

sociolingvistički aspekti zidnih natpisa sprejom (grafiti)

urs dürmüler

U gradskim sredinama, i ne samo u njima, grafiti su postali deo svakodnevnog života. Svakom su stanovniku pred očima kao i reklame (plakati i neonski znakovi) ili nazivi ulica. Ne možete ih videti sve, ali ćete se sigurno sresti bar sa nekim od njih. Isto tako teško ćete pročitati sve što vam je potrebno u jednom grafitu, ali će isto tako biti moguće da ne shvatite poruke nekih, iako ih je dosta problematično odgonetnuti.

Grafiti su pisani kulturni fenomen koji se koristi kako jezikom simbola, tako i jezikom slika. Kao zidni natpisi sprejom sadrže konvencionalno definisane tekstove na jednom ili na više jezika; sadrže kako alfabetske znake, tako i piktograme, ideograme i logograme ili bilo koju kombinaciju navedenih znakova. Oni mogu biti napisani različitim slovima ili slikama, mogu se videti u jednoj ili u više boja, a mogu uključivati i površnu na kojoj su napisani kao sastavni deo svoje semantičke strukture. Stoga su tekstovi grafita u mnogo čemu različiti od tekstova koje smo navikli da čitamo na stranici hartije kucanoj mašinom ili pisanoj rukom. Već se iz ovoga vidi da su grafiti suviše kompleksan fenomen da bi ih mogli analizirati samo lingvisti specijalizovani za jedan pravac istraživanja. Istraživanje koje se vrši na grafitima mora biti interdisciplinarno i mora uključivati, pored čiste lingvistike, etnologiju, sociologiju, psihologiju, semiotiku i umetnost, ali, možda, sa većom koncentracijom na sociolingvistiku.

Sociolingvistika bi se morala zainteresovati za grafite i za njihovu analizu kao za primere jezika u društvu. A sa druge strane, već površan kontakt sa ovakvim materijalom pokazuje da je proučavanje zidnih natpisa sprejom nešto veoma nezgodno – grafiti su obavezno anonimni i uglavnom dvosmisleni – te ne začinju podatak da do danas nema jasno definisanog istraživačkog rada grafita sa strogo sociolingvističkog stanovišta. Ovaj podatak, ipak, ne bi trebalo da obeshrabri buduće istraživače. Naprotiv, situacija je jako primamljiva jer zidovi puni kulturnih i socijalnih oznaka očekuju istraživača koji ima žarku želju da ih izučava.

Ali podatak o nedostatku rezultata istraživanja grafita sa sociolingvističkog stanovišta treba da opomene čitaoca ovog kratkog članka da ovde neće naći više od nekoliko sugestija koje se tiču sociolingvistike primenjene na zidne natpise sprejom. Ja ću samo doirnuti neke tačke, a naročito ću se potruditi da definišem komunikativni žanr kome, čini se, u poređenju sa reklamama, pripadaju grafiti. Otpočetku diskusiju o povezanosti grafita sa takvim sociolingvističkim pitanjima kao što su višejezičnost, jezik grupe, oblasti koje oni dotiču i njihove pragmatičke aspekte; takođe ću dotaći i neka dodatna pitanja i to: konvencije pisanja, sitakstičke strukture i odnose između pisma i boje.

Jedan od glavnih problema u sociolingvističkim istraživanjima je izmamljivanje podataka od ispitanika. Nije moguće saznati bilo šta o upotrebi jezika u društvu bez posmatranja različitih nivoa procesa komunikacije. Ovo se uglavnom odnosi na posmatranje ljudi u trenutku odašiljanja i primanja verbalne poruke. Ali, često se da primetiti da fizičko prisustvo – bilo istraživača koji posmatra, bilo osobe koja se u istraživanju posmatra – ometa prikupljanje lingvističkih podataka ili ih čak potpuno onemogućuje.

Ako se istraživač okrene grafitima, takvih problema neće imati. Grafiti i verbalne poruke koje se u njima sadrže su jednostavno tu, dostupne kao materijal za proučavanje u onom obliku u kome su nastale i u kome se čitaju kada istraživač ne posmatra, otvoreno ili skriveno, njihov proces nastajanja. Grafiti se obraćaju sociolingvisti isto kao i bilo kome drugom; on se nalazi u potpuno identičnom položaju dok čita ispisani zid kao i bilo koji njegov sugrađanin: često mora da nagađa nameru značenja, da interpretira delove grafita na ovaj ili onaj način. Naravno, kao istraživač na polju sociolingvistike on neće sve prepustiti slučaju; želeće da bude potpuno svestan svih faktora koji čine grafite kompleksnim i pokušać da nabroji sve te faktore. Ukratko, pokušać da analizira kompleksnu celinu jezika grafita, upotrebljavajući sve moguće metode.

Prilikom odlučivanja o tome u koji se komunikativni žanr mogu svrstati grafiti primećuju se neke paralele između zidnih nat-

pisa sprejom i reklama. Ali, dok reklame u sredstvima javnog informisanja pokazuju jedan od najočitije kontrolisanih i svrshodnih načina upotrebe jezika u društvu, zidni natpisi su otvoreni prema spontanim i nepromišljenim tvorevinama. Takođe, neki grafiti pokazuju dijaloški oblik, tj. jedan natpis razgovora sa drugim o vremenu u kojem su nastali.

Ipak, velika količina grafita može se direktno porediti sa reklamama. Naročito bi bilo moguće istraživanjem dokazati da se i kod onih koji prave reklame i kod onih koji pišu po zidu može uočiti ista osetljivost za društvene pojave u okvirima u kojima njihov rad nastaje i kako te pojave utiču direktno na izbor lingvističkih struktura. »Govornik sprejom«, koji svoj trag ostavlja po zidovima, ne može se osloniti na odgovor onih kojima se obraća jer se grafiti sastoje od jednosmerne komunikacije (ima izuzetaka), kao što je slučaj i sa onima koji prave reklame. Osoba koja piše sprejom ne može odmah da vidi kakav će efekat njegova poruka imati na onog koji je čita, pa zato on ne može prilagođavati drugima ono što kaže ili kako nešto kaže, kao što je moguće u komunikaciji licem u lice (up. Lockwood, 1969:51–56). Još jedna činjenica razlikuje zidne natpise sprejom i reklame od komunikacije licem u lice, a ta je što nema društvene obaveze za čitaoca (sagovornika reklame ili grafita da se složi sa onim što vidi) čuje u komunikacionom aktu (up. Brown i Levinson, 1974). Čitalac je slobodan da ne obrati pažnju na ono što se nekim grafitom izražava.

Oni koji pišu sprejom mogu sebi da izaberu priliku koja će čitati njihove grafite. Veličina slova, boja i ukrasi njihovih tekstova mogu se izabrati tako da privuku pažnju određenog dela stanovništva. Čak postoji i selekcija mesta ili zida na kome će se pojaviti neki sprejom. Potencijalni čitaoci mogu biti vernici koji idu u crkvu (tada se grafiti pojavljuju na zidovima i vratima crkava), mogu biti putnici gradskog saobraćaja (tada su grafiti u sastancima podzemne železnice), vozači kola (grafiti su na zidovima nadvoznjaka), studenti ili učenici (grafiti su na zidovima fakulteta i škola) itd. Dok neki od onih koji pišu po zidovima pažljivo biraju mesto za svoj natpis, drugi na to ne obraćaju pažnju. Stoga se istraživanje na ovom planu može dosta iskomplikovati.

Zidni natpisi sprejom takav su tip teksta pomoću kog informacije – relativno jednostavne i relativno kratke – mogu da se saopšte potencijalno velikom broju publike. S obzirom na to da je mesto na kome su napisani takođe deo informacije, grafiti se ne oslanjaju samo na jezičke mogućnosti. Stoga oni uključuju jezik u širi kontekst umetnosti boja ili spreja u nekoj arhitektonski definisanoj površini. Zbog ovoga bi sociolingvistička analiza zidnih natpisa mogla biti samo jedan deo ukupne semiotičke analize.

Upotreba dodatnih, nelingvističkih sredstava je još jedan razlog za to što nema identičnih natpisa sprejom. Varijacija je jedna od osnovnih karakteristika zidnih natpisa sprejom. Tačno je da iste poruke mogu da se jave na više mesta i one su često identične i na leksičkom i na sintaksičkom planu. Ipak, u mnogo slučajeva one se razlikuju po određenom mestu na kojem se javljaju. Varijacije se nalaze i kada je tekst stari jer su neki drugi elementi za građenje grafita promenjeni: veličina slova, oblik slova, boja, mesto među drugim grafitima, raspored na površini na kojoj su napisani, materijal na kojem su napisani, širi lokalitet. Zasnovan na sve mojoj analizi zidnih natpisa u Švajcarskoj (podaci prikupljeni u periodu 1983–1981) i mogu da tvrdim da nema identičnih grafita, ako uzmemo u obzir sve aspekte zidnih natpisa.

Kao što smo smo videli, grafiti su u osnovi javni, otvoreni za svakog da ih čita i – sa manjim ili većim socijalnim i psihološkim ograničenjima – da ih piše. Ipak, iako je svako u mogućnosti (ili je već to činio) da pročita jedan ili više od nebrojano mnogo grafita i na taj način vrši ulogu primaoca poruke šifrirane u zidnim natpisima, u praksi samo mali broj stvari ili je stvarao zidne natpise da bi se na taj način izrazio ili obratio drugima putem grafita. Zbog toga je glavna oblast u sociolingvističkom proučavanju grafita, proučavanje istih u odnosu na pojedinca ili društvene grupe koje su odgovorne za njihovo nastajanje.

Značenje jezika na neku grupu ljudi – ona mala ili velika predmet je sociolingvistike. U pisanju grafita ljudi se služe jezikom, kao i drugim semiotičkim mogućnostima, da bi podelili svoje misli i osećanja sa drugim ljudima, da označe svoj društveni i kulturni identitet i da definišu društveni odnos prema ljudima koji pripadaju istoj ili nekoj drugoj društvenoj organizaciji. Jezik službi svrši »kontrastivne samoidentifikacije«, kaže Joshua Fishman (1972:52); on lako prima simboličku funkciju kako za pojedinca (uzimajući u obzir i lično predstavljanje samom sebi) tako i za manju grupu (gde on funkcioniše kao obeležje etničke pripadnosti) (up. takođe Baudrillard, 1975). Grafiti se ne pišu standardizovanim jezikom. Oblici jezika koji se upotrebljavaju su u velikoj meri raznovrsni baš zbog toga što se njima obeležava društvena pripadnost – ili jednim od više jezika u višejezičnim sredinama ili jednom od jezičkih varijanti u jednojezičkim sredinama. U višejezičnoj Švajcarskoj, na primer, različiti nacionalni jezici (nemački, francuski, italijanski i, samo ponegde, retoromanski) upotrebljavaju se u različitim varijantama od kojih su neke prepoznatljivi regionalni dija-

lekti, a drugi potpuno idiolektalni. Ali grafiti ne samo što daju podatke o upotrebi različitih jezika i njihovih varijanti, nego daju i podatke za proučavanje izbora jezika, uključujući i prebacivanje sa jednog jezika na drugi, kao i za proučavanje odnosa prema jeziku.

Mnoge društvene pojave na koje se grafiti odnose ne daju se klasifikovati. Ako je tako, onda bi se možda sakupljeni podaci lakše koristili ako bi se grafiti posmatrali u vezi sa njihovom komunikativnom funkcijom. Posmatrajući podatke sakupljene u Švajcarskoj, otkrili smo mnoge kletve, pogrde, želje, pozdrave, nadevanje imena, naredbe i non-sense. Stoga smo pokušali da rasporedimo materijal sa pragmatičkog aspekta. Ako bismo uzeli Searleova podelu govornih činova, zidni natpisi bi se mogli svrstati u kategorije reprezentativa, direktiva, komisiva ili eksperisiva.

Reprezentativni obavezuju onoga koji piše na nešto što je trenutno stanje stvari, na istinitost njegovog predloga. Primeri za ove su brojni među grafitima:

Beati pauperes spiritu sunt (Imućni su siromašni duhom)

Le temps du froid (Vreme hladnoće)

Benzin is das Opium des Autos (Benzin je opijum za automobile)

Punk's not dead (Pank nije mrtav).

Direktivi su pokušaji onoga koji piše da natera čitaoca da nešto uradi.

Direktivi su ona crt koja je zajednička i za grafite i za reklame. I u ovom slučaju su primeri brojni:

Liebt einander so fest inr konnt (Voli bližnjeg najjače što možete)

Rok this town (Uzdrmajte ovaj grad)

Sprayen verboten (Zabranjeno sprejanje).

Komisivi vezuju onoga koji piše na neki dalji tok radnje. Česti su i ovakvi primeri:

I wantt be free (Želim da budem slobodan)

Ich schiesha scharf (Ja pucam oštro)

Rats' 11 survive (Pacovi će preživeti)

Je t'aime (volim te).

Još jedan aspekt grafita, koji može biti zanimljiv za sociolingvistička istraživanja, bio bi definisati ih na osnovu društvenih grupa i/ili mesta na kojima se nalaze da bismo našli neke nove lingvističke pojave, kao što su:

- upotreba obrnutih slova; pravopisne konvencije
- upotreba reči - podsetnica (keywords)
- upotreba reda reči u rečenicama
- unutrašnja igra između jezičkih i kontekstualnih elemenata.

S druge strane, društveni odjek grafita, tj. tumačenje zidnih natpisa onih koji ih čitaju, a pripadaju različitim društvenim grupacijama, takođe zahteva pažnju istraživača. Ovde bi bilo potrebno skrenuti pažnju na različite faktore koji dovode do nerazumevanja grafita onako kako bi trebalo:

- neobraćanje pažnje na posebnu pravopisnu konvenciju.
- neobraćanje pažnje na naročita značenja reči - potsetnica za određene grupe
- nesposobnost ubacivanja verbalnog dela grafita u ukupni kontekst koji je deo nekog grafita.

Različiti simboli koje se upotrebljavaju u grafitima su alfabetski, logografski, ideografski i piktografski. Neki zidni natpisi se koriste samo jednim od navedenih, dok drugi može koristiti bilo koju kombinaciju. Zbog toga su oni često mnogoznačni. Naravno, često se ovo tumačenje grafita može učiniti jednostavnijim nego što ono zapravo jeste. Pragmatička analiza pokazuje da često nije dovoljno jasno da li jedna reč treba da se čita kao stav, direktiv, komisiv ili ekspresiv. Šta bi mogla značiti, na primer, engleska reč »LOVE«? Zatim, posebna upotreba pravopisne konvencije različite tradicije može još više da iskomplikuje stvari. Ako prihvatimo da A nije samo znak za obeležavanje glasa (a) već da je i znak za »anarhija«, kako bismo onda protumačili »rOt« (wOr«)? I šta je onda značenje, na primer, »ne rOt« (not wOr)?

Očigledno je da oko ovoga ima mnogo toga da se uradi. Naročito bi sociolingvisti trebali da vide da li postoje ikakve pravopisne konvencije specifične za neku grupu ili koje zavise od mesta na kome zidni natpis treba da se napiše.

S obzirom na to da su grafiti, donekle, ideografski i piktografski, onda bi neki delovi njihovih tekstova morali biti razumljivi u celom svetu. Kada se ideje iznose bukvalno, direktno, čak i bez ikakve simbolike, onda se za takav zidni natpis sprejom može reći da je napisan primitivnim jezikom, tj. vrstom jezika koji nema nikakve direktne veze sa govornim jezikom jer znaci koji se u njima upotrebljavaju predstavljaju stvari iz realnog sveta pre nego što predstavljaju lingvistička imena. Pošto takvi grafiti ne zavise od glasa bilo kog jezika, onda su oni razumljivi u celom svetu. Stoga bi bilo zanimljivo saznati da li postoje neke međunarodne konvencije koje bi, iako sve govori u prilog suprotnom, omogućile rasprave o procesu standardizacije grafita.

Čini se da su neke reči oznake za pojedini društveni nivo; pripadnici određenih grupacija će ih morati upotrebljavati kada pišu

po zidu, sa posebnim značenjem koje ne mora biti poznato ostalim članovima društva. Pošto se pretpostavlja da veliki broj grafita potiče iz Subkulturnih grupacija, možemo očekivati da zidni natpisi predstavljaju povišenu svest o jeziku, upotrebljavaju neke reči međunarodno, dozvoljavajući im da igraju značajnu ulogu u popularisanju i sticanju moći određene grupe. Tako jasno definisane reči je lakše prepoznati od onih koje imaju svoje unutrašnje značenje. Takve reči igraju ulogu šifre za ukupan sistem verovanja, one često otvaraju nove svetove i potpuno su nepoznate prosečnom građaninu, a one ođaju tajne o onome što se u Zapadnoj Evropi naziva »scena« (scene): subkulturne miljee, anarhiste, narkomane, homoseksualce itd. Sociolingvistička istraživanja bi trebalo da otkriju koja reč pripada kojoj grupi i da objasne semantički tok koji neku takvu reč čini razumljivom za pripadnika određene grupe, a nerazumljivom za nekoga ko je van nje. Neke reči-podsetnice mogu takođe biti nepoznate široj publici; ove bi bilo potrebno raspraviti uz autentične primere tvorbe reči u zidnim natpisima sprejom.

I, konačno, treba reći nešto o sintakstičkim kombinacijama koje se mogu naći u zidnim natpisima sprejom. Švajcarski podaci pokazuju da su većina sa kratkom i jednostavnom strukturom. One komplikovane, čak su nekad i veoma komplikovane, mogu se naći uglavnom samo na maternjem jeziku onoga koji ih piše. Da bi ilustrirao ovo pravilo o kratkim i jednostavnim strukturama, izneću statistički dobijene podatke 167 grafita prikupljenih u Švajcarskoj, a koji su bili napisani na engleskom jeziku (koji je u ovoj zemlji svima strani jezik).

I opet valja primetiti da vrsta sintakstičke kombinacije - kao i morfološke, koje nismo spominjali - treba da se dovede u vezu sa porukom grafita koji se analizira sa mestom na kome je zabeležen i, ako je to moguće, sa društvenom grupom ili pojedincem kome bi se on mogao pripisati. Igra između jezičkih i kontekstualnih elemenata takođe je nešto što se može stalno imati na umu. Bavljenje jezičkim materijalom sakupljenim u grafitima, ali izvučenim iz njihovog konteksta, može doneti lepe rezultate, međutim, kada se istraživač vrati na mesto gde je neki od njih nađen, sigurno će primetiti da je većina materijala koji je ovako interpretiran, pogrešan. I zato je ova igra, koja se stalno odvija između komunikacionih opštih znakova i obrnute semiotičke razgranatosti, ono što čini sociolingvističko proučavanje grafita toliko teškim i često čak izbezumljujućim. Zato bi budući proučavaoci grafita morali da prepoznaju njihovu nedokučivost kao njihovu osnovnu karakteristiku.

Sa engleskog prevela Svetlana Berisavljević

fLauta od kičMe... oDa radosti

petrović branko

inVentar, jesen ili to neKo kuJe sRebro
kraVata oko stRuka do gliba uRezana
zaKlano sIOvo grkljan mu moJa utRoba
PoljuBac kljuna... zaDihano paPerje kao glava konja
i kese uz topOt galop ekStazu pravO u KlinastO pismo

jel paPučar sa kožom od šmirGle
ljUbio istiNu, grickao joj klitoris/oda radosti
TrupLo je PukLo i onda zima sneg u zvonu od stakla
JaHač na talasIma se razVukao u paru iz nozDrva
i čeka pluTu da bude pLovAk

orkeStar u duplju šupljinu uSnu
TrčeĆim koRakom u šljunak od krVi
maestro pRuža svoju ruku do lAkta u žici u oLuku
muzika i trenje zGurano u škripu/flauta od kičme