

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Graffiti a styl

Jakub Novák

Plzeň 2023

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Katedra antropologie

Studijní program Antropologie
Studijní obor Sociální a kulturní antropologie

Bakalářská práce

Graffiti a styl

Jakub Novák

Vedoucí práce:

Mgr. Tomáš Hirt, Ph.D.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2023

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2023

.....

Děkuji své rodině a všem, kteří se podíleli na vzniku této práce.

Obsah

1. Úvod.....	6
2. Studium subkultur.....	8
2.1. Americká subkulturní studia.....	8
2.2. Britská subkulturní studia.....	8
2.3. Postsubkulturní studia.....	10
2.4. Subkulturní styl.....	11
2.5. Mediální obraz.....	13
2.6. Tuzemské studium subkultur, Kmeny.....	14
2.7. In Graffiti We Trust.....	15
3. Teoretická východiska, výzkumné metody.....	16
4. Graffiti subkultura.....	18
4.1. Graffiti a hip-hop.....	18
4.2. Oblečení, vizáž.....	21
4.3. Slang.....	23
4.4. Mikro-média.....	25
4.5. Kvantita versus kvalita.....	27
4.6. Scéna.....	29
4.7. Hierarchie.....	30
4.8. Vztah s veřejností.....	31
5. Závěr.....	33
6. Seznam použité literatury.....	36
7. Internetové zdroje.....	37
8. Přílohy.....	38
9. Resume.....	44

1. Úvod

Ačkoliv globalizace, rozmach internetu a sociálních sítí vede v posledních desetiletích k unifikaci kultury v západním světě, je současná společnost nadmíru rozmatitá. Rozmanitost dávají její členové najevo svým vzhledem, konzumací určitého druhu zboží a médií či svými volnočasovými aktivitami. Subkultury jsou pak projevem této rozmanitosti. Sdružují v sobě lidi, kteří se stejným způsobem z dominantní kultury, mainstreamu, vymezují. Zároveň jsou ovšem jeho nedílnou součástí.

Sociální vědy pojem subkultura tradičně definují jako skupinu, jejíž systém hodnot, norem a sdílených vzorců chování se určitým způsobem vymyká hodnotám, normám a vzorcům chování společnosti většinové, dominantní. Slovník kulturních studií (Barker 2006) uvádí: „Předpona *sub* naznačuje svébytnost a odlišnost od dominantní nebo mainstreamové společnosti. Subkulturu tedy tvoří skupiny lidí, kteří sdílejí zvláštní hodnoty a normy, v nichž se rozcházejí s dominantní nebo mainstreamovou společností, a které nabízejí mapy významů, díky nimž je svět pro členy subkultury srozumitelný.“

Vznikají na různých základech – např. etnickém, socioprofesionálním či zájmovém (Heřmanský, Novotná 2011). Členství v subkultuře je jedním ze zásadních prvků identity jejích členů. Umožňuje jim snadnou orientaci a sebeurčení ve společnosti a prostředí, kde moc tradičních institucí jako náboženství, národní příslušnost či rodina postupně slábne.

Městské subkultury a subkultury mládeže především ve formě hudebních subkultur se v západní společnosti začínají objevovat v období po druhé světové válce. V akademickém prostředí se prosazují v sedmdesátých letech minulého století s příchodem punku skrze práce, které produkovalo tehdejší Centrum pro současná kulturní studia (CCCS) při Birminghamské universitě ve Velké Británii pod vedením Stuarda Halla. Ti se zaměřili na interpretaci subkulturního stylu – vnějších projevů subkulturní ideologie.

V období kolem přelomu milénia se nekritické využívání pojmu subkultura problematizuje. Kritikům vadí jeho nejednoznačnost a fakt, že implikuje existenci pevně ohraničené kultury v kultuře. Přichází s koncepty jako městský kmen a neo-kmen. Hranice identit, které vytváří jsou fluidní.

V české respektive československé společnosti se subkultury vlivem železné opony objevují se značným zpožděním. Výjimkou budiž domácí trampové (viz Pohunek 2011). Po pádu komunistického režimu se působením médií, volného pohybu osob a zboží rozmáhá tento fenomén i u nás. Ve stejné době lze na stěnách velkých měst a soupravách vlaků pozorovat první nápisy sprejem – graffiti.

Moderní graffiti, ve formě nápisů provedených barvou ve spreji, se zrodilo koncem šedesátých let dvacátého století v New Yorku a bývá tradičně spojováno s hip-hopovou kulturou. Tento fenomén se postupně rozšířil do metropolí po celém světě. Dnes se jedná o nejmasovější umělecký směr a milionový byznys.

V práci popisuji subkulturní styl sprejerů – *writerů* na současné pražské graffiti scéně. Vycházím z rozdělení na dimenze, které definovali výzkumníci z britského CCCS jako: hudbu, vizáž, slang a vystupování či rituál. Výzkum jsem zahájil analýzou úzce zaměřených mikro-médií (Thornon 1995). Následně jsem prováděl zúčastněná pozorování na hromadných akcích a prováděl polostrukturované rozhovory se zainteresovanými respondenty.

2. Studium subkultur

2.1. Americká subkulturní studia

Ve dvacátých letech minulého století se američtí sociologové takzvané „chicagské školy“ začínají zabývat subkulturami. Jejich zájem je upřen na mládež, etnické skupiny, zločince a další na okraji majoritní americké společnosti. Teoreticky vychází z funkcionalistického modelu společnosti, podle kterého společnost přirozeně směřuje k vyrovnanému stavu – ekvilibriu. Subkultury tento rovnovážný stav narušují. Jedná se o ostrůvky deviace v jinak klidném moři většinové kultury a v teorii ekvilibria tak slouží jako vhodné vysvětlení konfliktu a sociálních patologií. Výzkum byl prováděn pomocí zúčastněných pozorování a biografických narativních rozhovorů s důrazem na emickou perspektivu. Tento směr postupně překročil hranice sociologie a zakotvil v kriminologii.

Funkcionalistické teorie anomie vysvětlují delikventní chování subkultur jako projev frustrace, způsobené nedosažitelností všeobecně uznávaných hodnot střední třídy pro dospívající z prostředí dělnické třídy. Tyto teorie předpokládají mnohem větší míru zločinnosti, než se ve společnosti ve skutečnosti vyskytuje. Většina dětí totiž z problému jednoduše vyroste, s čímž si jejich zastánci neumí dobře poradit. Zároveň omezují své bádání čistě na dělnickou mládež a střední třídu úplně ignorují, případně hledají alternativní vysvětlení, která všeobecnou platnost původní teorie prakticky vyvrací. Například Cohen (1955) popisuje středostavovskou deviaci jako výsledek „*masculine anxiety*“, kdy chlapci zaujímají hodnoty, které jsou v opozici s těmi, které zastávají a symbolizují jejich matky.

Kritika existence univerzálních cílů napříč společnostmi, determinismu, který jednotlivcům nepřiznává svobodnou vůli společně s výše zmíněnými problémy, vedla k postupnému zavržení funkcionalistických teorií jako příliš zjednodušujících.

2.2. Britská subkulturní studia

O půlstoletí později vzniká při Birminghamské universitě ve Velké Británii Centrum pro současná kulturní studia (CCCS či „birminghamská škola“). Předmětem zájmu výzkumníků z CCCS je kultura britské dělnické mládeže a tehdejší (hudební) subkultury teddy boys, skinheadí a punkeři. Teoreticky se opírají o postmarxistické definice tříd a moci. Členství v subkultuře tedy chápou jako projev vzdoru proti většinové kultuře svých rodičů a částečně i jako projev třídního boje. Výzkum provádí v etické perspektivě nejčastěji pomocí sémiotické analýzy subkulturního stylu.

Na rozdíl od svých funkcionalistických předchůdců přikládají marxisté jednotlivcům, rebelům z řad dělnické třídy, aktivní (byť nevědomou) roli. Odpor proti dominantní kultuře a jejím hodnotám dávají najevo pomocí subkulturního stylu. CCCS navazuje na premisu chicagské školy, tedy že studium subkultur vede k pochopení deviantního chování. V případě britské mládeže se jedná o reakci na strukturální změny a rozpad tradičních dělnických komunit, způsobených relokací rodin na moderní sídliště a do nově vzniklých měst (Cohen 1972). Natužené číro či spínací špendlík v uchu ovšem nehne se skutečnými rozpory a problémy na materiální úrovni. Proto v ústředním díle CCCS hovoří Clarke a kol. (1976) o magické, imaginární snaze a boji skrze rituály.

Interpretací nově vzniklého subkulturního stylu, výsledku krádeže a přetváření symbolů dominantní kultury, je ovšem nekonečně mnoho a vznikají v naprosté izolaci od skutečných aktérů. Na významy, které symbolům přikládají samotní členové subkultur, se výzkumníci z CCCS neptají. Nejdříve přisuzují mládeži aktivní roli při vytváření revolučního subkulturního stylu, aby v zápětí dodali, že problému v celé své šíři nerozumí, a proto je zbytečné se na jejich názor vůbec ptát. Vyhýbají se tak potenciálnímu zneplatnění svého predeterminovaného pohledu na svět.

Marxistická teorie subkultur obsahuje dle svých kritiků také další mezery. Deviantní chování a vznik subkultur nemusí být projevem třídního boje, ale mezigeneračního konfliktu. Frustrace dospívajících vychází ze skutečnosti, že jsou v industriálních společnostech vyloučeni z úplné účasti na chodu společnosti. Dále je kritizován přílišný důraz na konzumní zboží, bez přihlídnutí k faktu, že se dělnická mládež po druhé světové válce stala vůbec první generací s dostatečným disponibilním příjmem, na kterou se zaměřil trh. Ze svých úvah pak úplně vynechávají mainstreamové subkultury střední třídy.

Společně s americkou školou pak úplně opomíjejí očividný fakt, že členy subkultur pracujících tvoří z drtivé většiny muži a dívky tedy pravděpodobně vedou třídní boj jiným způsobem než chlapi. Otázkou proč tomu tak je se nikdo příliš nezabýval. Výjimkou na CCCS jsou McRobbie a Garber (1976), které přichází s vysvětlením, že za tím stojí striktnější dohled rodičů.

2.3. Postsubkulturní studia

V novém tisíciletí je vesměs romantická myšlenka subkultury jako společenské rebélie postupně opouštěna. Společně s tím dochází k zpochybnění samotného pojmu subkultura, který odkazuje k antropologickému vymezení kultury. Jednou z možných náhrad představených kritiky je pojem městský kmen (urban tribe) případně neo-kmen, pod který se lépe skryjí profesní či sportovní komunity, například skateboardisté a kulturisté (Veselý 2011). Odkazuje k dílu francouzského sociologa Michela Maffesoliho, který tak označuje mikroskupiny lidí se stejnými zájmy.

Bennett (1999) má s pojmem subkultura dva zásadní problémy. Zaprvé se jedná catch-all termín bez jasné definice, který bývá používán pokaždé, když se sociální vědci zabývají mladými, hudbou či stylem. Zadruhé implikuje existenci kultury v kultuře, podmnožinu společnosti s pevně danými hranicemi, které nejsou empiricky ověřitelné. Kmenovou identitu popisuje jako fluidní, vytvářenou oproti dřívějšímu vnímání předávané, rigidní identity subkulturní. Jedná se o velmi současný fenomén, který je spojen s obratem západní společnosti ke konzumu po druhé světové válce. Příslušnost k danému kmeni je pak chápána jako spotřebitelská volba. Rozhodnutí co a jakým způsobem bude konzumovat je individuální a svobodná volba každého jednotlivce. Oproti strukturalistickým vysvětlení tak neredukuje členy kmenů/subkultur na pasivní jednotky determinované příslušností ke společenské třídě. Pokud to ekonomické a politické podmínky umožní, mají ve výběru životního stylu volnou ruku a svůj třídní původ mohou příslušností ke zvolenému kmeni zakrýt.

U studií zabývajících se populární hudbou a komunitami, které kolem sebe jednotlivé žánry vytvářejí, se můžeme setkat s pojmem scéna. Tento pojem je v některých případech používán i samotnými příslušníky subkultur (nejen hudebních, pojem scéna je aktivně používán i v komunitě graffiti sprejerů). Problémem je geografická nejednoznačnost. Scéna může být vnímána jak lokálně – konkrétní hudební klub a v případě graffiti město, tak globálně – pro označení celé subkultury (Heřmanský, Novotná 2011).

2.4. Subkulturní styl

V tradičním, ale i post-subkulturní chápání jsou subkultury podmnožinou většinové společnosti. Liší se základ, na kterém stojí, a také míra propustnosti či dokonce samotná existence hranic mezi členy jednotlivých subkultur navzájem i nečleny. Co zůstává je ovšem fakt, že subkultura zahrnuje jedince se specifickým systémem hodnot a vzorci chování (konzumace zboží), odlišným od dominantní kultury, který můžeme označit jako subkulturní ideologii a světonázor. Subkulturní ideologie nevzniká ve vzduchoprázdnu, ale v kontextu většinové společnosti a její dominantní kultury (Barker 2006). Pokud míra odlišnosti norem a hodnot přesáhne určitou mez a výsledná subkulturní ideologie je v přímém rozporu se svým protějškem, mluvíme o kontrakultuře.

Subkulturní ideologie se projevuje skrze subkulturní styl, který Hebdige (2012) dělí na tři vzájemně propojené složky: vizáž, vystupování a slang. Phil Cohen (1972) definuje styl jako kombinaci čtyř dimenzí: oblečení, hudba, rituál a argot, které dohromady vyjadřují subkulturní ideologii a jasně demonstrují příslušnost a sebe-identifikaci s danou subkulturou. Birminghamská škola využívá ke studiu subkulturního stylu sémiotiku. Všimají si znaků navenek nejviditelnější složky stylu - vizáže, oblečení, úpravy vlasů a celkového zvevření. To je u punku (první vlna v sedmdesátých, druhá vlna v osmdesátých letech) s typickou visáží skládající se z natuženého číra, kožené bundy, vysokých bot a spínacího špendlíku velmi vděčné téma. Punk se profiluje jako kontrakultura, odmítající konzum a fetišizaci spotřebních, konfekčních produktů. Naproti tomu hlásá „*Do It Yourself*“. S tím je úzce spjat pojem brikoláž. Lévi-Strauss označuje pojmem brikoláž proces konstrukce řešení problému s využitím všech dostupných zdrojů v kontextu primitivních společností, využívající materiály a myšlenky, které jsou po ruce, namísto předem připraveného plánu. V subkulturních studiích se pojem brikoláž vztahuje k přeskupení a novému spojení původně nepropojených označujících objektů tak, aby vytvářely v neutřelém kontextu významy zcela nové (Barker 2006). Hebdige (2012) si všimá jak toto kutilství využívá běžné, nudné předměty každodennosti a připisuje jim nové významy:

„Řetízky ze splachovadel v umělohmotných sáčcích do odpadkového koše se zavěšovaly v ladných obloucích přes hrudník. Spínací špendlíky byly vyňaty z jejich domácké užitečnosti a použity jako děsivé ozdoby zapíchnuté do tváře, ucha nebo rtu.“

V rámci subkultury není styl zcela homogenní. Protože subkulturní styl nabízí celou paletu znaků, které mohou její členové skrze kutilství dále rekontextualizovat, vznikají stylové odlišnosti i v jádru daných subkultur. Módní průmysl a obchodní domy si všímají subkulturních stylů mládeže a jednotlivé znaky přetváří ve spotřební zboží bez návaznosti na původní význam a subkulturní ideologii. Subkultury na tento proces komodifikace, který Marx nazval zbožním fetišismem (Barker 2006), zpětně reagují buď přeměnou nebo úplným opuštěním konkrétního znaku.

Pierre Bourdieu ve svých pracích definuje koncept kulturního kapitálu jako sociální vztah, který zahrnuje nashromážděné kulturní vědění, poskytující moc a status (Barker 2006). Sarah Thornton (1995) aplikuje tyto koncepty v rámci analýzy tanečních kultur počátku 90. let. Předměty a znalosti spojené se subkulturou, jejichž hromadění zvyšuje prestiž daného člena uvnitř subkultury a odlišuje jej od většinové společnosti nazývá subkulturním kapitálem. Znalost čerstvě vydaných nahrávek, nošení nejmódnějšího oblečení, party s nejlepšími dýdžejí a návštěvy správných klubů – to vše přizpívá k míře subkulturního kapitálu a vytváří hierarchii mezi jednotlivými členy. Působí tedy stejně jako ekonomický, sociální a kulturní kapitál ve většinové společnosti, o kterém hovoří Bourdieu. Subkulturní kapitál každé subkultury je dále specifický a mezi sebou nepřenosný.

Styl je projekcí subkulturní ideologie do materiální kultury a tyto dvě složky jsou přirozeně propojené. Toto propojení se může dále stát zdrojem jistého napětí uvnitř subkultury, způsobené tím, že různí lidé přiřazují těmto složkám různou váhu. Mladší členové subkultur mají zpravidla tendence upřednostňovat styl, zatímco starší ideologii (Williams 2007). Oba tábory pak ve svých očích navzájem postrádají autentičnost a nadšení pro věc. Starší vnímají mladé členy jako pozéry, bez hlubšího pochopení a odžití subkulturní ideologie. A opačně se mladým starší členové nezdají dostatečně opravdovými, protože svoji příslušnost ke komunitě nedávají dostatečně najevo.

2.5. Mediální obraz

Znalosti široké veřejnosti o subkulturách bývají často zkreslené a stereotypní, protože většina dostupných informací pochází z masmédií. Ty v tržím prostředí a s nástupem internetu sledují vlastní cíle, kterým uzpůsobují i svůj komunikační styl a události spojené se subkulturami úmyslně zveličují, případně bagatelizují. Tím, že média označí chování subkultury za problematické se sklony k opakování, dávají vzniknout morální panice. Takto označování jsou charakterizováni jako soudobí „lidoví ďáblové“ (Barker 2006).

Stanley Cohen (2002) popisuje několik následných kroků, ve kterých tento proces obvykle probíhá. „Nejprve je nějaký stav, událost, jedinec nebo skupina označen jako nebezpečný hodnotám a zájmům společnosti a masmédiá jej začnou zobrazovat ve stylizované a stereotypizované podobě. Následně se uznávaní odborníci z řad politiků, kněží, novinářů a dalších morálních autorit začnou k problému vyjadřovat a předkládat vlastní prognózy a řešení. Terč morální paniky postupně mizí ze středu zájmu, aby byl následně nahrazen jiným, případně se periodicky opět vrací“ (Heřmanský, Novotná 2011).

Jako příklad z českého prostředí lze uvést lavinu morální paniky, která se strhla v souvislosti s freetekno festivalem CzechTek a techno subkulturou začátkem nového tisíciletí. Média o technařích referovala jako o narkomanech a opilcích, kteří ničí nejen přírodu, ale i soukromý majetek spořádaných obyvatel (Heřmanský, Novotná 2011). Morální panika vedla ke zbytečně brutálnímu zásahu policie a předčasnému ukončení festivalu v roce 2005.

Na druhou stranu mohou masmédiá subkultury ovlivnit i pozitivně a hrát zásadní roli v jejich růstu a rozvoji. Williams (2007) si všímá, že se většina teenagerů o subkulturách, ke kterým se později hlásí, dozvídá z televize, rádií a v dnešní době především prostřednictvím internetu a sociálních sítí. Masmédia umožňují prvotní setkání se s subkulturní ideologií a mohou podnítit zájem. Rozvoj masmédií (satelitní televize jako MTV) a následně internetu společně s globalizací pomohl rozšířit subkultury i za hranice západní kultury, ty se stávají globálním fenoménem. Konkrétně hudební televize MTV a její pořad z konce osmdesátých let Yo! MTV Raps, měl zásadní vliv na vznik hip-hopu v Čechách a na Slovensku, jak dokládají četné rozhovory (jeden příklad za všechny: Zeman 2022) s tehdejšími průkopníky.

Americký sociolog Gary A. Fine (1979) zavádí nový pojem idiokultura jako systém znalostí, víry, zvyků a vzorců chování. Ty spolu sdílejí vzájemně interagující členové konkrétních skupin. Subkultura je pak větší soubor idiokultur, které jsou vzájemně propojené pomocí přímých i nepřímých vztahů. Historicky komunikace probíhala skrze podomácku vytvářené ziny, časopisy

obsahující novinky z prostředí subkultury, fotografie, rozhovory apod. V dnešní době tuto úlohu převzal internet, který tvorbu mikro-médií - médií tvořených členy subkultury pro ostatní členy (Thornton 1995), značně demokratizoval.

2.6. Tuzemské studium subkultur, Kmeny

Vlivem izolace minulého režimu dochází k pronikání subkultur do našeho prostředí se značným zpožděním. Konflikt a vymezení se městské mládeže proti dominantní kultuře je vnímán jako politicky motivovaný a škodlivý. Není tedy divu, že se ani v akademické sféře nestal předmětem většího zájmu. Až koncem osmdesátých let probíhají v pražském Ústavu pro etnografii a folkloristiku ČSAV výzkumy marginalizované mládeže, které zmiňují i vybrané hudební subkultury (Heřmanský, Novotná 2011). Po roce 1989 se hudební subkultury stávají předmětem zájmu hudebních publicistů a historiků, mapujících vývoj rockové hudby a případné represe komunistického aparátu. Objevují se také ojedinělé studie a subkultury mládeže bývají častým tématem závěrečných prací na vysokých školách s humanitním zaměřením.

Dodnes nejvýznamější a nejobsáhlejší pokus o zmapování městských subkultur v Čechách nepochází z akademického prostředí, ale zespodu, z prostředí subkultur samotných. Vladimír 518, vlastním jménem Vladimír Brož - rapper, výtvarník a zakládající postava české hip-hopové a graffiti scény společně s kolektivem autorů v roce 2011 vydává publikaci s názvem *Kmeny*. Ta představuje 26 současných subkultur od sběratelů tenisek, sprejerů, fotbalových hooligans až po kulturisty či punkery. Na knihu navazuje dokumentární cyklus České televize z roku 2015, který divákům představuje 16 vybraných subkultur. Do roku 2016 vychází pod vedením Vladimíra 518 ještě dvě publikace. Nejprve v roce 2013 *Kmeny 0*, mapující působení subkultur a alternativních společenských proudů v socialistickém Československu a období normalizace (výběrem například máničky, trampové, veksláci či nudisté). A pomyslnou trilogii završují v roce 2016 *Kmeny 90* se zaměřením na období mezi sametovou revolucí a přelomem milénia. Zde dochází k logickému překryvu s první publikací, neboť v tomto období dochází vlivem globalizace k formování subkultur v našem prostředí. Z dobových specifíků uvedu například anarchisty, skinheads a brulaře.

Kapitolu o graffiti do prvního dílu *Kmenů* z roku 2011 sepsal EXIST 333 a těžko hledat povolanějšího autora. S graffiti začínal počátkem devadesátých let a dodnes nepřestal. Pro generace writerů se stal vzorem a se svými abstraktními plátny pronikl na půdu galerií. V textu si dobírá street art jako „módní záležitost“, u které „kaligrafii tagů nahradila rádobý vtípná hesla, ochočená bezzubá moudra či angažované glosy.“ Navzdory komodifikaci graffiti ve své puristické formě stále přežívá díky „touze soutěžit s ostatními, ovládnout teritorium, být stále lepší, zdolávat překážky a

dotknout se hvězd.“ Tato „archetypální, animální a zároveň transcendentální síla“ graffiti pohání a udržuje ho naživu. Pražská graffiti scéna, početnější a silnější v porovnání s podobně velikými městy v zahraničí, podle něj vyprodukovala pestrou paletu stylů a „mnozí writeři opustili či rezignovali na tradiční formy a začali experimentovat s různými výrazovými prostředky, ať už jsou to návraty k průkopnickým primitivním stylům sedmdesátých let, či integrace malby a kresby do svých věcí.“ Kapitola uzavírají krátké rozhovory se třemi představiteli pražského graffiti.

2.7. In Graffiti We Trust

Vůbec nejobsáhlejším a dodnes nepřekonaným dílem, mapujícím české, ale především pražské graffiti je publikace Martiny Overstreet z roku 2006 *In Graffiti We Trust*. Na vzniku knihy se podíleli PASTA a MASKER, kteří kromě grafické podoby knihy ovlivnili také její obsah, protože autoři pomohli navázat kontakt s dalšími writery, kteří přispěli rozhovorem či fotkami ze svého soukromého archivu.

Knihy je členěna do kapitol podle časových období. Začíná na přelomu osmdesátých a devadesátých let s první generací českých writerů a po zhruba dvouletých skocích pokračuje až do tehdejší současnosti a „newschool“ generaci. Poslední kapitola obsahuje profil vybraných writerů, kteří se svou tvorbou překročili hranice graffiti, každý svým vlastním směrem.

Každou generaci zde zastupuje zhruba pět writerů, které vybral Vladimír 518. Množství materiálu, které autorka nashromáždila, ji vedlo k upuštění od původního záměru, vyprávět celý příběh vlastními slovy a kniha je tvořena téměř výhradně citacemi z rozhovorů. Ty jsou hojně doplněny fotografiemi. A právě fotografie, často raritní, jsou důvodem, proč se *In Graffiti We Trust* stalo mezi tuzemskými writery kulturní záležitostí, inspirací a učebnicí dějepisu a stylu v jednom.

3. Teoretická východiska, výzkumné metody

Cílem mé práce je zachycení a popis subkulturního stylu na současné pražské graffiti scéně. Zaměřuji se pouze na tvůrce ilegálního graffiti, ostatní projevy jako legální velkoformátové muraly, komerční zakázky a street-art instalace nechávám stranou. Stejně tak politicky motivované nápisy aktivistů či graffiti vytvářené ultras fotbalových klubů, byť zde je shodná forma.

Subkulturu chápu jako ne nutně pevně ohraničenou podmnožinu většinové společnosti, kterou lze definovat pomocí specifického systému hodnot a vzorců chování, které se od všeobecně uznávaných norem liší, byť jen částečně. Přikláním se tedy spíše ke kritikům tradičních subkulturních studií, jako je výše zmiňovaný Bennet. U graffiti komunity se jedná konkrétně o názor na nedotknutelnost soukromého vlastnictví, odpor k autoritám, především represivním složkám státu a aktivní zasahování a pozměňování veřejného prostoru prostřednictvím nápisů, vytvářených nejčastěji barvou ve spreji. Pojem scéna používám ve shodě s tím, jak je používán samotnými členy komunity, tedy jako neorganizovanou skupinu sprejerů, kteří v konkrétním městě graffiti vytváří.

Výzkumníci z CCCS definují subkulturní styl jako výsledek reinterpretace a krádeže na symbolické úrovni, která je podvědomým projevem třídního boje vedeného mládeží dělnické třídy. Tuto premisu odmítám, nicméně rozdělení subkulturního stylu na jednotlivé dimenze, které Hebdige (2012) a Cohen (1972) definují jako: vizáž, vystupování a slang respektive oblečení, hudbu, rituál a argot, vítám jako vhodnou pomůcku pro klasifikaci. Bližší je mi přístup Sarah Thornton (1995), která subkulturní styl – materiální kulturu subkultur (projekci subkulturní ideologie) a specifické vzorce chování popisuje pomocí konceptu subkulturního kapitálu, odvozeného od práce Pierra Bourdie.

Název práce odkazuje k českému názvu klasického díla subkulturních studií *Subculture: The Meaning of Style* z roku 1979 od Dicka Hebdige. Tuto parafrázi jsem zvolil záměrně. Kromě očividného cíle práce, zachycení podoby subkulturního stylu v čase a prostoru, odkazuje také ke stylu, jako ústřednímu bodu graffiti kapitálu.

Analýzou mikro-médií – časopisů, zinů, ale především rozhovorů ve formě dnes tak populárních podcastů, jsem identifikoval témata, na která jsem se dále zaměřil. Vycházím z předpokladu, že témata, která se opakovaně objevují v těchto médiích, určených ke konzumaci ostatními členy, jsou pro danou subkulturu stěžejní.

Nejbohatším zdrojem se mi stal *The City Survival podcast*¹, jehož zkrácené verze jsou veřejně dostupné na Youtube a Spotify. Rozhovory v plné délce jsou k poslechu na platformě herohero.co za měsíční poplatek 5 €. Kromě rozhovorů, jejichž stopáž se průměrně pohybuje kolem 2 hodin, zde autor rozhovorů, který zůstává v anonymitě, publikuje také fotografie ze soukromého archivu každého z hostů. Od října 2022 vzniklo celkem 17 rozhovorů s členy pražské graffiti scény a v dubnu roku 2023 si tento obsah předplácelo téměř 250 odběratelů.

Společně se svými kontakty, kteří se koncentrují kolem graffiti shopu Grafficon na pražském Žižkově, jsem navštívil několik akcí, které tento obchod ve spolupráci s výrobcí barev pravidelně pořádá na legálních zónách. Následně jsem s nimi provedl polostrukturované rozhovory, jejichž strukturu jsem opíral o témata identifikovaná v mikro-médiích a dimenze subkulturního stylu.

Protože je graffiti ze své podstaty ilegální a v České republice se od roku 2001 jedná o trestný čin, nepřáli si mnou oslovení writeři, abych v práci uváděl jejich graffiti přezdívky, čemuž jsem vyhověl. Zároveň bych chtěl zdůraznit, že mi není známá jejich skutečná identita a v průběhu výzkumu jsem nebyl svědkem žádného protiprávního jednání.

Citace a úryvky rozhovorů, které jsem převzal z již zmíněného podcastu *The City Survival* a dalších zdrojů, jsem ponechal beze změn. Činil jsem tak v případech, kdy odpovědi hostů lépe ilustrují subkulturní ideologii než odpovědi mých respondentů, jejich autoři myšlenky lépe formulovali, nebo se jedná o členy scény s vyšším subkulturním kapitálem. Pro autentičnost jsem v přepisech ponechal slangové výrazy a vulgarismy. Těch jsem se při kladení otázek dopouštěl i já, za což se omlouvám. Otázky kladené mnou uvádím monogramem *JN*. Respondenty označuji jako *R* a mezi sebou je odděluji pomocí číslic. Otázky převzaté z podcastu pak zkratkou *TCS*. Fakt, že se jedná o stejnou zkratku, kterou lze vídat na pražských fasádách a otázku, jestli se jedná o pouhou náhodu, ponechám nezodpovězenou jako intelektuální cvičení pro čtenáře.

Výzkumnou část jsem doplnil o ilustrační fotografie v přílohách. Jsem autorem všech fotografií, kromě těch, které pochází z naskenovaných zinů *Return of the Paper* a *Grid*. Ty uvádím v seznamu literatury.

1 [The City Survival podcast](#)

4. Graffiti subkultura

Graffiti jako subkultura je historicky spojována s hip-hopem a New Yorkem jako místem svého vzniku. Na sklonku šedesátých let mladík jménem Demetrius, syn řeckých přistěhovalců, nastříkal barvou ve spreji na zeď svou přezdívku Taki. Za ní připojil číslo ulice ve které bydlel. TAKI 183. Protože si přivydělával jako poštovní doručovatel, byly jeho podpisy brzy po celém městě. Položil tak základy nejrozšířenějšímu a nejmasovějšímu uměleckému směru v dějinách lidstva, milionovému byznysu a životnímu stylu (Overstreet 2006).

Z New Yorku se graffiti rozšířilo po velkých amerických městech a se zpožděním dorazilo i do Evropy. Tradiční evropská centra jsou metropole jako Berlín, Paříž či Amsterdam. Po pádu železné opony se díky zahraničním časopisům, televizím (již zmiňovaná MTV) dostává do povědomí československé mládeže. Pamětníci vzpomínají na svá první setkání s graffiti skrze hudební videoklipy, články v časopisech pro mládež jako ABC či Poplife. Ze západu sem přijížděly také skupiny zahraničních writerů, pro které se nezabezpečená depa pražského metra stala snadným cílem. Zatímco ve Spojených státech se graffiti a hip-hopu zpočátku věnovali převážně mladí Afroameričané frustrovaní svou bezvýhodnou situací a nedosažitelností amerického snu, v našem prostředí byly jejich produkty interpretovány ve zcela odlišných kulturních a společenských souvislostech:

„Rap a graffiti se pro nás staly symbolem nové generace, společenské změny, znamenalo to konec starých, šedivých časů. Někde jsme něco namalovali a za pár dní s úžasem zjistili, že se někdo přidal. Někdo, koho jsme neznali, byl najednou taky na zdi! Měli jsme z toho obrovskou radost.“ (Overstreet 2006)

4.1. Graffiti a hip-hop

Graffiti je tradičně vnímáno jako jeden ze čtyř elementů hip-hopu (ostatní tři jsou: dýdžeing, rap a breakdance). V místních podmínkách se ovšem scéna formuje jako samostatný fenomén bez vnějších hudebních či sociálních vlivů. K prvnímu propojení postupně dochází již v průkopnické éře. Členové BUNGLER CLANu LELA a SIFON působí zároveň ve formaci WWW. Mezi lety 1994 a 1998 vystupují společně s PSH a na koncertech se schází celá scéna. (Overstreet 2006)

S rostoucí oblibou hip-hopu mezi širokou veřejností se graffiti scéna stahuje opět do undergroundu. Vyprodukuje ovšem kapely, které definují český hip-hop až do konce prvního desetiletí nového tisíciletí. Členové CHAOZZ, PSH, INDY&WICH, ale i později přichází SUPERCROO, ti všichni se potkali u zdi s plechovkou barvy v ruce, nebo z graffiti prostředí vychází.

LA4: „Ten rap v Praze tehdy fakt vycházel především z té graffiti scény. Všichni rappeři tenkrát byli bejvalý, anebo pořád aktivní writeři. (...) Už dávno ne, už je to úplně jinak. To se pak už postupem času začalo oddělovat. Přišli SUPERCROO, který taky malují, ale už z nich cejtím víc, že jsou to rappeři především. SMACK, EKTOR, to už byly jména, který přišly z trošku jiného prostředí. Taky streetovýcho, ale z jinýho.“ (kytary.cz 2022)

Zásadní událostí, propojující hip-hopovou a graffiti scénu, byly pravidelné mejdany *Kick The Shit*. První ročník se odehrál už v roce 1998 a doposud poslední se v pražské Roxy konal v roce 2016. Organizátoři se zhlédli v legendárních filmech jako *StyleWars*, *Wild Style* a *Beat Street*. Po vzoru Spojených států, kde bylo graffiti nedílnou součástí hip-hopové kultury, v sobě tyto akce spojovaly rap a breakdance s premiérou nového dílu graffiti videa se stejným názvem².

Hlavní postavy současné generace rapperů z graffiti prostředí nepochází. Spojení tak udržují hlavně veteráni prvních dvou generací, ale najdou se i výjimky. Na skladbě *Tracky a vlaky* z roku 2022, která vzdává hold graffiti, od jihlavského uskupení 58G rapuje TK27: „Neděláme pop, my děláme rap, k tomu odjakživa patří barva na zdech.“ Právě 58G jsou dnes asi nejvýraznější kapelou nastupující generace (s deskou *City Park* vyhráli Anděla 2022), která udržuje spojení s graffiti komunitou skrze spolupráci s graffiti crew CSR. Graffiti estetika se objevuje v jejich videoklipech, na přebalech singlů či promo snímcích na sociálních sítích. Na jaře roku 2022 dokonce několik týdnů jezdilo graffiti 58G na vlaku pražské příměstské linky S.

Užší spojení obou subkultur je přítomno u více undergroundových umělců jako PAIN/LILZEE nebo rapper a hudební producent v jedné osobě VOODOO808. Na tvorbě videoklipů spolupracují s členy již zmíněné crew CSR či FC. Ti jim pomáhají s kamerou, režii, vytváří graffiti, které se v klipech objevuje, případně v nich zamaskovaní přímo účinkují. Příkladem budiž následující videoklipy: PAIN – *Pořád líp*³ a VOODOO808 – *FTP*⁴.

2 Viz Figure 1 38

3 [Pain - Pořád líp](#)

4 [VOODOO808 - FTP](#)

Spojení v opačném směru, tedy hojný výskyt rapu jako hudebního podkladu graffiti videí přikládám spíše jeho celosvětové popularitě. Na Youtube kanálu pražského graffiti shopu Graffneck⁵ vychází od roku 2017 nepravidelná série videí, mapující ilegální tvorbu na pražské scéně s názvem *The City Survival Report* (podobnost s výše zmíněným podcastem není náhodná, za editací videí stojí stejná osoba). Hudební doprovod těchto videí je pestrou směsicí hip-hopu a elektronické hudby a vypovídá spíše o vkusu editora, než o subkulturním stylu.

Důkazem toho, že vzájemné provázání hip-hopu a graffiti dnes už neplatí a jedná se spíše o klišé, je video *Kick The Shit Ultra!*⁶ z roku 2014. Poprvé v historii série byli samotní writeři zapojeni do jeho výrobního procesu. Každá crew dostala k dispozici stejný třiminutový prostor a sama rozhodla, jak ho využije. Výsledné video je pak koláží těchto krátkých pasáží. V soundtracku střídá Vítkovo Kvarteto německý rap či metaloví Slipknot. O nadvládě hip-hopu, determinované subkulturním stylem, nelze mluvit. Troufám si tvrdit, že i ve videích zahraniční produkce převládá elektronická hudba, jejíž vyšší BPM se k tradičně rychle sestříhaným záběrům hodí více.

JN: Jsou graffiti a hip-hop vzájemně propojeny?

R1: Pro mě jo. Já když jsem se začínal zajímat o graffiti, tak to bylo v podobný době, kdy jsem začal objevovat rap. Poslouchal sem PSH, INDY&WICH, to jsou všechno bejvalý writeři, kteří se tím netajej a maj to v textech. (...) I kluci, se kterejma sem začínal, poslouchali rap. Chodili sme spolu na koncerty a tak.

JN: Ale v graffiti videích bývá jako soundtrack spíš EDM.

R1: To je pravda no. Třeba v Quality Control 4, jak tam na začátku dělaj piency ve stanici na Áčku někde a hrajou do toho Justice. Z toho mám husí kůži do teď, když to slyším.

JN: Takže nemusíš poslouchat hip-hop, abys byl pravej writer?

R1: Ne, to vůbec.

5 [Graffneck TV](#)

6 [Kick The Shit Ultra!](#)

4.2. Oblečení, vizáž

Na rozdíl od subkultur, které stojí na hudebním základě, jako jsou punkeři, kterými se zabývali Hebdige s Cohenem v sedmdesátých letech, nebo subkultura kolem tanečních klubů devadesátých let, které studovala Thornton, stojí graffiti subkultura na vandalismu, nelegální aktivitě. Být na první pohled jasně identifikovatelný nemusí být pro její členy výhodné.

JN: Poznáš na první pohled, že je někdo writer?

R2: *Docela jo, jak koho, ale často bych řekl že jo. Třeba že nosí New Balance nebo máš boty Nike, taštičku přes rameno, čepici na hlavě, bundu North Face nebo Arc'Terix, tak seš úplně jasnej.*

JN: A není to jenom street-wear? Tydle značky dneska nosí kde kdo.

R2: *Hm, jako takle, kdybys postavil 5 lidí vedle sebe a zeptal ses, kdo je writer, tak si myslím, že bys to dokázal uhádnout. Ty lidi jsou různý, mají ty outdoorový bundy všichni.*

JN: Zrovna u graffiti ty outdoorový bundy dávají smysl ne? Když člověk někde čeká ve křoví na vlak, tak se nepromokavá bunda může hodit.

R2: *Ty vole, nevím jestli chci jít malovat v bundě za 700 €. Ale nosej to lidi, já třeba ne. Třeba ***** má stejnou bundu jako já, a ta stála fakt ranec. Je teda uholená, mě jí uholil fella. Já jsem si ji od něj koupil asi za patnáct tisíc, takže mi ji dal za sedmičku. ***** má tu stejnou, protože si ji uholil a ten v ní chodí normálně malovat. Já bych v tom nechtěl chodit malovat, protože si ty hadry úplně zasereš, roztrheš. A když si roztrheš bundu za patnáct tisíc, tak tě to docela sere, ikdyž si ji třeba uholil.*

R2: *Ale myslím, že se to dá docela odhadnout. Když někoho vidíš, třeba na nějakym spotu, kde se víc maluje, tak je úplně jasný, že taky maluje. Máš třeba kérky. (...) Třeba ***** vypadá jak chuligán, ten je úplně mega provařenej. S tím nemůžeš nikam chodit, protože se hnedka provaří.*

R1: *Tak hlavně ty kérky co on má. Vlaky.*

R2: *Jo no, když máš vytetovaný vlaky, tak seš jasnej. (smích)*

JN: Často si všímám lidí, kteří mají boty od barev a jsou to zrovna nějaký drahý Nike TN, tak si říkám, že buď je to malíř pokojů, anebo writer.

R2: *Ale boty si většinou nezaseru když maluju, spíš bundu. Že se třeba o něco opřeš, nebo že si rukou od barvy na ní sáhneš.*

R1: *Jo no, sundaváš si rukavici a ušpiníš se.*

Zmiňované outdoorové bundy od The North Face, firmy která vznikla ve Spojených státech v šedesátých letech minulého století pro outdoorové nadšence a během let osmdesátých sponzorovala horolezecké expedice, zpopularizovali v devadesátých letech hudební a filmové celebrity. Pro jejich parametry se staly oblíbené i mezi dealery drog a členy pouličních gangů v New Yorku, kteří je z butiků pravidelně kradli. Negativní reklama firmu neodradila a díky spolupráci s předními designery se z čistě outdoorové firmy stala módní záležitost. Poté co stáhla

své původně vysoké ceny, které si jako firma pro malou klientelu mohla dovolit, se stala dostupnější i pro městskou mládež. Podobný příběh potkal i firmu Arc'Teryx, která vyrábí high-end outdoorové vybavení. Američtí rappeři jako Drake či Kanye West s celosvětovým dosahem zpopularizovali výrobky této designově spíš konzervativní firmy, které se i vlivem virálních videí na sociálních sítích staly symbolem vysokého sociálního statusu. To, ale především ona pouliční estetika, spojená s drsnými rappery a dealery drog, může vysvětlovat popularitu mezi graffiti writery.

Taštičky přes rameno, ledvinky, byli mezi writery populární již před comebackem, který zažily před několika lety. Zde je důvod zcela praktický. Do taštičky správné velikosti se pohodlně vejdu i dvě plechovky s barvou, jejímu nositeli zůstanou obě ruce volné, nepřekáží při běhu a v případě potřeby ji lze jednoduše odhodit.

Samostatnou kapitolou je pak oblečení od výrobců barev, případně to, které vytvářejí samotní writeři pro zbytek komunity. Graffiti obchody, autoři časopisů či videí, ale i jednotliví writeři vyrábějí vlastní merch, který bývá scénou pozitivně přijímán. Na rozdíl od oblečení s graffiti tematikou, z produkce nadnárodních obchodních domů, které je writery vnímáno jako neautentický pokus o zbohatnutí na jejich kultuře. Tričko s logem populárního internetového graffiti blogu, které samozřejmě jejich autoři vyrábí s vidinou zisku, si s sebou v očích writerů nenese negativní stigma.

Mezi nejoblíbenější motivy, které se objevují na oblečení, případně i jako tetování, patří ikonické masky sovětských souprav metra 81-71 vyráběných pro pražský dopravní podnik, nadčasové okřídlené M, logo pražského metra, či maska legendární elektrické jednotky 451, přezdívané jako *pantograf*, *paňták*, nebo *žabotlam*, které až do roku 2018 jezdily na pražských příměstských tratích.

Motivy symbolizující odpor proti systému zastupují anglické zkratky A.C.A.B (All Cops Are Bastards, někdy převedenou do číslic jako 1312) a F.T.P. (Fuck The Police), které bývají často připojovány i ke graffiti. Dále například pákové kleště, sloužící k přeštípnutí řetězů a zámků – povinná výbava při návštěvě železničního depa.

Od devadesátých let jsou pak na pražské scéně oblíbená trička a mikiny amerického univerzitního stylu s nápisem *Praha City Whatever it takes*, za jejichž designem stojí legendární postava českého graffiti POIS.⁷

7 Viz Figure 2 38

4.3. Slang

Graffiti slang je pro svůj původ z velké části ovlivněn angličtinou. Dochází ovšem ke komolení a počešťování anglicismů a míchání s hovorovou češtinou. U některých výrazů můžeme hovořit o argotismu, neboť důvod jejich používání je skrýt jejich pravý význam. (Svobodová, Kavalová 1999)

Samy sebe sprejěři označují jako **writery**. **Malovat** znamená dělat graffiti (**graffs, grafáče, ffiti**) konkrétně, ale i obecně tj. writer je někdo do maluje. Každý writer si podle písmen, která se mu dobře malují, vybere **jméno (one)** – přezdívku, alias, pod kterým vystupuje. Na případnou podobnost bývají hákliví a během své „kariéry“ takových jmen zpravidla vystřídají několik i z důvodu konfliktů se zákonem. Skupina writerů, kteří společně malují a vystupují pod jednou přezdívkou se nazývá **crew**. Ta bývá nejčastěji složena ze tří písmen. Méně častá jsou dvě písmena či delší slovo a může jít o zkratku (například SYT = *See You Tomorrow/Sexy Young Teens/Show Your Tities/Sytuace*). Kolegové respektive kolegyně z crew jsou jednoduše **crew boy/girl**.

Nejrespektovanější writer na **scéně** – v daném městě, s nejpropracovanějším **stylem** (vzhled písmen, „font“, technické provedení), jehož graffiti je vidět **ve streetu** (na ulici), ale i na **legálech** tj. legálních **zónách**, které město v rámci boje s ilegálním graffiti zřizuje, je **král (king)**. Na opačném konci hierarchie stojí nováček, či méně šikovný writer – **toy**. Writer, který upřednostňuje rychlé ilegální graffiti (**bombing**) na ulici, je **bomber**.

Základem graffiti je podpis – **tag (krejha)**. Jedná se o graffiti ve své prapůvodní, elementární a nejčistší formě. Ve městě se navzájem přitahují a budí nejvíce kontroverzí mezi většinovou společností. Tagy vyryté kamenem do oken jsou **rytky**. Větší nápis vytvořený za použití alespoň dvou barev, jedné na **výplň (fill-in, fill)** a druhé na **obtáh (outline)** je **piece**. Piece vybarvený stříbrnou barvou, obtažený nejčastěji černou se nazývá **chrom** (prohozením barev vzniká **negativ**). Plechovky se stříbrnou barvou (opět **chromy**) mají větší objem, vyšší tlak, lépe kryjí a jsou tak nejvhodnější pro ilegální graffiti. V ulicích se kromě tagů a chromů nejčastěji setkáme s **throw-upy (ups)** – piecy jednoduchých oválných tvarů, jejichž vytvoření zabere maximálně několik minut. Na legálních zónách, protihlukových stěnách (**protihluk, odhluk**) podél železničních tratí (**traťovky**) a na dalších klidných, méně frekventovaných místech (**zátahy**) vhodných pro malování delší dobu i přes den si writeři mohou se svými díly více vyhrát. Vznikají mnohobarevné piecy (**full-colory**) s pozadím (**background**), **3D (tři-děčko)** efekty, **lesky, stíny** někdy doplněné o komiksové postavičky (**charáče**). Precizně namalované graffiti s důrazem na technické provedení (čistota a šířka stopy) bývá někdy hanlivě označováno jako **leštěnka**.

Writer, který takové piecy vytváří pak **leštěnkář**. Složité piecy složené z lámaných, hranatých a vzájemně propojených 3D písmen jsou takzvaný **wild style**. Oproti tomu stojí záměrně nedokonalé, infantilní a nelibivé **anti-graffiti/style**, **trash-graffiti/style**. Povedený a stylově vyříbený piece je **burner**.

Piece na vagonu vlaku/metra je **panel**, pokud zabírá celou výšku jedná se o **top-to-bottom** a pokud jeho celou délku, jedná se o **end-to-end**. Kompletním zakrytím celého vagonu vzniká **wholecar** a pomalování celého vlaku **wholetrain**. Na panely se chodí na **spoty** (obecně místa kde se maluje) do **yardu** (depa) a na **odstavky** (odstavné koleje). Riskantní akce z peronu či kolejiště za provozu, někdy za použití záchranné brzdy, je **back jump**. Jedním z nejoblíbenějších **modelů** (typ vlaku/vagonu) pražských writerů byl **pant'ák** (**pantograf**, **žabotlam**) – elektrifikovaná vlaková jednotka, nasazovaná na pražských příměstských tratích (**esko**), která do pravidelného provozu naposledy vyjela v roce 2018. Poté byla nahrazena dvojpodlažní jednotkou s obchodním názvem CityElephant, slangově **elephant**, **slon**. Vyfotit panel za provozu (**v trafficu**), bývá často náročný úkol, protože vlaky a především rychlíky (**steely**), mnohdy míří rovnou do myčky, kde jsou umyty (**buffnuty**). Panely na nákladním vlaku (**freight**) se oproti tomu myjí jen velmi zřídka a mohou tak **jezdit** i několik let.

Specializované graffiti obchody (**shopy**, **krámy**) slouží kromě své očividné funkce také jako místo setkávání writerů. V Praze v současné době fungují dva. Starší Graffneck (**neck**) v Holešovicích a Grafficon (**ikon**) na Žižkově. Prodávají se zde barvy ve spreji (**cany**) určené k ilegálnímu graffiti, které oproti barvám z hobby marketů (**shit-colory**, **levňáky**) lépe kryjí, mají vyšší tlak apod. Dalším nezbytným sortimentem jsou trysky (**capy**), které díky svým různým průměrům, umožňují různou šířku stopy. Latexové vodou ředitelné barvy (**lat'áky**, **latexy**), vhodné na podetření či výplň piecu na legálních zónách. Fixy (**markery**) s obtížně umyvatelným inkoustem. Časopisy, ziny, oblečení atd. Ve spolupráci s výrobcí barev pořádají shopy několikrát do roka hromadné malování na legálních zónách – **jamy**. Jedná se o společenskou událost, při které se sejde větší část scény. Na místě bývá hudba a občerstvení. Pro malování na jamech si spříznění writeři často vybírají shodné barvy, jejich piecy na sebe navazují a vznikají **produkce**.

Konflikt mezi jednotlivými writery, případně celými crews je **beef**. Ten může vyústit ve škrtnání či tagování do rivalových pieců – **crossení**. **Přejíždění** – překrytí celého piecu vlastním. A v extrémním případě ve fyzický konflikt, či okradení o barvy – **obránění**. Akce, při které se musí od rozdělaných pieců utíkat před ostrahou (**sekerou**) či policií je **zdrhačka**. Neúspěšná zdrhačka končí zadržením neboli **zholem**. Spolupracovník s policií, práškač, je **snitch**.

4.4. Mikro-média

Thornton (1995) zavádí pojem mikro-média pro úzce zaměřená média různých forem, od nejzákladnějších podomácku vyráběných zinů po nejnovější digitální interaktivní technologie, která mají mezi členy subkultury velkou důvěryhodnost a přispívají k jejímu chodu. V kontextu graffiti subkultury hrály černobílé ziny a barevné magazíny zásadní roli. Před rozmachem internetu a sociálních sítí se jednalo o jediný spolehlivý informační a inspirační zdroj a také o formu komunikace mezi navzájem geograficky oddělenými scénami/idiokulturami z různých měst a států.

Mít fotky svých pieců a panelů otištěné v magazínech, které na pražské scéně vznikaly již v devadesátých letech, bylo (a stále je) pro writery zadostiučiněním a validací vlastní práce. Editoři i kvůli omezenému rozsahu, který je s tištěným médiem spojený, kladou na kvalitu věcí, které otisknou vysoké nároky. Přesun graffiti na sociální sítě a v dnešní době především Instagram význam editorské práce upozadil.⁸

MONO: „Ta selekce mi vlastně dneska trošku chybí. Tím nemyslím nějakou exklusivitu, hrát si na to, kdo je lepší nebo tak. Zkrátka ten magazín dělá někdo, kdo má nějaký vkus. Je to editorskej počín a vybíráš tam věci v nějakým směru. Dneska těch informací máš hodně, ale toho kontextu máš málo.“ (The City Survival podcast #12, 2023)

Rozmach internetu, vznik sociálních sítí, dostupnost a množství open-source softwaru na sazbu, či střih videa tvorbu mikro-médií demokratizoval. Digitální technologie ovšem klasické ziny, ale i na výrobu nákladnější a profesionálnější magazíny téměř vymýtily.

TCS: Ty děláš ziny, zajímalo by mě proč. Abys měl vzpomínky, nestačí ti jen fotoalba, nebo je za tím nějaký koncept?

MONO: Baví mě ta tištěná forma. Je to papír.

TCS: Vnímáš to tak, že ten analog s sebou přináší něco navíc? Že má jinou hodnotu než ten displej?

MONO: Je to papír, není to obrazovka. Jsou to jiný světy, ale i na internetu můžeš dělat časák. Ale mě baví práce s papírem, si to svážu, vymyslím si jak to má vypadat. (...) Mám ziny rád, je to jednoduchý médium, můžeš ukázat kamarádům cos udělal, je možný se o tom pobavit. (...) Většinou si to tisknu sám, mám nástroje jak ten zin zknihavit, vytisknout, dělat tak jak chci a když je o to zájem, tak to rozšířím a prodám někam do zahraničí.

TCS: Jsou to takový sběratelský items. Já mám rád sbírání věcí a tohle je jedna z věcí, která zpětně po letech bude oceněná. Ty ziny, který jsi dával do oběhu, víš jaký o to byl zájem? Vždycky se to vyprodalo?

MONO: Vždycky se to vyprodalo, ale je paradoxní, že na tý pražské scéně o to není zájem a spíš se to vysellilo do zahraničí. Trošku tady ta kultura chybí. Přije mi, že je to strašně hezký médium a

⁸ Viz Figure 3 38

jednoduchý. (...) Může to být černobílý, můžeš jít do copy centra, tam si to okopírovat. Může to být pár stránek a může z toho vzniknout event, že se seznámí lidi, podívají se na to a je to příjemnej druh akce, kde se o něčem bavíš, něco ukazuješ, podrobí se to kritice. Trošku mě mrzí, že to tady nikdo nedělá.

Historicky existovalo velké množství blogů, mapujících situaci na pražské graffiti scéně (například weby graffiti shopů⁹). S rozšířením Instagramu jejich význam a aktivita autorů upadá. Na Instagramu se dnes nové graffiti objevuje v řádu několika hodin od svého vzniku. Často ho ani nepublikují samotní writeři, ale anonymní účty takzvaných *spotterů*, kteří na svůj profil systematicky nahrávají všechny nové piecy a panely, na které narazí. Jediným aktivním blogem klasického stylu s kvalitními fotografiemi, které prošly částečnou selekcí je blog *Les Truffles Fraiches*¹⁰.

JN: Kupuješ si časáky?

R3: Koukám na Instagram. Kupuju si občas, ale moc ne.

JN: Mít v fotku v časáku je ale větší fame, než když to nahodí náhodnej spotter ne?

R3: Ten časák se dostane k víc lidem. Instagram mám soukromej. Ale do toho *Concrete* občas nahazujou uplný sračky. To často nemám rád, když to nahazují ty spotteři. Jediněj kdo mi nevdá, kdo dělá fotky, jsou ty lanýže.

JN: On umí fotit, jeho fotky vypadají dobře.

R3: A přitom fotí na nějakou sračku docela, mega starou polozrcadlovku. Ale on je trochu upravuje ještě, kontrast nebo něco takovýho. Kdežto ty spotteři na Instagramu neuměj vůbec, nějakěj *Photogr* ty vole. Jeden piece vyfotí desetkrát a desetkrát ho tam nahodí.

JN: Ty máš Instagram soukromej, ale nenahazuješ celý věci, vyfotíš třeba jedno písmeno z panelu.

R3: Občas přidám příspěvek, třeba jednou za měsíc. Když ten panel udělám, tak si ho vyfotím a nahodím jenom tu část, aby followers věděli, že se zadělalo. Jinak tam toho nedávám moc.

Záplava graffiti z celého světa na Instagramu má vliv i na vzhled samotného graffiti. Rozdíly mezi dříve jasně rozlišitelnými styly jednotlivých měst se stírají. Stejně tak dochází k přesunu graffiti mimo obvyklé městské kulisy. Fotografie pieců na Instagramu postrádají kontext a někteří writeři se dobrovolně stáhli z ulic a vyhledávají fotogenická a klidná místa.

Graffiti videa jsou tradiční formou sebe prezentace jednotlivých writerů nebo crew, kteří touto formou mohou ukázat své nejlepší piecy, hard-core akce, pochubit se zdoláním exotického systému či získáním netradičního modelu do své „sbírky“. Život jim komplikují instagramoví spotteři, kteří jejich piecy a panely publikují a natočené záběry tím zastarávají. Premiéra videa je

⁹ [Grafficon](#) a [Graffneck](#)

¹⁰ [Les Truffles Fraiches](#)

společenskou událostí, probíhá typicky v klubu a bývá spojena s mejdanem. Atmosféra při promítání připomíná fotbalový zápas. Publikum ocení každý panel potleskem a skandováním. V Praze má dlouholetou tradici mejdan *Kick The Shit* spojený s premiérou stejnojmenného videa, mapující aktuální stav pražské scény.

4.5. Kvantita versus kvalita

Poslouchat (nebo neposlouchat) hip-hop, nosit tričko s logem graffiti shopu a outdoorovou bundu, kupovat a sbírat nejnovější magazíny z celého světa, vědět kdo je toy a kdo král, to všechno jsou jen dílčí faktory, které větším nebo menším dílem přispívají k celkovému subkulturnímu kapitálu jedince. Nejzásadnějším a v podstatě jediným kritériem je samotné graffiti – tagy, throw-ups, chromy, piecy a panely. Věčná otázka zda je důležitější kvantita, nebo kvalita je snad největší klišé graffiti subkultury.

K zisku pomyslných bodů a posunu v hierarchii směrem vzhůru je třeba být aktivní. Svě jméno se writeři snaží rozšířit po městě v co největším počtu. Graffiti na rušných či střežených místech má přirozeně větší prestiž a stejná úměra platí i co se velikosti týče. Pospřevování celého vagonu metra zajistí autorovi více slávy než drobný podpis fixou na městské periferii. Sebetalentovanější writer si sice může vydobít respekt scény i bez toho, aby byl přehnaně aktivní, nikdy se ale nestanem králem. Ten musí mít svoje věci jako razítka rozetá po celém městě. V ulicích, na tratích, legálech i vlcích.

PLEBE: „Já si myslím, že abys byl king, tak tě musej prostě poznat i lidi, který graffáče nezajímaj. Řikaj si: „Todle už vídám tak často, že to znám, i když mě to nezajímá, nechci aby mě to zajímalo, ale prostě to tam je a Ježiši támhle je to zase.“ (The City Survival podcast #16, 2023)

S aktivitou a soutěživostí souvisí i snaha některých writerů posbírat (pomalovat a hlavně vyfotit) co nejvíce modelů vlaků/metra a co nejvíce systémů v různých městech a státech po celém světě. Zdolání metra v exotických destinacích na druhé straně světa přinese větší množství sociálního kreditu, než panel na pražském CityElephantu, který má kde kdo.

JN: Chceš posbírat všechny modely a různý systémy?

R3: Je dobrý mít hodně modelů, to se mi líbí. Radši pojedu do země, kde jsem ještě nebyl a udělám model, kterej jsem ještě nedělal, než ten co sem dělal. (...) V Berlíně jsem dělal metro třeba desekrát, ale furt mě to baví. Ale je dobrý to sbírat, líbí se mi to. Nebaví mě, když je ten vlak na hovno. Nový vlaky jsou hnusný plastáky, pokud je to nový metro tak ok, ale pokud je to lokální plastovej vlak, to mě ani nebaví to dělat, ani se mi nechce na to malovat tyvole. Teď jsem v Itálii dělal jeden vlak co je novej, vyfotil sem si to na analog, ale už se na to asi nikdy nepodívám na ten piece.

JN: Fotíš si všechno co uděláš?

R3: Jo, já to dělám kvůli té fotce. Hlavně abych měl dobrou fotku. Když vim, že ten vlak pojede jenom jednou, tak na to čekám. To malování ti zabere nejmenší úsek. Nejvíc ti zabere vymyslet to, nějak se tam dopravit, zajet pro barvy, pak na to čekat, nahánět to. Kolikrát to projede jenom jednou a musíš fakt mít dobrou fotku, protože jestli si to nevyfotíš, tak fotku mít nebudeš tyvole. Tak to fotíš na tom místě a pak to fotíš ještě v trafficu, když to jede.

R3: Když vim, že to ani nevyjede, tak si to vyfotím na tom místě samozřejmě. Kdybych věděl, že si to ani nevyfotím, tak to asi ani dělat nebudu, protože bez té fotky to dělat nechci. Leda by to byl nějaký model co nemám.

Do hry ale vstupuje i druhá dimenze. Cení se jistá umělecká a technická úroveň provedení písma, barev a celkové kompozice neboli styl. Pomyslným ideálem je pak samozřejmě kombinace kvantity a kvality. Historicky lze rozlišit styl charakteristický pro každé město. S internetem dochází k mísení a stírání rozdílů, protože nekonečný zdroj inspirace si dnes každý writer nosí v kapse.

Praha byla vždy více než Amerikou, kolébkou moderního graffiti, ovlivněna německými městy jako Norimberk, Dortmund, ale především Mekkou evropského graffiti Berlínem. Na přelomu tisíciletí se prominentní writer Vladimírem 518 snažil skrze „výuku“ nově příchozích writerů vytvořit specifický pražský styl, což se mu částečně povedlo. Tento přístup ovšem vyústil v jistou uniformnost pražského graffiti v následujících letech. Reakcí na machistické tendence o vystavení základních pilířů scény na sílu byl vzestup infantilního a záměrně nedokonalého graffiti, reprezentovaný CAP crew. Ti se se svými piency dobrovolně přesunuli do opuštěných továren a squatů, a na legálních zónách přejížděli stylově vybroušené piency tehdejší elity obrázkami klád.¹¹

Fenomén prvoplánově nelibivého graffiti, které mnohdy imituje výtvořů úplných začátečníků, takzvaný thrash-styl, není jen pražskou specialitou, ale jedná se o významný proud, který je přítomný například i v Berlíně. Mnozí veteráni scény přirozeným vývojem, tendencí experimentovat a hledat jiné formy a obsahy našli krásu ve zdánlivé nedokonalosti a naivitě.¹² Toho se chytili mnozí nově příchozí, kteří k nelibosti staromilců neprošli požadovaným uměleckým vývojem.

Graffiti v Praze je dnes pestrou směsicí různých stylů. Nalezneme zde zastánce staré školy, ale i příznivce alternativních přístupů, vzdorující graffiti establishmentu. V ulicích, ve kterých každým rokem přibývají kamery, je kladen důraz především na rychlost. Používají se tak speciální spreje s vysokým tlakem či v extrémním případě hasicí přístroje naplněné barvou, díky kterým je možné v krátkém čase pokrýt relativně velkou plochu barvou. Zjednodušují se i tvary písmen a v

11 Viz Figure 4 39

12 Viz Figure 5 39

centru města lze jen výjimečně narazit na vícebarevné piecy. Pražský styl možná nejlépe charakterizuje to, čím není. Líbivé graffiti amerického stylu (3D písmena, šipky), které je pro laika snadno stravitelné vlivem populární kultury a komodifikace. Vždy se tu kladl větší důraz na tvar písmen a jistou strohost, než na prehnaně zdobené a líbivé piecy.¹³

4.6. Scéna

Ač se to na první pohled nemusí zdát, je graffiti subkultura uzavřená sama do sebe. Identita, autentičnost a hierarchie tvoří základy hry, kterou mezi sebou sprejeři hrají. Posprejování fasády v centru města, kterou denně uvidí tisíce lidí není zpráva určená široké veřejnosti, ale úzkému okruhu místní idiokultury - scény. Ta se přirozeně koncentruje kolem graffiti shopů, které jak jsem ukázal v předchozích kapitolách, mají na fungování scény zásadní vliv.¹⁴

JN: Je scéna v Praze rozdělená na partičky lidí co spolu chodí malovat, jednotlivý crews, nebo drží pospolu?

R3: Docela drží, většinou teda maluješ s těma stejnejma lidma furt, ale většinou se všichni znaj. Ani mi nepřijde, že by tu byla nějaká velká rivalita. Jsou tady ty shopy Graffneck a Grafficon. Do Graffnecku chodej spíš lidi co nemalujou, takový laikové.

JN: Tak on je to trochu art store, vedle prodávají vinily.

R3: Je to art store spíš no. Grafficon je takovej obchod pro writery. V tom Graffnecku nemaj moc ani výběr, v Grafficonu mají lepší barvy za mě. Je to víc underground. V Graffnecku se teda líp fellí, máš tam lavičku. V Grafficonu když je tam 5 lidí, tak si tam úplně namačkanej. Tam třeba fellej lidi, že tam jdou na pivo, ale seš tam takovej stísněnej.

JN: Ale ty shopy se dřív hrotily mezi sebou ne?

R3: Protože ***** dlužil prachy Graffnecku, a ***** to chtěl zaplatit hnedka teďka, on to nezaplatil a tak na něj podal trestní oznámení. (smích)

R3: V Graffnecku pracuje *****, *****, *****, ale ten ***** maluje i s lidma z Grafficonu kde dělá ***** a *****, ale ty krámy se mezi sebou nesnášej, jako ty majitelé, kvůli těm sporům.“

JN: Takže scéna drží pospolu?

R3: Mně přijde, že tu není, že by se někdo s někym vyloženě hejtoval. Třeba tu byl ten beef **WATT** s **SYT**, jak jim seškrtali všechny ty **WATT**. To bylo vtipný, to nechceš. Ale tak nemůžeš jít do beefu vole, když děláš crew ve dvou lidech, s crew kterou dělá 30 lidí. To je asi jasný jak to dopadne. (smích)

R3: Spíš se tu lidi mezi sebou pomlouvaj, ale ne že by se vyloženě hejtovali. Ve výsledku každé maluje s každým. Když jseš aspoň trochu dobrej, maluješ s ostatníma. Když seš toyák, tak je jasný, že nemaluješ.

13 Viz Figure 6-11 40

14 Viz Figure 13 43

4.7. Hierarchie

Scéna je striktně hierarchicky rozdělena. Starší, zkušenější členové s větší mírou subkulturního kapitálu si k nováčkům a toyům mohou dovolit lecos. Škrtnání pieců, které nesplňují domnělé standardy, přejíždění pokud není na legální zóně dostatek místa nebo se jedná o žádoucí spoty v ulici a v extrémním případě i obírání o barvy před graffiti obchody či na legálních zónách či fyzický atak.

Tento status quo bývá ze strany nováčků většinou přijímán. Souvisí to s faktem, že se o graffiti začínají zajímat v poměrně útlém věku. Moji respondenti, ale i hosté zmiňovaného *The City Survival* podcastu se shodují, že jim ilegální nápisy na stěnách učarovali zhruba kolem sedmé třídy základní školy a aktivně se graffiti věnují od patnácti let. Návštěva graffiti shopu, nákup barev, nebo setkání se staršími writery tak bývá pro v té době ještě mnohdy děti stresující zážitek.

TCS: Obral jsi někdy nějaký toye?

OIPSE: Jo, třeba to nemuseli bejt ani toys, ale udělali nějaký přešlap a muselo se to vyřešit takle. Většinou pak samy uznaly tu chybu a zaplatili. (...) Na mě jednou takovej dle fracek zavolal normálně fízly na Těšnově. Sem tam měl piece, jak vjedeš do tunel po pravý straně, to není legál. A odpoledne tam dělal nějaký malej fracek. Mu říkám: „Hele, přejíždíš můj piece a za druhý to není legál. Ses posral úplně, buď ti tady dám pár facek, nebo mi odevzdej barvy.“ On začal vyšilovat a začal normálně volat fízly, sem jako nevěřil vole, jak ho to napadlo. Tak sem mu vzal barvy a odešel rychle.

TCS: Jak vnímáš vývoj scény po straně lidí? Pozoruješ změny?

OIPSE: To je jasný. Já jsem chodil jako dítě do toho Sametu¹⁵, nebo dítě, bylo mi třináct čtrnáct vole, a fakt jsem se styděl a bál sem se tam jít. Teďka už pár let tyvole jsou oprsklý.

TCS: A je to špatně?

OIPSE: Myslim si že jo, myslim si, že by měli mít nějakou přirozenou pokoru, nechat si poradit v něčem a tak.

Tuto vnitřní stratifikaci je možné sledovat na jamech – plánovaných hromadných akcích na legálních zónách. Graffiti obchody zajistí podetření celého legálu a na místě prodávají účastníkům barvy a občerstvení. Největší a nejvyhlášenější legální zónou v Praze je Barrandovský most, který kromě mostních pilířů zahrnuje i stěny přilehlých podchodů a nadjezdů. Nejlepší místa na hlavní stěně pod Strakonickou ulicí, ke kterým je nejsnazší přístup z cyklostezky vedoucí po břehu Vltavy, a na které je z druhého břehu a z mostu nejlepší výhled, jsou na těchto akcí rezervována pro současnou elitu a jejich přátele, případně pro zasloužilé veterány. Ostatním writery bez konexí a rezervace nezbyvá nic jiného, než přijít v dostatečném předstihu a vybrat si ze zbylých ploch, na kterých se obtížněji maluje a výsledné piecy se také hůře fotí. Někteří jsou nakonec nuceni malovat

¹⁵ Dnes již neexistující graffiti shop na pražském Žižkově.

po kolena v Dalejském potoce, který do Vltavy vtéká ze západního břehu severně od Barrandovského mostu a jehož vybetonované koryto je součástí zóny.

Obecně je ale dnešní pražská scéna mnohem méně radikální a striktně hierarchická, než tomu bylo před dvaceti lety, nebo v období po vydání filmu *Gyml* v roce 2007, který ke graffiti, alespoň na chvíli, přivedl celou generaci dětí. Dnes už nikdo nevybírání barvy za rohem u shopů a stylové nedostatky se řeší spíše komentáři na Instagramu, než pěstmi. Minimálně ulice a legální zóny jsou dnes pro začínající writery přístupnější.

JN: Když dneska někdo dělá sračky na streetu, tak se to moc neřeší. Maximálně si o něm lidi říkají že je toy, ale panely se řeší ne? Viděl jsem jezdit seškrtný panely.

R3: Na ulici může jít kdokoli za mě. Nějak mě to nenasere, když vidím sračko-piece na ulici, ale když vidím sračko-piece na panelu, to jo.

JN: Protože provaří spoty?

R3: Bůhví jak to tam vypadá, když to tam dělají. Někdo je uvidí a akorát ten spot provařej. Ale hlavně na vlak nepatřej hnusný piecey.

JN: Takže je to kombinace

R3: Je to obojí, já jsem taky nechodil hnedka na vlak. Taky sem maloval několik let předtím, než jsem šel udělat vlak. Až když to nějak vypadalo.

4.8. Vztah s veřejností

Světónázor writerů je v přímém rozporu s dominantní kulturou a o graffiti lze hovořit jako o kontrakultuře. Největším rozdílem je vztah k veřejnému a soukromému majetku, na němž se proti vůli majitelů realizují. Graffiti na legálních plochách, muraly a komerční zakázky neberu v potaz, neboť se podle mě jedná o umělecké vyjádření, které s tradičním, ilegálním graffiti sdílí pouze formu.

Nadšení a otevřenost společnosti devadesátých let směrem ke graffiti klesá úměrně s přibývajícím množstvím ilegálního graffiti v centrech měst a množstvím pomalovaných vagonů. Od roku 2001 je v České republice díky § 257b sprejerství respektive poškozování cizí věci postříkáním barvou trestným činem. Teroristické útoky z jedenáctého září téhož roku přinutily instituce po celém západním světě přehodnotit bezpečnostní politiku. Pryč je doba, kdy si writeři během akce objednávali přímo do depa pizzu a soupravy metra stály pod širokou oblohou bez dohledu kamer a ochranky. Vztahy mezi graffiti subkulturou a většinovou společností zastoupenou policií, případně bezpečnostními agenturami se vyhrtyly.

EXIST: Teď jsem nedávno četl diskuzi pod reportáží o pomalovanejch vlacích, jak jsou hodně zbombený teď a někdo tam úplně vážně píše: „Dokud za to nebude patnáct let na tvrdo, tak se neposuneme dál.“ A není to ojedinělý. Čteš to a říkáš si, co se to děje?

PLEBE: Já si myslím, že spousta lidí co tam píše ani tím vlakem nejezděj, že by je sralo, že neviděj z okýnka, nebo tak. Je prostě jenom sere, že něco se dělá jinak. A já se jim vlastně nedivím. Já nejsem člověk, kterej by se k tomudle měl vyjadřovat. Mám absolutně to vnímání tak pokřivený, že mi to přijde v pořádku. Já si uvědomuju, že se to nemá. Že je to něčí věc, kterou kdyby chtěl mít pomalovanou, tak o to někomu řekne.

EXIST: Tak to je úplně jasný, to si uvědomujeme asi všichni. Ale přece jenom, že někoho napadne patnáct let natvrdo, což není ani za vraždu, tak mě to přijde úplně pomatený.

PLEBE: Vražda není zdaleka tak strašná věc, jako když pomaluješ vlak. (smích)

Největší kontroverze mezi většinovou společností budí všudypřítomné tagy, které jsou v očích nepoučených laiků nesmyslnými čmáranicemi. Líbivé barevné piecy na legálních zónách, které můžeme vídat i v reklamách cílících na dospívající mládež a velkoformátové muraly, vznikající na zakázku soukromých nebo veřejných subjektů, bývají přijímány bez námitek. Zkratka barevný obrázek = dobrý vs. tagy = čmáranice – špatný je mezi lidmi široce rozšířená. Důkazem budiž diskuze pod články zmiňující graffiti na zpravodajských webech. Writeři si toho jsou vědomi a před veřejností se zpravidla svoji práci nesnaží obhajovat.

TCS: Myslíte si, že si k tagům lidi najdou cestičku?

PLEBE: Já si myslím, že ne.

EXIST: Já si myslím, že se to mění, jako se mění všechno. (...) Ten stereotyp, že ten obrázek je hezkej a ta čmáranice je ošklivá by se mohl pohnout trošku dopředu. Že by těm lidem mohl někdo říct, že i ten tag může být krásnej, nebo že je krásnej.

PLEBE: To je o tom, jak tu krásu v životě hledáš

EXIST: S tím obrázkem se dokáže stotožnit každej.

PLEBE: Spousta lidí si myslí, že dobrej malíř je ten, kterej dokáže namalovat jablko, který vypadá jako jablko.

EXIST: To je strašný no. A takovejch lidí je hodně si myslíš?

PLEBE: Takovejch lidí je drtivá většina a jsou to lidi, který se ti můžou zdát, že jsou docela chytrý.

EXIST: Takže je to otázka osvěty. Druhá věc je, že nějaké celková výtvarná nebo estetická osvěta je marginální. Tady pořád ten veřejnej prostor je často otřesnej sám o sobě. Lidi nejsou zvyklý řešit to jak věci vypadaj.

PLEBE: A hlavně je to hezký hrozně ošemetný slovo. Když se někde udělá nějakej mural, vrámci tady byla šedivá zeď a teď vám na to namaluju jeřáby vole a píčoviny a třeba to může bejt i hezký. (...) Já si každopádně myslím, že nikdo nemá právo nikoho soudit za to, že to přejede throw-upama. Ty throw-upy tam patří víc, než nějaká zkurvená zakázka, i kdyby byla stokrát nejkrásnější a byla tam paní se sluchátkama, která venčí psa, tak nasrat. (smích)

5. Závěr

V předchozí kapitole jsem popsal a rozdělil subkulturní styl pražské graffiti scény podle dimenzí představených výzkumníky z CCCS. Graffiti a hip-hop – hudba, oblečení a vizáž, slang/argot, ale hlavně samotné graffiti, které je projevem poslední dimenze, tedy vystupování/rituálu. Své závěry a popis jsem se vždy snažil ilustrovat úryvky z rozhovorů a protože je graffiti především vizuálním fenoménem, také s pomocí nemnoha fotografií. Pro hlubší rozbor „pražského stylu“ by vhodnějším médiem než je bakalářská práce, byla spíše fotokniha.

Graffiti je společně s dýdžejingem, rapem a breakdancem tradičně vnímáno jako jeden ze čtyř pilířů hip-hopu. V české společnosti ovšem hip-hopová subkultura vzniká až po postrčení, které přichází z prostředí pražské graffiti scény. Zakládající postavy českého hip-hopu vzešli z řad writerů a došlo tak k vzájemnému propletení obou subkultur, které je patrné ještě během prvních deseti let nového tisíciletí. Přední postavy současné generace rapperů z graffiti prostředí nepochází a spojení udržují především veteráni či undergroundoví umělci. Ani obliba hip-hopu mezi writery není universální a občasný výskyt rapu ve formě hudebního podkladu graffiti videí příkládám jeho celosvětové popularitě mezi dospívajícími než subkulturnímu stylu.

Graffiti je ve své podstatě kontrakulturou, která se opírá o vandalismus. Být na první pohled jasně identifikovatelný a odlišitelný od zbytku společnosti nemusí být pro její členy výhodné ani žádoucí, na rozdíl od subkultur, které stojí na hudebním či zájmovém základě. Oblečení, které je pro writery typické se nijak zvlášť neliší od běžného street-wearu, který je populární mezi městskou mládeží. Identifikátorem mohou být outdoorové bundy (ale ne péřovky) The North Face, kšiltovky, tenisky Nike či New Balance a taštičky přes rameno. Více mohou napovědět tetování a designy triček, na kterých se objevují vlaky, spreje, trysky, ostnaté dráty, pákové kleště či nápisy „A.C.A.B.“, „Praha City Represent“ a podobné. Naopak graffiti motivy na oblečení designových značek bude pravděpodobně falešnou stopou.

Slang graffiti writerů pochází vzhledem k původu moderního graffiti z angličtiny. Dochází ovšem k počest'ování a záměrnému komolení původních výrazů: „Filiny na panelech se dělají fetkepem a bez čeka se ze spotu bude zdrhat.“ Některé z výrazů mají ve spisovné angličtině jiný význam a jejich používání má svůj smysl v utajení pravého významu. Jedná se o argotismy.

S rozvojem internetu a sociálních sítí, především Instagramu, klesá význam mikro-médií, která scénou kolují. Historicky se jednalo o studijní materiály a formu komunikace, mezi vzájemně geograficky oddělenými scénami různých měst. Otištění fotky v magazínu dříve zajistilo nehynoucí slávu. To je v dnešní době a záplavě graffiti na internetu paradoxně opět relevantní. Vytištěná

fotografie na kvalitním papíře má větší hodnotu, než příspěvek na sociální síti. Z magazínů se vlivem komodifikace stalo konzumní a sběratelské zboží, jehož vlastnictví ovšem přispívá k subkulturnímu kapitálu jedince.

Writeři na graffiti oceňují zaprvé kvantitu – primitivní touhu být ve městě co nejvíc vidět, pomalovat co nejvíc druhů vlaků, mít svůj podpis na každém rohu. A za druhé kvalitu – stylovou vytříbenost, ke které vede dlouhá cesta, hodiny a dny strávené skicováním na papír a malováním sprejem v jehož důsledku jsou písmena každého z writerů na první pohled jasně identifikovatelná. Writer, který dokáže obě disciplíny skloubit a zůstane malování roky věrný, se může po pomyslném žebříčku dostat až na samý vrchol a stát se králem svého města.

Tato dualita je podle mě důvodem, proč graffiti přitahuje dva vzájemně odlišné druhy lidí. Pro jedny je přitažlivý samotný akt vandalství, vzpoury proti systému, kterým kompenzují svoji socioekonomickou situaci či nefunkční mezilidské vztahy. Pro druhé je graffiti formou uměleckého sebevyjádření s lehce romantickým nádechem zakázaného ovoce a dobrodružství. Graffiti subkultura tak v sobě spojuje dealery drog, fotbalové chuligány a podobné živly se studenty umění a architektury se zcela odlišným zázemím a kulturním kapitálem.

Clarke (1976) dochází k závěru, že subkultura fetišizující volný čas, je životaschopná jen do té doby, dokud je schopna odolávat tlaku ostatních oblastí jako je rodina a zaměstnání. V subkulturách neexistují kariérní vyhlídky jako takové (Cohen 1972). Graffiti obchody slouží jako místo setkávání scény a organizují akce jako jamy či promítání graffiti videí v klubech. Zároveň umožňují svým majitelům a úzkému okruhu přátel z tvrdého jádra scény ustát tlak, který na ně dominantní společnost vytváří. Běžné zaměstnání není s graffiti dobře slučitelné a tak je brigáda za pultem a prodej barev vítanou alternativou. Pro úzkou skupinu vyvolených se graffiti stává kariérou. Výrobci barev ve spreji na graffiti postavili svůj byznys. Investují do vývoje a na trh dodávají spreje určené pro ilegální graffiti – barvy bez zápachu s vysokým tlakem, které odolávají rozpouštědlům.

Na druhé straně se stal byznys i z odstraňování graffiti z fasád domů a specializované společnosti nabízí ochranné nátěry. Komodifikace se nevyhnula ani mikro-médiím. Ziny a časopisy, které dříve scénou kolovaly volně, se staly prodejním artiklem. Jejich význam jako studijní materiál a forma komunikace mezi geograficky oddělenými idiokulturami ostatně s rozvojem internetu a sociálních sítí upadl. Podnikaví jedinci se chytili trendu posledních let – placených podcastů, a tak lze za měsíční poplatek 5 € odebírat rozhovory s lidmi z českého graffiti prostředí a raritní fotografie či videa.

Graffiti je dobrým příkladem, jak subkultury (kmeny, scény) fungují v současném globalizovaném světě. Její hodnoty a vzorce chování se od většinové společnosti liší a jsou dokonce v přímém rozporu. Nevzniká ale ve vzduchoprázdnu, je s dominantní kulturou provázána a ke své existenci potřebuje urbanizované prostředí. I když subkulturní ideologie konzum a komerci odmítá, je závislá na produkci barev nadnárodními společnostmi. Komodifikaci zároveň probíhá i uvnitř scény samotné, kde podnikaví jedinci přeměňují subkulturní kapitál na kapitál ekonomický.

V průběhu výzkumu jsem narazil na téma, které by zasloužilo více rozpracovat, ale určené zaměření mé práce, ani formální požadavky kladené na bakalářskou práci to neumožnily. Jedná se o vztah genderu a graffiti, které je tradičně vnímáno, stejně jako další subkultury spojené s delikventním chováním, jako čistě mužská záležitost. Většinově to samozřejmě platí, ale v posledních letech je na pražské scéně aktivní historicky největší množství žen. Jsou dokonce členkami nejaktivnějších a nejprominentnějších crews, což je věc, která by podle mého soudu v dřívějších machistických obdobích nebyla možná. Existuje zde čistě ženské uskupení WET, na kterém i odpůrci „holčičího graffiti“ oceňují samostatnost a aktivitu na ulici i vlacích. Jak tento fenomén souvisí s celkovou atmosférou ve společnosti a otevřeností dnešní mládeže, jestli jsou odlišné motivace a přístup, to všechno jsou otázky, na které bych chtěl znát odpověď a byly by vhodným námětem pro další akademickou práci.

6. Seznam použité literatury

- BARKER, Chris. *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-099-2.
- BENNET, Andy. Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style, and Musical Taste. *Sociology*. 1999. 33(3), 599-617.
- CLARKE, John. Style. In: HALL, JEFFERSON. *Resistance Through Rituals*. London: Routledge, 1976. 175-191.
- COHEN, Albert. *Delinquent Boys: The Culture of the Gang*. New York: Free Press, 1955.
- COHEN, Phil. Subcultural Conflict and Working Class Community. Working Papers in Cultural Studies. Birmingham: Center for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1972.
- COHEN, Stanley. *Folk Devils and Moral Panics: Creation of Mods and Rockers*. London: Taylor & Francis, 2002.
- FINE, Gary-Alan. Small Groups and Culture Creation: The Idioculture of Little League Baseball Teams. *American Sociological Review*. 1979. 44(5), 733-745.
- HANES a PLEBE. *Return of the Paper: Prague bombs*. Praha, 2013.
- HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012. ISBN 978-80-7272-197-9.
- HEŘMANSKÝ, Martin a NOVOTNÁ Hedvika. Hudební subkultury. In: JANEČEK, Petr. *Folklor atomového věku*. Praha: Fakulta humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze, 2011.
- JUSTN 63, JANKAY 0811, V518 a MAGIO WORKS 84. *GRID: Czechoslovak graffiti scene selection 2015-2019*. Praha, 2019.
- MCROBBIE, Angela a GARBER, Jenny. Girls and Subcultures. In: HALL, JEFFERSON. *Resistance Through Rituals*. London: Routledge, 1976. 209-222.
- OVERSTREET, Martina. *In Graffiti We Trust*. Praha: Mladá Fronta, 2006. ISBN 80-204-1325-1.
- POHUNEK, Jan. Kultura trampů. In: JANEČEK, Petr. *Folklor atomového věku*. Praha: Fakulta humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze, 2011.
- SVOBODOVÁ, Diana a KAVALOVÁ, Eva. O jazycce autorů graffiti. *Naše řeč*. 1999, 82(5), 245-254.
- THORTON, Sarah. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press, 1995.
- VESELÝ, Karel. Obyvatelé neviditelného města. IN: Vladimír 518. *Kmeny*. Praha: Bigg Boss & Yinachi, 2011. ISBN 978-80-903973-2-3.
- VLADIMÍR 518. *Kmeny*. Praha: Bigg Boss & Yinachi, 2011. ISBN 978-80-903973-2-3.
- VLADIMÍR 518. *Kmeny 0*. Praha: Bigg Boss & Yinachi, 2013. ISBN 978-80-903973-8-5.
- VLADIMÍR 518. *Kmeny 90*. Praha: Bigg Boss & Yinachi, 2016. ISBN 978-80-906019-9-4.

WILLIAMS, J. Patrick. Youth-Subcultural Studies: Sociological Traditions and Core Concepts. *Sociology Compass*. 2007. ½. 572-593.

ZEMAN, Ladislav Poeta. *Českej rap*. Praha: Mej Dej Praha, 2022. ISBN 978-80-908292-0-6.

7. Internetové zdroje

Grafficon graffiti shop [online]. 2017 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.grafficon.cz/>

Graffneck TV [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/@graffnecktv>

Graffneck - Graffiti Shop - pozvánky na akce - kultura [online]. 2019 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://graffneck.cz/>

Kick The Shit Ultra! (2014) [online]. PhatBeatz.cz [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.phatbeatz.cz/kick-the-shit-ultra>

LA4 v ON AIR LIVE! @ Festiwall, 10. 9. 2022 [online]. Kytary.cz, 2022 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=wUrYI6WL9Sw>

Pain – Pořád líp (prod. Magenta) // video [online]. PainDOTS, 2022 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ahpkq8JARKA>

The City Survival podcast [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://herohero.co/thecitysurvival>

@VOODOO808 – FTP (PROD.@VOODOO808) (official music video) [online]. Hypno808, 2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=sxQS0pufFGk>

8. Přílohy

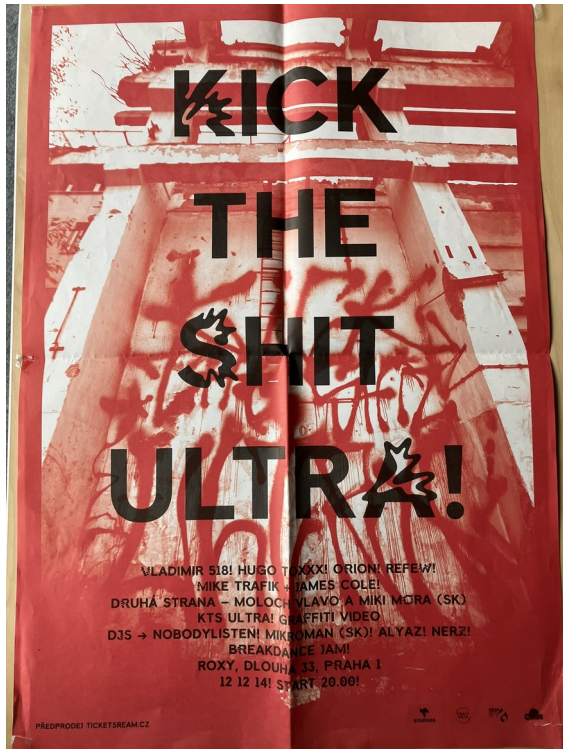


Figure 1: Plakát k legendárnímu mejdanu Kick The Shit Ultra! Design by TRON.



Figure 2: Praha City merch. Design by POIS.

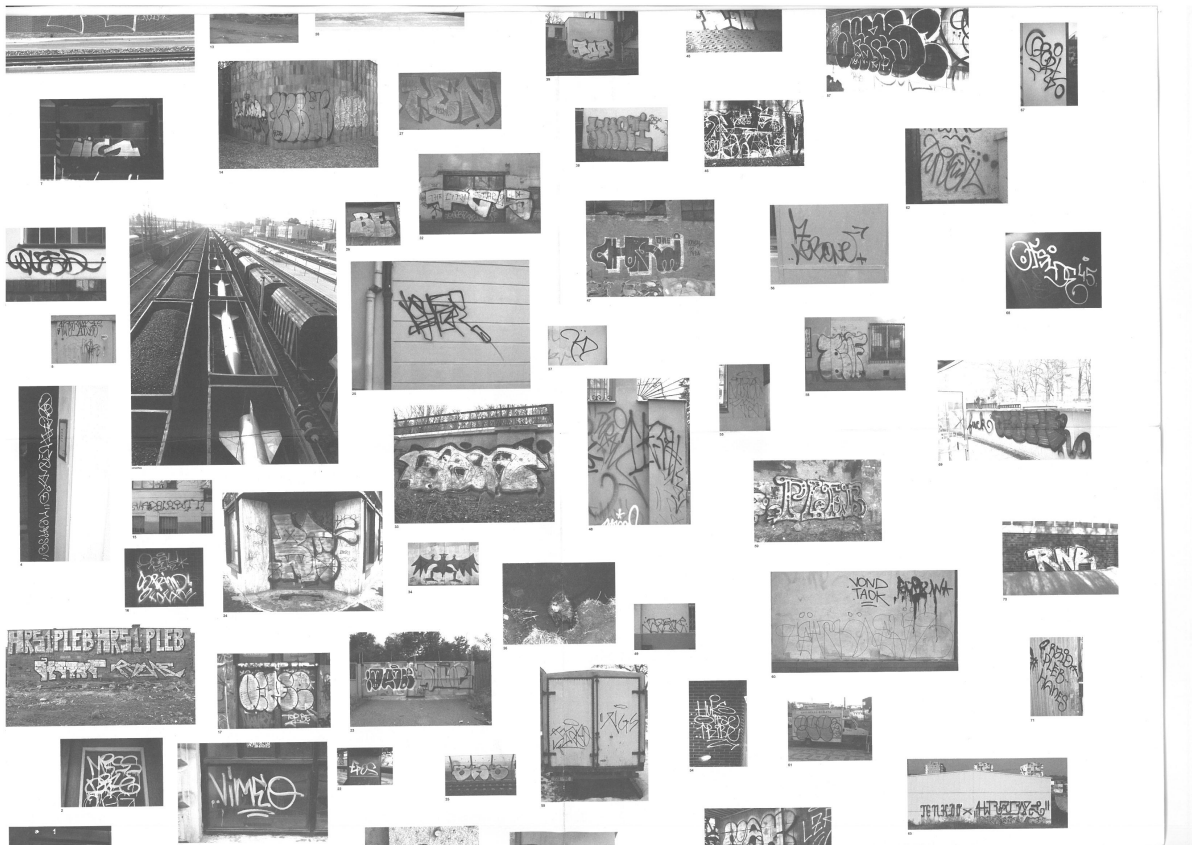


Figure 3: Zine Return of the Paper.

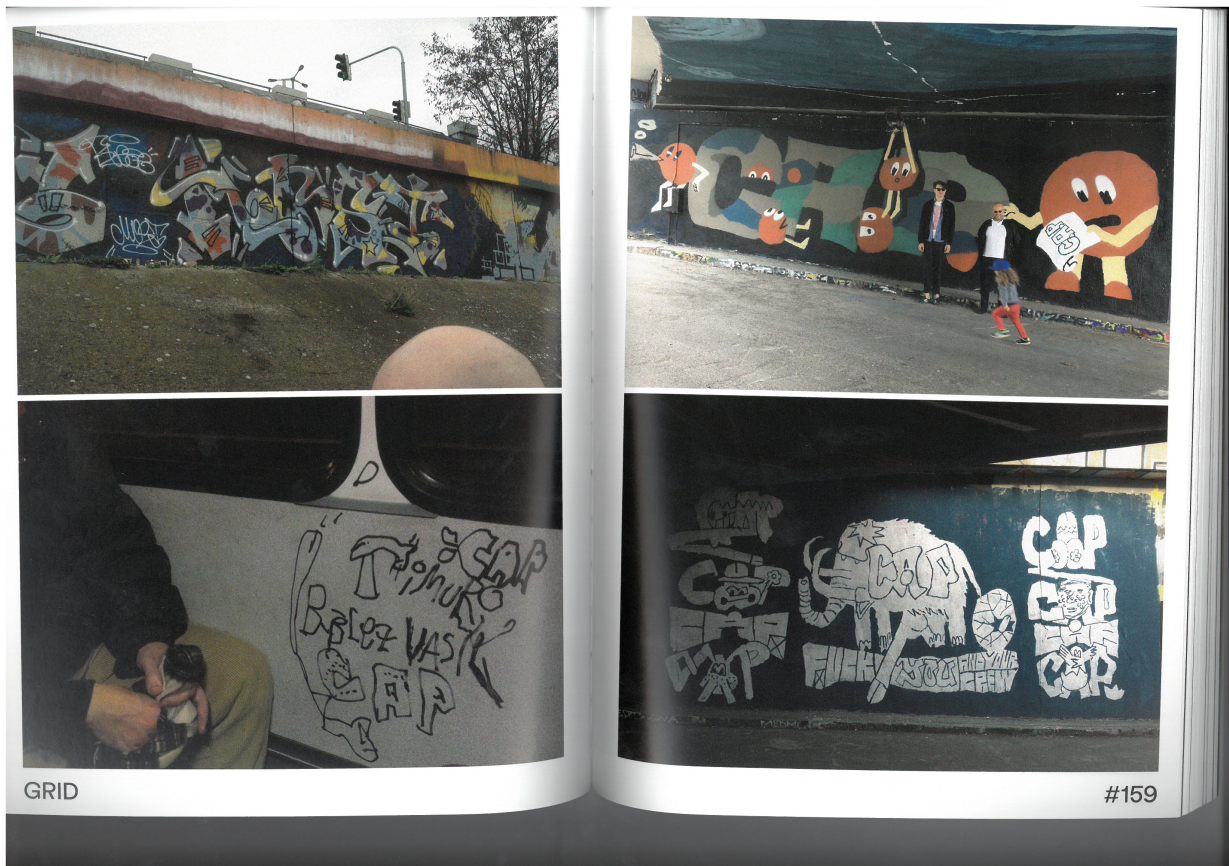


Figure 4: CAP crew selekce v magazínu GRID.



Figure 5: MONO. Návrat k estetice úplných začátečníků.



Figure 6: TED, 2ROCK. Náhodné setkání pieců, které od sebe dělí čtvrt století.



Figure 7: STROY, OIPSE. Propracovanější piecy se přesunuli do železničních koridorů.



Figure 8: NUT, SYT, NOD, KISS. Chromy. Stručné a úderné.



Figure 9: PALER, FATIH. Panely na esku.



Figure 10: KANSER, SPORT. Throw-upy. V jednoduchosti je krása.



Figure 11: FUCK THE BUFF. Vzkaz pro všechny, kterým vadí čmáranice na zdech.



Figure 12: Legální zóna Tešnov v centru Prahy, která přes týden slouží jako parkoviště.



Figure 13: Grafficon. Graffiti shop na Žižkově.

9. Resume

In this thesis I describe the subcultural style of graffiti writers in the contemporary Prague graffiti scene. I draw on the division into dimensions defined by researchers from the British CCCS as: music, visage, slang and performance or ritual. I began the research by analysing narrowly focused micro-media - magazines and zines, but most importantly interviews in the form of the now so popular podcasts.

Together with my contacts, who are concentrated around the graffiti shop Grafficon in Prague's Žižkov district, I visited several events that this shop regularly organizes in cooperation with paint manufacturers in legal zones. I then conducted semi-structured interviews with them, structured around themes identified in the micro-media and dimensions of subcultural style.

Graffiti is traditionally seen as one of the four pillars of hip-hop, along with DJing, rap and breakdancing. In Czech society, however, hip-hop subculture is only emerging after a push from the Prague graffiti scene. The founding figures of Czech hip-hop emerged from the ranks of writers, and thus there was a mutual intertwining of the two subcultures that is still evident during the first ten years of the new millennium. The leading figures of the current generation of rappers do not come from a graffiti background and the connection is maintained mainly by veteran or underground artists. Nor is the popularity of hip-hop among writers universal, and I attribute the occasional appearance of rap as background music in graffiti videos to its worldwide popularity among teens rather than to a subcultural style.

Graffiti is essentially a counterculture that relies on vandalism. Being clearly identifiable and distinguishable at first glance from the rest of society may not be advantageous or desirable for its members, unlike subcultures that are based on music. The clothing that is typical of writers is not particularly different from the common street-wear that is popular among urban youth. The North Face's outdoor jackets (but not puffer jackets), baseball caps, Nike or New Balance sneakers and shoulder bags may be identifiers. Tattoos and T-shirt designs featuring trains, spray cans and caps, barbed wire, bolt cutters, or signs such as "A.C.A.B" or "Prague City Represent" may be more revealing. Conversely, graffiti motifs on designer brand clothing are likely to be a false trail.

The slang of graffiti writers comes from English, given the origins of modern graffiti. However, there is a tendency to reduce and deliberately collocate the original expressions. Some of the expressions have a different meaning in written English and their use has a purpose in hiding the true meaning.

With the development of the internet and social networks, especially Instagram, the importance of micro-media circulating through the scene is decreasing. Historically, these were learning materials and a form of communication, between geographically separated scenes in different cities. The publication of a photo in a magazine used to ensure fame. This is paradoxically relevant again in today's times with the flood of graffiti on the internet. A printed photograph on quality paper is worth more than a social media post. Magazines have become consumer and collectible goods due to commodification, but their ownership contributes to the subcultural capital of the individual.

Graffiti writers value quantity first - the primitive desire to be seen as much as possible in the city, to paint as many kinds of trains as possible, to have their signature on every corner. And secondly, quality - the stylistic refinement that comes from a long journey, hours and days spent sketching on paper and spray painting, resulting in each writer's letters being clearly identifiable at a glance. The writer who can combine the two disciplines and remain faithful to painting for years can climb the imaginary ladder to the very top and become the king of his city.