niestety – najczęściej wulgarny i obsceniczny. Takimi napisami w tym miejscu nie będę się zajmował, pozostawiając ten temat specjalistom.

Przestrzeń miejska – mury, tablice, środki komunikacji miejskiej (metro, pociągi) – stają się w ten sposób swoistym medium i szczególnego rodzaju środkiem subkulturowego przekazu społecznego. Świadczą o tym zmetaforyzowane tytuły niektórych tekstów dotyczących tego typu „twórczości”, np.: *mury mówią, dialog uliczny, spowiedź uliczna, głos ulicy, alfabet ulicy*. Poza tym napisy na murach wizualnie organizują miejską przestrzeń komunikowania interpersonalnego. Przestrzeń przestaje być już anonimowa i staje się w ten sposób własnością danej grupy społecznej, o którą walczą także służby porządkowe, inne grupy młodzieżowe lub jej przedstawiciele, zamalowując efekty mozolnej, często nocnej i wyczerpującej (por. nocne graffiti) pracy swoich rywali.

Znaczeniowej klasyfikacji polskich graffiti dokonała Elżbieta Michow (1995) w pracy *Polskie graffiti*, zamieszczonej w XVII tomie „Poloniców” z roku 1995. Autorka wymienia: graffiti ideologiczne i w jego obrębie: graffiti subkultur, np. *Ja kocham czad, Punks not dead*; polityczne, np. *Cała władza w ręce rządu, Feliksie Dzierżyński zmartwychwstań i weź sprawy w swoje ręce*; graffiti o miłości i seksie, np.: *Sex integruje załogę, Kocham Magdę*; egzytencjalne: *Życie to piękny teatr, lecz nie każdy jest dobrym aktorem, Ziemia jest płaska Heretyk*; ekologiczne: *Dziękujemy za Czarnobyl, Spray is O.K.*; religijne: *God save the punks, God save the bzyk*. Wśród napisów specjalistycznych autorka wyróżniła: graffiti sportowe, rekreacyjne, turystyczne i autotematyczne. Wadą tego typu klasyfikacji jest uwarunkowanie tematyczne – na murach można pisać prawie o wszystkim, a więc i typy znaczeniowe można mnożyć bez końca. Istnieją też podziały niejednorodne na: *legale, bombing, kolejki, street art, użytkowników*.

Ważniejszą cechą niektórych produktów niż waloryzacja znaczeniowa jest ich założona z góry dialogowość – mianowicie napis jest tak skonstruowany, że domaga się repliki retardacyjnej, której dokonują nieco później, np. kolejne przechodzące osoby – jeśli oczywiście dane graffiti mają taką moc illokucyjną, by ktoś tego dokonał i np. do napisu: *Fajnie jest pisać po angielsku, bo nikt nie rozumie*, ktoś inny dodał: *Trzeba się było uczyć*. W tym ostatnim przykładzie replika jako rodzaj rady nie dotyczy autora graffiti, ale tego, kto po angielsku nie rozumie.

Najważniejszą jednak cechą tego gatunku tekstu jest humor i hybrydyczność pod względem formy – przekaz bywa wyłącznie słowny, słowu może towarzyszyć obraz, ale też może to być wyłącznie rysunek (postać graficzna). Tu wyróżniają się napisy autotematyczne: *Ludzie, kochajcie napisy naścienne! One do was mówią!; Kupiłem se nowy spray; Napisy na murach kłamią. Co się gapisz?; Weź spraya i coś napisz!; Pierwsza krajowa wojna sprayowa; Po co to czytasz?; Qqyyq!*

Wszystkie te cechy pozwalają ukonstytuować graffiti jako odrębny gatunek tekstu miejskiej polszczyzny pisanej, którego cechą wyróżniającą spośród typów wypowiedzi jest wyjątkowa siła illokucyjna. Autorzy napisów za wszelką cenę chcą za pomocą tego aktu illokucji czegoś dokonać w różnych sferach rzeczywistości, a głównie zwrócić uwagę innych ludzi na to, czego rzekomo ci nie dostrzegają. Jest to protest przeciwko przeciętności i jedyna dostępna dla autorów graffiti próba

zamanifestowania własnego „ja”, ponieważ inaczej wypowiedzieć się nie umieją, a często nawet nie znają ortografii lub celowo naruszają jej reguły. Napisy na murach zdefiniować można więc jako gatunki i podgatunki tekstów kultury, znaki poszukiwania własnej tożsamości przez ich autorów w przestrzeni miasta. Istotną cechą tego typu przekazu jest brak możliwości określenia granic stosowanych środków wyrazu – graffiti jest hybrydalne i elastyczne w wykorzystywaniu trudnych do przewidzenia, ale jakże długowiecznych mediów, tj. muru budynku lub budowli.

Można za Marią Wojtak (2004: 16–18) spróbować określić wzorzec gatunkowy „napisu na murach”, który by zawierał: „strukturę wypowiedzi, jej komunikacyjne przesłanie, tematykę oraz szatę stylistyczną”, czyli „cztery aspekty wzorca: strukturalny, poznawczy (tematyczny) pragmatyczny i stylistyczny”. Zgodnie z tą teorią wzorzec gatunkowy „napisów naściennych” będzie miał także swoje warianty: „kanoniczny, alternacyjny i adaptacyjny”.

Z punktu widzenia strukturalnego gatunek ten ma budowę dwusegmentową: jeden segment – konstrukcja językowa, najczęściej jednozdaniowa, o charakterze przysłowia, aforyzmu, gnomy lub lansowanej prawdy ogólnej, niekoniecznie powszechnie akceptowanej lub dowcipu – gry słów. Drugi segment – fakultatywny – to część graficzna: rysunek, malowidło, „bazgroła”, która może, ale nie musi, towarzyszyć napisowi.





Zdarzają się formy przejściowe, kiedy malowidło zawiera elementy literowe bądź elementy te są przetworzone w graficzny obraz, np. graffiti zatytułowane *alfabet uliczny*:



Często także na miejskich murach pojawiają się tzw. murale w postaci zwykłych bazgrołów lub ambitniejszych malowideł bez towarzyszącej im obudowy słownej, tzn. napisów. Zawsze jednak w tle takiego malowidła pojawia się zarys graficzny przekształconych plastycznie kilku liter lub form literopodobnych.



Z punktu widzenia pragmatyngwistyki produkty graffiti są otwarte na wszelkie modyfikacje i warianty wprowadzane przez dążącego do osiągnięcia zamierzonego efektu illokucyjnego autora. Towarzyszy temu szczególnie rodzaj pragmatycznej strategii komunikacyjnej, dzięki której ludzie włączają się w pewien rodzaj wizualnego dialogu (napisów i innych znaków, wytworów graficznych, malowideł), który nie tylko nie wymaga jednoczesnej obecności nadawcy i odbiorcy komunikatu, lecz nawet identyfikacji autora wypowiedzi. *God is dead – Nietzsche*. a później dopisek: *Nietzsche is dead – God*. Istotą tego wizualnego dialogu napisów jest asynchronia. Dopisek-replika współtworzący napis obligatoryjnie pojawić się może dopiero później wymuszony illokucją członu pierwszego: *God is dead – Nietzsche*. (Pomijam tu oczywisty błąd w nazwisku jako właściwość języka napisów na murach).

Język, jakim posługują się autorzy napisów na murach, jest schematyczny i ubogi stylistycznie. Podejmowane są próby porównania tego typu wypowiedzi do sloganów (Chmielewska 1995: 132–133), haseł propagandowych i wypowiedzi szablonowych, stereotypowych. Zapewne dużo w tym prawdy i może tak było, gdy w Polsce zatryumfowały totalitarne formy wypowiedzi.

Dzisiaj polskie napisy na murach to już nie medium walczące, jak to miało miejsce w czasach II wojny światowej lub Solidarności, ale graffiti oparte na grze słów, dowcipie i parodii, homonimii i żarcie pure nonsensowym, np.:

1. Polska dla Polaków, Ulica Gołębia dla gołębi, Ziemia dla ziemniaków, a księżyc dla księży.
2. Boże zatrzymaj ziemię, ja wysiadam!
3. Górnicy do kopalń / rolnicy do pługów / pasta do zębów.
4. Z prochu powstałeś... to wstań i się otrzep.
5. Małżeństwo – dożywocie za miłość.
6. Analfabeci muszom umzędź.
7. Chodzenie po bagnach wciąż.
8. Czapka nie Witka – no to czyjaś.

9. Jak będę duży, to napiszę wyżej (napis nad samym chodnikiem).
10. Jak się ściemni, to ci wyjaśnię.
11. Tylko w dzemie siła drzemie.
12. Precz z preczem.
13. Zamienię poloneza na walca.
14. Nie dostaniesz ani kropelki. Ania Kropelka.
15. Sosnowiec żąda dostępu do morza!
16. Proście a będziecie prości.
17. Życie zacina się po czterdziestce.

By nie mnożyć przykładów, w zbiorach napisów na murach, nie tylko internetowych jest drugie internetowe życie graffiti, na specjalnych stronach prywatnych użytkowników sieci zamieszczone są galerie tzw. wrzutów graffiti i murali, ale także opublikowanych – oprócz, niestety, wulgaryzmów, napisów rasistowskich i ksenofobicznych – przeważają teksty, których dowcip niekoniecznie jest czytelny dla odbiorców. Trudno jednakże posądzać ich autorów o posługiwanie się quasi-językiem (Chmielewska 1995) jako celowym środkiem stylistycznym. Teksty napisów na murach odzwierciedlają sposób myślenia i działania ich autorów, sposób na ogół dość jednoznacznego widzenia rzeczywistości i jej konstruowania w postaci niekiedy wulgarnego i szokującego, niekiedy odkrywczego, a niekiedy pure nonsensowego obrazu świata, którego zarysy i zniekształcone odbicie zwykły przechodzień odczytuje z miejskich murów jako pewnego rodzaju świadectwo epoki, podobnie jak w czasach rzymskich czy starożytnego Egiptu. Przecież jeśli chodzi o współczesne „napisy na murach”, to zadziwiająca jest ciągłość historyczna i genologiczna tego typu miejskiego tekstu pisanego.

Bibliografia

- Chmielewska N., 1995, *Osobliwa technika językowa*, „Polonica”, t. XVII, s. 109–120.
- Chrzanowska J.M. 2008, *Anonimowość sztuki*, „Preteksty”, nr 9, s. 19–23.
- Chudzik A., 2004, *Uliczny dialog napisów*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia III*, Kraków, s. 37–44.
- Kiliańska-Przybyło G., 1997, *Humor napisów na murach – opis, analiza, interpretacja*, [w:] *Języki specjalistyczne, język biznesu*, red. J. Arabski, Katowice, s. 122–134.
- Michow E., 1995, *Polskie graffiti*, „Polonica”, t. XVII, s. 109–120.
- Miodek E., 2001, *Grffiti we współczesnej kulturze językowej polskiej młodzieży*, „Nauczyciel i Szkoła”, 3–4.
- Oseka A., 1990, *Spowiedź uliczna*, „Gazeta Wyborcza”, 29–30 IX.
- Rozmowa na początek wieku*, z profesorem Aleksandrem Giesztołem rozmawiał Paweł Wroński, „Gazeta Wyborcza” 13–14.02.1999, s. 10.
- Skubalanka T., 1999, *Język graffiti*, „Stylistyka”, t. 8, s. 89–104.
- Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin.
- Zellma A., *Moralne aspekty graffiti*, <http://www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZR/wychowanie/moralneaspektygraffiti.html> [dostęp 15.05.2008].

Wall inscriptions as a genre of the urban written Polish language

Abstract

Wall inscriptions, i.e. “inscriptions, symbols, slogans, or pictures painted on building walls, brick walls, board fences, and in public places”, as part of the written language of an urban youth subculture, are seldom the subject of linguistic research and belong to the genre of the street artistic work referred to as graffiti. The phenomenon of graffiti can be regarded not only as a type of art (some murals can be found in New York galleries) but also as a sort of mass social communication, especially at the level of words, i.e. the strictly linguistic one. The urban space – walls, boards, public service vehicles (the underground, trains) – become a specific medium and a special means of subcultural social communication in that way. Wall inscriptions visually organise the urban space of interpersonal communication.

Vital features of that genre are humour and hybridity in respect of form – the message may be a solely verbal one, a word may be accompanied by an image, but the message may also be a drawing only (graphic form). All those features enable establishing graffiti as a separate text genre of the urban written Polish language, whose feature, distinguishing it from other types of expression, is its unique illocutionary power. Through that act of illocution, authors of inscriptions want, at all cost, to achieve something in various spheres of reality, and in particular to draw other people’s attention to what those other people allegedly do not notice themselves.