

Gönczö Viktor

GRAFFITI: A VIZUÁLIS SŰRŰSÉG HATÁSA ÉS A TEREK TIPOLOGIÁJA

A városi tér szerkezetéről élő képzetek más-más módon öltenek alakot a különböző lakóhelyi és társadalmi csoportok tagjai számára. Ebből fakadóan a térhasználat is sokféle módon konstituálódhat az eltérő emberi tapasztalatok, személyes preferenciák alapján. Ennek oka elsősorban az, hogy a lakói eltérő felfogások alapján élik meg saját városuk belső szerkezetét, külső határait és ezen keresztül másképpen termelik újjá a róla élő képzeteket. A változatos kognitív városfelfogások oda vezethetnek, hogy „egy adott fizikai teret elfoglaló város mindig másképpen és másképpen válik az „elképzelt” várossá, az egyedül valóságos várossá, amiben élni lehet” (Niedermüller 1994:6). Különböző arcát mutatja felénk a város, ha egy terület lakóiként, hétköznapi tevékenységeink, vagy rekreációs aktivitásaink alapján vizsgáljuk meg benne saját pozícióinkat.

Az utóbbi évtizedekben – a szuburbanizáció ellenére is – fokozódott a városközpontok zsúfoltsága. Ez megnyilvánul a lakosság sűrűségének növekedésében, illetve a hely fizikai sűrűségének expanziójában is, amely az ember által formált környezet jellegére utal, például az épületek, hidak, útvonalak száma és elhelyezkedése által. A városi sűrűség problémája másfelől felfogható metaforikus formában is, a különböző társadalmi és kulturális hatások eredményeként. A városok méretének növekedésével versengés alakul ki a területek feletti kontrollért, ezáltal csökkentve a rendelkezésre álló terek számát. A folyamat terjedése során ez a fajta szükségesség szemmel láthatóvá válik, amelyet a továbbiakban vizuális sűrűségnek nevezünk. A vizuális sűrűség nem csupán az épített környezet növekedésével ragadható meg, hanem a már meglévő térelemeken a különböző médiumok alkalmazása is hozzájárul a folyamat terjedéséhez. Ez a különböző reklámozási formák, a poszterek és a falírkák térhódításából is leszűrhető.

Bolivar (1997:1-3) szerint a graffitik (falírkák) mintegy reakcióként jelennek meg a városi sűrűség egy fokán a folyamat homogenizáló vonásaival szemben. Rajzaik által a szubkulturális csoportok megkülönböztetik magukat a környezetüktől, általa tesznek szert szélesebb kapcsolati hálózatokra, elismertségre és ezek alapján jelölik ki a kulturális rendszerükön belül a különböző pozíciókat. Fontosabb funkciója a kommunikáció és a közös képzetek

megosztása¹ amelynek nyomai, a falírkák, a városi tér különböző elemeinek funkcióváltását hirdetik. Így lett az aluljáróból közösségi tér,² folyópartból kiállítóhely és a vonatszerelvényből szimbólumok hálózata.

A városban élő csoportok egymástól eltérő módon használják a várost, amely alól a falírkálás köré szerveződött szubkultúra sem kivétel. Véleményem szerint – tevékenységükből fakadóan – a térhasználat mintázatai igen sajátos, rájuk jellemző ismérvek alapján szerveződnek meg, amellet, hogy város egymástól távol eső és különböző funkciókat betöltő területein is otthonosan mozognak. A szubkulturák általános antropológiai vizsgálatai elsősorban a társadalommal való szembenállásra, a normák és általában a kultúra elutasítására helyezik a hangsúlyt. Ám a vizsgált csoportok nem csupán a kulturális célok és a hozzá kapcsolódó intézményes eszközök elutasítása mentén szerveződnek meg, hanem tevékenységük kiterjed az új célok és eszközök felállítására is. Ezért a mertoni tipológia alapján nem a „visszahúzóadás”, hanem a „lázadás” módzatai jellemzőek alkalmazkodásukra (Merton 2002:222-240). Ez a fajta stratégia az életmód folklorisztikus szintjén jelentkezik és abban nyilvánul meg, hogy a városi társadalom egészétől eltérő életmódbeli és kulturális aktivitásokat dolgoznak ki és valósítanak meg. Ezek a preferenciák pedig jól megfigyelhetőek a különböző térformák funkciója, megjelenése és a használat eltérései mentén.

A városi terek tipológiája, a tér relativitása

Az urbánus tér észlelésének relativitását ebben az esetben a mikroszintű megközelítés mutatja be legjobban, amely „a városban élőknek a várossal kapcsolatos tapasztalatait teszi a vizsgálat tárgyává, azt elemzi, hogy mi az a kép, ami az emberekben a saját városukkal kapcsolatban él” (Niedermüller 1995:558). Ez a kép pedig eltérő lehet a többségi társadalom és egyes szubkulturák tagjai számára egyaránt.

1 Egyéb funkciói mellett, mint a jelhagyás, a területi elsajátítás, vagy az üresség kitöltésének a vágya.

2 Mint például a „Writers Bench” New Yorkban a 149th utca és Grand Concourse sarkán lévő metrómegállóban (Silver – Chalfant 1983).

Az alábbi tér-tipológiák absztrakt módon segítenek eligazodni azon terek dzsungelében, amelyek a graffitis tevékenységhez kapcsolódnak és különböző csoportokat festésre ösztönözhetnek.

Az információ korszakába lépve a modern társadalmak eddigi intézményei és társadalmi viszonyai alapvetően átalakulnak. A korszak társadalmi struktúráját Castells szerint a hálózatokba való szerveződés adja. A javak létrehozása és mozgása (értve ezalatt a hatalom formáit, a pénz- vagy információtermelést) a hálózatban, csere-áramlásokon keresztül történik. „A hálózatok ugyan fizikai pontokat, valóságosan létező helyeket kötnek össze, de az összekapcsolódással a valóságos tér helyei valami mássá alakulnak át, amelyet Castells az áramlások terének (space of flows) nevez, míg a hálózatokból kimaradt helyek alkotják a helyek terét (space of places)” (Kovács 2008:28). Castells absztrakcióját felhasználva elmondható, hogy a helyek tere a fizikai tér, ami körülvesz bennünket (esetünkben a város, a városrész...); ezzel szemben az áramlások tere egy erőter, ami a külső hatásokat közvetíti a hely felé.³

Marc Augé (1995) nyomán megkülönböztethetjük a folyamatos tartózkodásra szolgáló helyektől az átmeneti tartózkodásra kialakított ún. nem-helyeket (non-places). A tipikus nem-helyek egy épületben az előcsarnokok, folyosók, lépcsőházak, de ilyen nem-helyek egy városban általában a járdák, az utcák, továbbá olyan létesítmények is, mint a repülőterek, aluljárók, buszállomások, városi járművek. Hely az, amihez az ott lévőket valamilyen viszony, história és identitás köti, azaz kapcsolat, emlék és érzelem. A nem-helyek ezzel szemben azzal jellemezhetők, hogy kialakítói nem akarnak megállásra készíteni. „Ha a hely viszonylagosként, történelmiként határozható meg, és az identitásra vonatkoztatható, akkor a tér, amely nem határozható meg, mint viszonylagos, mint történelmi és az identitáshoz semmi köze, nem-hely lesz” (Augé 1995:77-78). Augé által leírt nem-helyek egyik csoportjába tartoznak azok a nyilvános, de nem közösségi terek, ahol – akarva, akaratlanul – életünk egyre nagyobb részét töltjük. A másik csoportba az infrastruktúra rejtett terei, például épített környezetünkben a hidak, kőkerítések, vagy a vezetékek, kábelek hálózata. Ezekre építészet-történeti terminológia köztes terek (in-between spaces) kifejezést használja. A köztes tereket Niedermüller (1995:560) a „nem használt” térformák közé sorolja és mint a

3 A fogalom kisebb absztrakciós szinten történő értelmezésével a következő fejezet foglalkozik.

mindennapi élet keretein kívül eső – néha kriminalizált – terekként említi őket.

Ám a nem-helyek észlelése szubjektív és kultúrafüggő is egyszerre. A graffitis tevékenység során ezek a nem-helyek helyekké válhatnak, azáltal, hogy egy csoport ezeket a tereket kisajátítja és beépíti gyakorlataiba, emlékezetébe, mitológiájába. Hogy a nem-helyek egyes körök által használt helylyé váljanak, szükséges, hogy kialakítsanak valamilyen identitás-érzést, és megteremtsek annak a lehetőségét, hogy kapcsolatokat alakítsunk ki másokkal. Ahogy egy nem-hely helylyé válhat annak számára, aki például egy pályaudvaron dolgozik, és nem utasként van ott.

Vizuális sűrűség a különböző térformák esetében

A városi sűrűség különböző formáira való reflexióként, a graffitisek a már meglévő terekhez alakították saját kulturális szükségleteiket és gyakorlatukat. Az általuk használt területek három csoportba oszthatók. Az egyik, a muralista graffiti⁴ terepe, amely leginkább a köztes terekre jellemző. Mivel ezek a térformák más csoportok által nem, vagy kis mértékben – általában marginális csoportok – használtak, kiváló felületet nyújtanak a magas szinten kidolgozott, időigényes alkotások elkészítéséhez. Ez a fajta nem-hely potenciálisan alkalmas arra, hogy egy csoport szemében ideologikus térré, közös rituálék színhelyévé váljék a hozzá kötődő szubkulturális tapasztalatok felhalmozódása által.⁵

Egy másik térforma, az úgynevezett bombing⁶ szintere. Ezek elsősorban az „állandóan használt” – főként központi fekvésű, a városi populáció mindennapi életének szempontjából fontos, de nem emlékezetes – területeken található meg. Augé klasszifikációja alapján ezek is a nem-helyek közé sorolhatók, mivel nyilvános, de nem közösségi te-

4 Aprólékasan kidolgozott, munkaigényes hosszú ideig készülő, nagy méretű falfestmény, amit általában többen készítenek. Jellemzője, marginális területen készül el.

5 Ezek közül azonban azok a terek leértékelődhetnek, amelyek olyan csoportokhoz tartoznak, akiknek a hiedelmek az elfogadott kulturális paradigmán kívül helyezkednek el.

6 A „bombázás” illegális festés, lényege a gyorsaság, ami a kidolgozottság ellen hat. A városok központjaiban az utcafronti helyeken, közlekedési csomópontokban található legtöbb alkotás ezek közé tartozik. Általában két színből áll. Legtöbb esetben éjszaka készülnek változatos felületekre.

rek, amelyekhez az ott lévők nem köti identitás és érzélem. Ezek a területek már a város vizuálisan szegregált részeinek tekinthetők, ahol általában – a hely sűrűségénél fogva – gyors és egyszerű falfestmények készíthetők. Az említett két terep közti határt a muralista graffiti legtöbbször csak akkor lépi át, ha megbízásból, például reklámozási céllal⁷ készül.

A harmadik térforma – Castells meglehetősen absztrakt értelmezéséből kiindulva – az áramlások tere, amely nem csupán a hatalom, vagy a gazdaság szempontjából releváns transzferekhez kötődik, hanem szerepe lehet egy kulturális közeg eszméinek, információinak mozgatása során is. Itt elsősorban egy mögöttes logisztikai hálózat szerepe fontos, amely a város, ország számára funkcionálisan nélkülözhetetlen. Ez a tömegközlekedés. Vonatok, helyi érdekű vasutak, metrók azok, amelyek közvetítik a graffitis szubkultúra szempontjából releváns javakat, az információt az egyik pontból a másikba. Magukon hordozva ismert és ismeretlen firkászok új, vagy sokat ismételt stílusjegyeit, kiemelkedő, vagy éppen felejthető alkotásait (gondoljunk például a *Style Wars* c. film⁸ vonatáira, amelyek magukon szállították New York új graffitis alkotásait, ezzel is munkára sarkallva a többi writert). Az áramlások tere a graffiti olvastában elsősorban a közös képzetek, szimbólumok szállításáról, terjesztéséről hivatott gondoskodni.

A vizuális sűrűség különböző fokozatai megtapaszthatók a vizsgált térformák esetében. A nem-helyek azok, amelyeknél a leginkább kézzelfogható a vizuális sűrűség általi információs túlterheltség. Elsősorban ide koncentrálódnak a különféle reklámok és a graffitik számára is ez a frekvenciált terület. A reklámból kiinduló megközelítés azért is fontos szempont a térhasználat elemzése során, mert a graffitis tevékenység oldaláról szemlélve szintén azok a felületek tekinthetők értékesnek, amelyek a hirdetői oldalon is nagy fontossággal bírnak, azaz a jól látható felületeken, nagy forgalmú helyeken lévő, minél szélesebb célcsoportot (szubkulturális közeget) elérő falírkák preferáltak elsősorban. Az áramlások terében is fokozottan észlelhető a vizuális sűrűség, de a nem-helyekhez képest itt több lehetőségük nyílik a graffitiseknek tevékenységük

jegyének bemutatására. De a graffiti leginkább a köztes terekben virágzik. Ezek a terek senkinek nem fontosak, ezért – a firkák kivételével – itt nem tapasztalható a vizuális sűrűsödés jelensége. E helyütt tud igazán tért hódítani a graffiti és ez a falírkászok által szegregált tér.

A nem-helyek és az áramlások tere az, amely amelyek használatáért a graffiti igazán harcba száll. Mint már láttuk az igazi közdelem a legalitás (fizetett reklámok)/illegalitás (graffiti) tengely mentén folyik a jobb fekvésű és nagyobb felületekért. A terek vizuális birtoklásához vezető úton a graffitis csoportok az társadalmi konfliktusok során megjelent ortodox cselekvési gyakorlatokat elutasítva a gerillaharc taktikáját alkalmazva próbálnak meg minél nagyobb szeletet kihalászni a látható városból.

Irodalom

- Auge, Marc 1995 Prologue, From Places to Non-places. In Auge, Marc *Non-places: Introduction to an anthropology of supermodernity*. Verso, London, New York, 1-6, 75-115.
- Bolívar, Saul 1997 „Bombing” L.A.: Graffiti Culture and the Contest for Visual Space. In: *The Berkeley McNair Journal*. Winter, Volume Five. University of California.
- Castells, Manuel 2000 *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I*. Cambridge U. P.
- Kovács Gábor 2008 Kié a hatalom? *Liget*, 2:17-29.
- Ley, David – Cybriwsky, Roman 2002 Urban Graffiti as Territorial Markers. In Pacione, M. ed. *The City. Critical Concepts in the Social Sciences. Vol. IV. Society and Politics in the Western City*. Routledge, London and New York, 165-186.
- Merton, Robert 2002 *Társadalomelmélet és társadalmi struktúra*. Osiris, Bp.
- Niedermüller Péter 1995 A város és a városi kultúra: antropológiai megközelítés. In Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor szerk. *Jelbeszéd az életünk. A szimbolizáció története és kutatásának módszerei*. Osiris, Bp. 555-564.
- Niedermüller Péter 1994 A város: kultúra, mítosz, imagináció. *Mozgó Világ*, 5:5-18.
- Silver, Tony – Chalfant, Henry 1983 *Style Wars*. LPB, (film).

7 Magyarországon a Mountain Dew üdítőital márka gyártója fogyasztói célcsoportként tekintett a hiphop szubkultúra tagjaira és számos esetben graffitiken keresztül is reklámozta a terméket. De a hirdetési szektor is szívesen alkalmazza a graffiti vizuális stílusjegyeit és a firkászok tapasztalatait.

8 Silver – Chalfant 1983.