

## VIZUĀLĀ IELU MĀKSLA: RĪGAS STENSILU GRAFITI VĒSTĪJUMI

### *Visual Street Art: Messages of Riga Stencil Graffiti*

**Normunds Kozlovs**

Rīga Stradiņš University, Latvia

**Ilva Skulte**

Rīga Stradiņš University, Latvia

**Abstract.** *The modern urban space is inevitably the site of different striking messages from advertisement to graffiti. The last are used as an alternative medium of subculture, even if majority of the public fails to notice it or else interprets it, contrary to culture's ordered world of meanings, as chaotic "dirt" more closely related to nature than culture. The discourse of messages found in the public space - on the façades of surfaces forming urban space, can be interpreted in a countercultural code and is for the subculture of graffiti itself, a battle taking place for the aesthetization of the public space. This is the answer provided by the rebellious sons to the "fathers of the city", who possess money and power with which to design urban public space using architectural means. The generation of sons, who are excluded from this real estate discourse due to a lack of means, put into play the only thing they own, i.e. their body, which they subject to the danger of imprisonment, because graffiti is an illegal activity, which in legal terms is interpreted as vandalism, a view that also prevails within the mass media. In this paper we analyze the meaning of visual messages of Riga stencil graffiti using social semiotics' methodology (Kress & Leewen, 1996; Jewitt & Oyama, 2004). We find that the utilization of the street as an alternative and independent medium in the form of civil disobedience manifested through the translation of radical political ideas, thus to a certain extent performing the work of propaganda, is an example of creative idealism.*

**Keywords:** *graffiti, ideology, social semiotics, subculture, visual messages.*

### **Ievads**

#### ***Introduction***

Ielu mākslas, tostarp stensilu grafiti, vēstījumiem piemīt sociālkritiskais potenciāls. Tie reprezentē publiskās komunikācijas pamatstrāvojuma tradicionālajos masu medijos nepārstāvēto sociālo strāvojumu un subkultūru daudzveidību, kas ir maz teorētiski pētīta, lai gan ir, iespējams, tiešākā, sensitīvākā un atvērtākā platforma zāles sakņu (*grassroots*) ideju formēšanai un paušanai, kā arī jaunu zīmju sistēmu un mediju aprobēšanai. Tomēr tas netiek pamanīts, jo marginālajās, ielumākslas izpausmēs - jauneklīgā simboliskā dumpja

jeb protesta, t.i. kontrkultūras ideoloģijas balstītajos vēstījumos ne pētnieki, ne tradicionālie masu mediji, ne plašāk- šo mediju auditorija un publisko telpu apdzīvojošā publika - pietiekami neiedziļinās grafiti vēstījumos kā būtiskā kritikā par esošo lietu stāvokli mūsdienu sabiedrībā. Šīs kritikas vizuāli materiālās zīmes kontrkultūras semiozes ciklā tiek pieradinātas kooptācijas procesā un no ielu aprites nereti nonāk komerciālās mākslas industrijas un populārās kultūras aprītē, zaudējot savu kritisko nozīmi, respektīvi, semiotiski runājot, apzīmētā sociālkritiskajam elementam nomainoties uz dekoratīvo, peļņu nesošo. Šajā rakstā, izmantojot sociāli semiotisko pieeju vizuālajiem vēstījumiem (Kress & Leewen, 1996; Jewitt & Oyama, 2004) analizēti Rīgas urbānajā telpā atrodamie stensilu tehnikā veidoto grafiti vizuālie vēstījumi, lai izprastu, kādus kontrkultūras elementus satur tajos ietvertās zīmes un kādu ideoloģisko skatījumu uz pasauli šie vēstījumi piedāvā. Grafiti stensilu vēstījumi uztverti kā svarīgs avots sabiedrības alternatīvo un pretheģemonijas viedokļu veidošanā un nostiprināšanā.

Tomēr šīm stensilu tehnikā transmitējamām dumpīguma zīmēm ir iespēja pastāstīt savu stāstu par pilsētu un sabiedrību. Identificēt ielu mākslā sniegtos ziņojumus (šoreiz: stensilu graffiti tehnikā radītos Rīgā) un atšifrēt ziņojumu nozīmes (gan vizuālās, gan lingvistiskās zīmes), kā arī interpretēt šīs nozīmes kontr-ideoloģiskās mijiedarbības kontekstā ir trīs galvenie mērķi. Šajā rakstā tas tiek darīts, lai sasniegtu pētījumu galveno mērķi - izprastu kontrkultūras semiozi Rīgas pilsētas ielu kultūrā. Kontrkultūras semioze ir nozīmīga tās paaudžu maiņas kontekstā Latvijas sociālo procesu analīzes un politikas veidošanas laikā, pēc zīmīga sociālās pārmaiņas nesošaprecedenta, kad globālās kultūras / kontrkultūras dialektiskās pretstatu sadursmes un vienības perturbācijas jau 1960. un 70. gados ir strukturējušas plaukstošās Rietumu demokrātijas sabiedrības virzienā uz sistēmisku atvērtību un sociālo samierināšanu.

Latvijas ielu māksla komunikācijas zinātnē nav plaši izpētīta tēma. Bez Policijas akadēmijas veiktajiem Latvijas ielu mākslas pētījumiem, kas grafiti uztver kā “vandālismu” (Boluža, 2013.), Latvijas ielu mākslai veltītu zinātnisko publikāciju praktiski nebija (mediju eseistika vai dokumentēšana attēlu formātā neskaitās). Vienīgais izņēmums ir nesenā Latvijas Kultūras akadēmijas pagājušā gada publikācija “Kultūras krustceles” (CULTURAL CROSSROADS, Latvijas Kultūras akadēmija, 2019.), kurā ir vieta ielu mākslas un grafiti izpētei. Ielu mākslai veltītos mikro-pētījumus pārsvarā radījuši studenti, kur latviešu grafiti galvenokārt tiek pētīti caur ielu mākslas konservēšanas prizmu, izmantojot dažādus dokumentācijas formātus, galvenokārt vietējo fotomākslinieku veidotus, vai arī pavisam neadekvāti dīvainā kontekstā (ņemot vērā graffiti subkultūras izteikto anonimitāti)- ar autorību un autortiesību likumdošanu saistītā kontekstā (Kultūras akadēmija, 2019. gads). Trafaretu grafiti ar to kontrkultūras vēstījumiem diemžēl neietilpa šo pētījumu intereses lokā. Savukārt, mūsu pētījums atrodas starp izpētes *Scillu un Haribdu*: vai nu pētīt stensilus

1. Vandālisma administratīvā juridiskā statusa kontekstā vai 2. Māksliniecisku prakšu aprakstā: proti, fokusā ir ideoloģiski vēstījumi, kurus var izpētīt komunikācijas un kultūras studiju paradigmā līdz ar semiotisku pieeju subkultūrām un kurus var veikt partikulāros medijos tādās jomās kā: fan-zīni (*zines*), uzlīmes, T-kreklu dizains utt. Mēs izvēlamies specifisko trafaretu grafiti, t.i. stensilu empīrisko materiālu, kurš uzplauka ekonomiskās krīzes gados Latvijā 2007. – 2009. gadā un joprojām ir par laimi saglabājies, kā elektroniski dokumentēts diezgan visaptverošajā tiešsaistes datu bāzes formātā, kas ir Džeremija Smēdes kolekcionētie fotoattēli ar Rīgas vai citu Latvijas vietu stensiliem. Attēli tika savākti anonīmi un kolektīvi, iekļaujot arī dotā pētījuma autoru brīvprātīgo darbu, turklāt- bez reģistrācijas datuma vai precīzākas atrašanās vietas fiksēšanas. Šī unikālā kolekcija ir pieejama tīmekļa vietnē: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils).

Faktiski nav atzīta vai klasiska teorētiskā ietvara pētījumiem par kontrkultūras ideoloģiskajiem vēstījumiem grafiti vai īpaši stensilu ietvaros. Bet ir daži svarīgi pētījumi, kas koncentrējas uz grafiti subkultūrālo dimensiju. No tiem mēs varam ieteikt jauno un perspektīvo pētnieku ar korekti veikto simbolisko grafiti kodu analīzi, kurai, ir novērojams potenciāls pāraugt visaptverošajā teorijā (Lannert, 2015). Pastāv arī savā ziņā unikāla teorētiskā grāmata šajā jomā (ja neskaita seno hellēņu grafiti pētījumus) ar specializāciju ideoloģijas kontekstā ļoti specifiskā tēmā no Austrumeiropas pētījumu sērijas, kas aptver postsociālisma politiskos vēstījumus un publicēta tieši 2019. gadā: (Velikonja, 2019).

Kontrkultūras semioze ir nozīmīga tēma paaudžu nomaiņas kontekstā sociālo procesu analīzē un politikas veidošanā Latvijā, jo attīstoties Rietumu demokrātijas virzienā, jāņem vērā, ka 60.-70to gadu mijā kultūras/kontrkultūras dialektiskā pretstatu cīņa un vienība jau strukturējusi labklājīgo rietumu demokrātijas sabiedrības atvērtības un sociālās iesaistes sistēmas nodrošināšanā.

Kā pētījuma vispārīgais princips tiek izmantota vizuālās mākslas semiotikas un kultūrstudiju (angl. *Cultural studies*) ietvaros veidojusies pieeja, tādējādi par izpētes pamatobjektiem kļūst kultūras loģika un noteiktu sabiedrības grupu jēgveidojošās kultūrsemiozes aktivitātes, kas iedibina kolektīvo identitāšu diferenciaciju un kultūrdaudzveidību uz globalizēti unificējošās masu kultūras, jeb popkultūras fona. Šī pieeja liek fokusēties uz vizuālajos vēstījumos izmantotajiem semiotiskajiem resursiem un to sistēmu tīkliem, kas ietver reprezentācijas formu, kompozīciju, tēlus un objektus, fokusu, attiecības starp tēlu un skatītāju utt. (Jewitt & Oyama, 2004), ņemot vērā arī veidoto vizuālo diskursu, kur zīmju nozīmes nav lasāmas ārpus sociālā konteksta.

Kontrkultūras ideoloģijas tematiskā daudzveidība visuzskatāmāk parādās alternatīvo mediju telpā. Piemēram, runājot par semiotiskās partizāndarbības grafiti paveidu- *stensiliem*, kā noteiktas sociāl-kritiskas ideoloģijas nesējiem, kur vizuālā un lakoniskā formā manifestējas galvenās kontrkultūrālās ideoloģijas

tēmas, mēs nonākam interdisciplināras izpētes perspektīvā vairāku akadēmisku problemātiku sadures punktā, kur trīs galvenie tematiskie bloki ir subkulturālā identitāte, radošā pašizpaušmes enerģētika un kritiskais ielu mākslas vektora izvērsums, ko nosacīti var dēvēt par semiotisko dumpīgumu (t.i. ar sacelšanos ar zīmju- simbolu palīdzību).

Ričards Senets apraksta publiskās telpas transformāciju filozofiskā griezumā, (savukārt Latvijas situācijas analīzi mākslinieka kā aktīva publiskās telpas transformatora sociālās lomas kontekstā skatīt LMC publikācijas (Kozlovs, 2004; 2005).

Grafiti subkultūras gadījumā noris cīņa par publiskās telpas estetizāciju. Tā ir dumpīgo dēļu atbilde “pilsētas tēviem”, kuriem ir nauda un vara, lai dizainētu urbāno publisko telpu ar arhitektūras līdzekļiem. Dēļu paaudze, kura līdzekļu trūkuma dēļ ir deprivēta no šī nekustamo īpašumu diskursa, liek uz spēles vienīgo, kas viņiem pieder- savu ķermeni pakļaujot to apcietināšanas briesmām, jo stensili tāpat kā visi grafiti ir nelegāla aktivitāte, kas juridiskos terminos tiek traktēta kā vandālisms. Arī masu medijos nereti prevalē tieši šāds skatījums.

Stensilu vizualitāte ir nevardarbīgs protests, kura teorētiskā bāze ir Henrija Deivida Toro (Thoreau) traktāts par “pilsonisko nepakļaušanos”, kas ir iegājis politiskās un sociālās filozofijas antoloģijās (Toro, [1854] 2004).

Pati laikmetīgā protesta tradīcija, jeb “postmodernā politika” (Routledge, 1997) ir tendēta uz politikas “estetizāciju”, ja paraugāmies uz anti-globālisma karnevāliskajām aktivitātēm. Savukārt stensilos parādās ielu mākslas vizuālā dimensija kontrkulturāli lādētos vēstījumos, kas arī nonāk mūsu izpētes lokā.

Arī reklāma un citas komercinstitūcijas seko laikmeta garam līdzī, jo sevišķi tās, kurām mārketinga stratēģiju mērķa grupa ir jaunatne. Komercorganizācijas pamazām cenšās apgūt stensilu tehniku korporatīvo produktu reklāmai. Tādējādi noris kontrkultūras kooptācijas un komercializācijas process.

Žans Bodrijārs, runājot par naivajām pilsētas geto ielu sienu freskām, apgalvo, ka “šī kontrkultūra nebūt nav andergraundam piederoša” (Baudrillard, 2000, p. 164). Aprakstot turpat to, kā laukā no geto grafiti 1972. gadā ielaužās Ņujorkas centrā, Ž. Bodrijārs raksta: “Patiesi, apbrīnojami redzēt, kā viss tas appludina kvadrātiski-bināro pilsēta ainavu, pār kuru paceļās divi glāžaini-alumīniskie *World Trade Center* torņi, šīs sistēmas varenības nepieejamās *superzīmes*.” Tādējādi notikums, kas iniciē “kara pret terorismu” sākumu- dvīņu torņu uzspridzināšana ierakstās precīzi Ž. Bodrijāra simboliskās apmaiņas un “sacelšanās ar zīmju palīdzību” *zīmes politiskās ekonomijas* teorētiskajā modelī. Šeit būtisks ir tribālisms: “grafiti atkal no jauna pārvērš pilsētas sienas un urbāno pilsētas telpu par ķermeni, līdzīgi kā pirmatnējām ciltīm tetovējums līdztekus citām rituālām zīmēm “padara ķermeni par ķermeni/simboliskās apmaiņas materiālu” (Baudrillard, 2000, p. 163). Paralēli tam Bodrijārs uzsver grafiti erotismu: “to grafika atgādina bērnu perversīvo polimorfismu, kas ignorē cilvēku

dzimumatšķirības un erogēno zonu norobežošanu” (Baudrillard, 2000, p. 163).

Pilsētelpas pētnieks Anrī Lefebrs apskata situāciju psihoanalītiskā griezumā: “Varbūt galvenais sociālās telpas balsts ir *aizliegtais*: noklusētība saziņās starp sabiedrības locekļiem, plaša starp tiem, ķermeniska un garīga, apmaiņas grūtības, to nepastarpinātāko saikņu atvienošana (bērna attiecības ar māti) un viņu pašu ķermeniskums - ar nākamo (vienmēr nepilnīgāku) šo saikņu atjaunošana noteiktā “vidē”, virkne lokusu, kuru īpatnību nosaka aizliegumi un priekšraksti” (Lefebvre, 2015, p. 49).

Zīmīgi, ka grafiti autors ne tikai oponē, atklāti saceļoties pret aizliegto, bet rīkojas ar zīmēm meistarīgi un gudri – bieži kā sava veida ironiskais intelektuālis – koncepts, ko Ričards Rortijs ievieš savā „Nejaušībā, ironijā un solidaritātē”, aprakstot personu, kura atbilst laikmeta garam, būdama vienmēr gatava atzīt sava pasauli skaidrojošā vārdukrājuma aprobežotību. Arī Klēra Kolbruca pētījumā „Ironija” atzīmē, ka jau romantiķiem „ironija darbojas drīzāk kā eksistences stils, nekā retoriska figūra. Ironija romantiķiem bija vienīgais patiesais dzīves mods” (Colebrook, 2004, 52).

Valentīna Vološina klasiskajā darbā „Marksisms un lingvistiskā filozofija” zīme ir materiāla, savukārt, semiotiskā īstenība ir pilnībā monistiski objektīva un izpētei pakļauta (zīmes radītie efekti, reakcijas un detonētas jaunās zīmes sociālā vidē (Voloshinov, 1930). Taču Vološina kļūda ir uzskatīt, ka šī vide ir viendabīga. Patiesībā nepazīstamā zīme (savējiem - subkultūrai piederīgiem, slepeno kodu pārzinātāju kopienai) rada apdraudējumu, un tā ir jāieraksta pazīstamo zīmju rindā kā dabas nevis kultūras sastāvdaļa- grafiti mālējumi uz sienām kā netīrība, lieta ne savā vietā.

### **Pētījuma rezultāti** ***Results of the research***

Rīgas ielu stensilu grafiti pētījums parāda, ka autori darbos nereti paši ielikuši pārdomas par savu darbību un savu identitāti iepretim sabiedrības vairākumam, ko, uz ideoloģisko pozīciju raugoties veido vēstījumu auditorija - urbānās telpas publika. Tie ir darbi, kur attēlots grafiti veidotājs darbībā, ar raksturīgo atribūtiku un izteiksmīgiem žestiem, izmantojot attēlu kompozīciju un sociālo kontaktu (acu skatiens, tā leņķis), lai veidotu mijiedarbību ar skatītāju un piešķirtu savam vēstījumam jēgu (pievērst uzmanību stensilu vēstījumiem kā kaut kam jēgietilpīgam ir grūti augstāk minēto iemeslu dēļ).

Piemēram, 1. attēlā parādīta stensila autora pašreference - ielu mākslinieks attēlots respiratorā, kas norobežo viņu no skatītāja un sabiedrības kopumā (vidū un pa labi), darbībā (pa kreisi, pa labi) ar frontāli izstieptu pulverizatora baloniņu, kas tēmē skatītāja sejā (pa labi), un tādējādi ne tikai uzrunāt skatītāju (kompozīcijas vidū, pretī paceltā roka ar šādu nozīmi nereti izmantota arī

reklāmās un propagandas līdzekļos), bet arī satrauc, ietverot cīņas un pretdarbības konotācijas.

Jauniešu kontrkultūra pēc definīcijas ir “opozīcija tehnokrātiskai sabiedrībai” (Roszak, 1969).



*1.attēls. Vēstījumi, kas reprezentē ielu mākslinieka pašreferenci*  
*Figure 1 Stencils representing self reference of the street artist*  
([Pictures accessed 30 October 2019]. Access through Internet: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils))



*2.attēls. Prettehnokrātiskie motīvi*  
*Figure 2 Antitechnocratic motives*  
([Pictures accessed 30 October 2019]. Access through Internet: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils))

Tehnokrātijas kritika - industriāli atsvešinātā mašīnkalpojošo rūpestu darba darītājam arī galva tiek ar mašīnas roku skrūvējot normalizēta. Freidomarksiskā Frankfurtes skolas inspirētā kontrkulturālā kritika tehnokrātiskai sabiedrībai, kur dabas pakļaušana transformējas cilvēka pakļaušanā un manipulācijā. Šī neviennozīmīgā saikne ar tehnoloģiju pasauli ļāva attīstīties tāda žanra kā kiberpanka (*cyber-punk*) literatūrai un estētikai vai jaunajiem medijiem piederošai “haktīvisma” (Jordan, 2002) ētikai kā informācijas sabiedrības ēras kontrkultūras formai.

Kiberpanks (*cyber punk*) ir tehnoloģiskā futūrisma estētika, kurā kibernetizācijas nākotne paver neredzētu apmēru cilvēkbrīvības ierobežošanā; un stensilu formā (3. att.) ielu mākslas vēstīju autori uzsver turpinošos cīņu pret to.



3.attēls. *Kiberpanka motīvi*

Figure 3 *Cyber-punk motives*

([Pictures accessed 30 October 2019]. Access through Internet: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils))

Šeit jāatzīmē "Apple" kompānijas un personālo datoru (PC) radītāju saistība ar kontrkultūru (Markoff, 2005; Turner, 2006). Personālā datorā tiek realizēts, gan perversētā veidā, senākais kreisās idejas sapnis par darba un izklaides saplūšanu. Tātad stensila vizuālais stils ir mērķtiecīgs semiotisko resursu izmantojums, lai atsauktos uz šo priekšvēsturi, tiesa, kritiski ironiski, jo attēla centrālais tēls vemj podā (4. att.).



4.attēls. *Agrīnās datorgrafikas stilizācijas kritiski ironisks izmantojums*

Figure 4 *Critical and ironic usage of vintage pixel art stylization*

([Pictures accessed 30 October 2019]. Access through Internet: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils))

Kontrkultūra kā simboliskais dumpis pret tehnokrātisko/atsvešināto sabiedrību un tā metamorfozes radītās metastāzes semiozes procesā rada ētiskuma problēmu pašā dumpīgumā un tā simboliskajā/nevardarbīgajā raksturā, kur (ne vienmēr [piem. hipiju *peace&love*] intencionāls) ir draudīgums, t.i. pretenzija uz telpas aizņemšanu (grafiti), īpašuma kā privātuma apskādēšana.





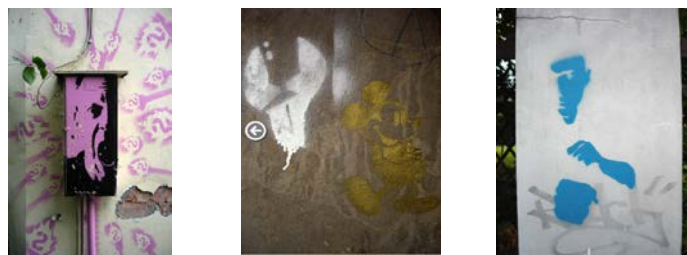
5.attēls. *Subversija patērēšanas kritikā*

Figure 5 *Subversion in the criticism of consumerism*

([Pictures accessed 30 October 2019]. Access through Internet: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils))

Visvairāk kritikas tomēr ir vērstas pret patērētājsabiedrības praksēm, normām un patērniecisko domāšanu. 5. attēlā redzams, kā vēstījumu autori izmanto ierastas formas un zīmes, kas saistītas ar pirkšanu un parēšanu, kā globāli zīmoli, lai subversīvi ieliktu tajās citu, kritisku nodzīmi. Lai fiksētu vizuālajos vēstījumos ietverto nozīmi, izmantoti saukļi «*Don't think just buy it!*» (Nedomā - tikai pērc!) Attēlotie cilvēciņi izlauž svītrkoda restes, lai izmuktu. Citā attēlā uzsaukums pavēl: «*Pērc vai mirsti!*» Tiek apspēlēts «Nike» zīmola logo, uz kura uzdurts cilvēks, un ironiski, pat ciniski izskan kompānijas sauklis «*Just do it!*» (Tikai dari to!) Šis zīmols izvēlēts aktīvistu kampaņā pret kompānijas izmantoto bērnu darba nežēlīgu ekspluatāciju Āzijā peļņas palielināšanai. Kokakolas raksturīgā pudele, kā globalizācijas simbols un kritika par šī zīmola dzēriena apšaubāmo uzturvērtību - indes simbols “jautrais rodžers”.

Par nozīmīgu apzīmējamo kontrkultūras ideoloģiskajā uzstādījumā kļūst plaša – starp darbu un kapitālu, strādniekiem un elīti, tehniku un cilvēcisko, kultūru un dabu.



6.attēls. *Vizuālas pretrunas kā plaša*

Figure 6 *Visual contradictions as gap*

([Pictures accessed 30 October 2019]. Access through Internet: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils))

Piemēram, 6. attēlā (pa kreisi) kliezdošas sejas daļa (atsauce uz Edvarda Munka gleznu) ir pretrunā ar attēlošanai izmantoto transformatoru kasti, pie tam seja ir spermatozoīdu visaptverošā iebrukumā – tādējādi plaša ierakstās urbānās estētikas struktūrā kā pārrāvums, īssavienojums. Savukārt, roratslēga (vidū) ar iestrādātu dzirkstošu burbuļu kokteiļglāzi ilustrē proletārisku dzīvi ar industriālu,



atsvešinātu darbu un buržuāzisku izklaidi, bet boksēšanās pozā no elektrotransformatora kastes “iznirst” cīņai gatavs siluets (pa labi) - negaidītu draudu motīvs. Dabiskā haoss, kurš jebkurā brīdī var ielauzties sakārtotajā kultūras nozīmju pasaulē un izgrūst no psihiskā līdzsvara.

Grafiti (tostarp stensili) mājo pilsētas fasāžu telpā. Vērotājam no malas rodas likumsakarīgs jautājums: kāpēc kādam tīro fasādi padarīt neglītu izkropļojot ar grafiti? Tam var būt vairākas atbildes: 1. Tāpat kā rakstniekam balta lapa vai neornamentēts ar tetovējumu ķermenis, tīra, nokrāsota fasāde ir nepabeigta un līdz ar to nepilnīga. 2. Svaigi remontētā fasāde - tas ir naudas varas provocējošs simbols pret ko jāiestājas tiem, kas nevar izteikties naudas valodā vai kā citādi publiskajā telpā, tiem (kontrkultūras ideoloģiju pārstāvošiem jaunatnes subkulturālo formējumu locekļiem), kas nemāk un/vai negrib runāt varas akceptētā diskursā (skat. Burdjē aprakstīto lingvistisko tirgu (Bourdieu, 1991). 3. Skaistais/tīrais tiek atpazīts, kā maldus nesošs viltīgs buržuāziskas harmonijas apsoliņums - tam jāpretstata trauksmi nesošs haosa vēstnesis- pretspara simbols (līdzīgi, skat., Dika Hebdidža metaforu par subkultūru komunikāciju kā “troksni” (Hebdige, 1976). 4. Savas teritorijas iezīmēšana - piesavināšanās. 5. Pretējs Nr.1.: grafiti autori grib atrasties un telpu atgriezt tapšanas procesa stāvoklī, negrib “balto pārkrāsot melnu” (kā pabeigtie, statistiskie komerc-grafiti), bet grib atrasties starpā- lūzumā (skat. Deridā gramatoloģiju par rakstību un atšķirību (*differance*) (Derrida, 1997) kā pārrāvumu/lūzumu/plaisu). Infrastruktūras objekti, kas praktiski nekad netiek iekļauti arhitektūras ansablī- rada plaisu urbānās telpas “tekstūrā”. Elektrotransformatoru kastes tā bieži tiek izmantotas grafiti vēstījumiem.

20. gs. 80. gados britu pētnieki, no savas teorētiskās platformas sliecoties skatīt panku kustību kā strādnieku šķiras radošu izpausmi, sastopas ar faktu, ka tā tiek artikulēta galvenokārt mākslas skolu vidē un tikai tad iespējami izmantota atbildes reakcijai uz “strādnieku šķiras dzīvē uztvertajām pretrunām” (Bennett, 1999, 602). Ar raksturīgo grupēšanos/nodalīšanos un apzināti atšķirīgo, šokējošo pašizteiksmi 20. gs. mākslas avangarda vēsture ir paralēla un mijiedarbojas ar subkultūru vēsturi. Marsela Dišāna “strūklaka” - *ready made* mākslas avangarda vizuālā ikona (7. att.) arī tiek pārnesta uz mājas sienu kā sacelšanās simbols - tā tika izstādīta galerijā vienlaicīgi ar 1917. gada revolucionāru ieņemtajā Ziemas pilī iereibušo matrožu nokārtošanos antīkās ķīniešu Čaņ dinastijas vāzēs. Savukārt, “This is not graffiti” - “šis nav grafiti” stensils (7. att. pa labi) ir alūzija uz sirreālista Renē Magrita gleznu “Šī nav pīpe” ar Pablo Pikaso portretu jurnieka kreklā.



7.attēls. *Atsauces uz avangarda mākslu*

Figure 7 *References to avantgarde art*

([Pictures accessed 30 October 2019]. Access through Internet: [jeremy.lv/stencils](http://jeremy.lv/stencils))

Subkulturālā dzīves-māksla tuvinās modernisma jeb avangarda mākslai, jo arī tajā ir sapņi par brīvību, kas tiek nodoti intrigējošos, provokatīvos, dažkārt izaicinošos vēstījumos. Līdzīgi avangarda māksliniekiem subkultūru grafiti autori izmanto esošos pilsētvidi kā materiālu, lai to pārveidotu pēc savas gramatikas, ietverot līdz galam neizzināmo, par ko tomēr vērts domāt. Avangards smeļas no folkloras un popkultūras, politikas, zinātnes un mitoloģijas, piedāvājot visas šīs alternatīvas ikdienas dzīvē (Turchine, 1993, 4). To pašu var teikt arī par grafiti stensilu mākslu.

### **Secinājumi** *Conclusions*

Komunikatīvā aspektā katra subkultūra sevi pirmkārt definē pret valdošo (meinstrīma) kultūru, bet tā arī piedalās sarunā (tostarp grafiti medijā - gan savstarpēji iekšienē, gan arī ar to kas, līdz šim ieņēmis vēsturiski vadošo kontrkultūras vietu. Kontrkulturālo vēstījumu ražotājiem/patērētājiem būtiski ir ne tikai nolasīt/apraksīt (ornamentēšanas nevis teoretizēšanas nozīmē) telpu, bet aktīvi veidot- producējot marķierus, kultūrpiederības zīmes- alternatīvas un kritiskas, attiecībā uz tehnokrātisko kapitālismu,- utopijas. Prakse tiek neapzināti pārdzīvota sākotnēji un tad- pēcāk pārdomāta (tai tiek piedēvēta jēga). Tādējādi pati cilvēka sabiedriskotās darbības forma top par īpašas darbības priekšmetu-gribas un priekšstata/apzināšanās nozīmē.

Pilsētas telpas transformācijā jāizšķir stihiskais pretēji plānotam. Kad urbānā telpā saduras konfliktējošā opozīcijā naudas varas ideoloģija ar grafiti nesto utopiju zīmēm, šī telpa ir, marksistiskās urbānistikas terminos runājot: gan abstrakta, gan reāla. Attēls grafiti, ne tikai atbalsta savdabīgu dekoratīvātāti, kas iekaro pilsētu traibāli stihisti, bet arī piedāvā racionālu, skaidru lasījumu citādi nenododamām idejām.

**Pateicības**  
**Aknowledgements**

Pateicamies Džeremijam Smēdem (Jeremy Smedes) par iespēju izmantot viņa sakrāto Rīgas stensilu attēlu kolekciju.

Thanks to Jeremy Smedes for letting to use his Riga stencils' pictorial collection.

**Summary**

The discourse of messages created using the medium of graffiti undoubtedly belongs to subculture, because, even though it is found in the public space - on the façades of surfaces forming urban space, the majority of the public fails to notice it or else interprets it, contrary to culture's ordered world of meanings, as chaotic "dirt" more closely related to nature than culture. However, messages of visual this kind of visual communication often include criticism that has no other place to be expressed - countercultural rebellion against the technocratic order of society as a given totality is directed against the hegemony of one-sided rationality (functioning in the scheme of goal-means and subordinate to the imperatives of efficiency and productivity). This totality has outgrown the initially reasonable institutes of its rationality and now embodies pure irrationality - the shallowness of consumption and the subordination of technological and scientific progress to military and control objectives, etc. Thus, the upper hand is gained by trends that slow down human progress and/or cause it to stagnate, inviting corresponding opposition from worldview systems loaded with countercultural values.

In the case of the subculture of graffiti, a battle is taking place for the aesthetization of the public space. This is the answer provided by the rebellious sons to the "fathers of the city", who possess money and power with which to design urban public space using architectural means.

This utilization of the street as an alternative and independent medium in the form of civil disobedience manifested through the translation of radical political ideas, thus to a certain extent performing the work of propaganda, is an example of creative idealism. It is important to remember that graffiti is a non-violent protest, whose theoretical basis is Henry David Thoreau's treatise on "Civil disobedience", which has become an essential part of anthologies of political and social philosophy.

**Literatūra**  
**References**

- Bennett, A. (1999). Subcultures or Neo-tribes? Rethinking the Relationship Between Youth, Style and Musical Taste. *Sociology*, 33, 599-617. DOI:10.1177/S0038038599000371
- Boluža, I. (2013). Is Graffiti Art a Crime or a Protest of the Society against Law Enforcement. In *Public Security Studies*. (vol.2, pp. 69-73).
- Bordijārs, Ž. (2000). *Simulācija un simulakri*. Rīga: Omnia mea.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Retrieved from monoskop.org/images/4/43/Bourdieu\_Pierre\_Language\_and\_Symbolic\_Power\_1991.pdf
- Colebrook, C. (2004). *Irony*. New York: Routledge.
- Cultural Crossroads*, Vol. 13. (2019). Rīga: LKU.
- Derrida, J. (1997). *Of Grammatology*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Hebdige, D. (1998). *Subculture: the Meaning of Style*. London: Routledge.

- Jewitt, C., & Oyama, R. (2004). Visual Meaning: A Social Semiotic Approach. In Van Leeuwen, T. and C. Jewitt (Eds.), *The Handbook of Visual Analysis*. London: Sage.
- Jordan, T. (2002). *Activism!* London: Foci.
- Kozlovs, N. (2004). Artist's Role in the Local Context: Latvian Case. In S. Krese (Ed.), *Artists as Producers. Transformation of Public Space*. (pp. 5-8). Riga: LMC.
- Kozlovs, N. (2005). Transformation of Public Space; Artist's Role. In R. Šmite (Ed.), *Reader on Mixed Reality "Space and Perception"* (pp. 66-71). Riga: RIXC.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading images*. New York: Routledge.
- Lannert, C. (2015). The Perpetuation of Graffiti Art Subculture. In *Butler Journal of Undergraduate Research*. (Vol. 1, pp. 47-66). Retrieved from <https://digitalcommons.butler.edu/bjur/vol1/iss1/5>
- Lefebvre, A. (2015). *Proizvodstvo prostranstva*. Moskva: Strelka press.
- Markoff, J. (2005). *What the Dormouse Said: How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*. New York: Penguin.
- Routledge, P. (1997). The Imagineering of Resistance: Pollok Free State and the Practice of Postmodern Politics. In *Transactions of the Institute of British Geographers*. (Vol.3, pp. 359-376).
- Toro, H.D. (2004). *Voldena jeb Dzīve mežā*. Rīga: Zvaigzne ABC.
- Turchine, V. (1993). *Po labirintam avangarda*. Moscow: MGU.
- Turner, F. (2006). *From Counterculture to Cyberculture*. Chicago: University of Chicago
- Velikonja, M. (2019). *Post-Socialist Political Graffiti in the Balkans and Central Europe*. London: Routledge.
- Voloshinov, V. (1930). *Marksizm i filosofija jazyka*. Retrieved from <http://www2.unil.ch/slav/ling/textes/VOLOSHINOV-29/I-1.html#1>