



# AMOR FATI

czasopismo interdyscyplinarne

**Cultura  
animi** Przestrzenie  
myśli.  
Przestrzenie  
kontr-  
kultury.

# „HIPSTER TO TYLKO SŁOWO”.

## NIEPOROZUMIENIA WOKÓŁ POJĘCIA A NOWE ZJAWISKA KONTRKULTUROWE

*‘Hipster is just a word’.  
Misconceptions of the issue in regard  
to new phenomena in the counterculture*

**ALEKSANDRA SZNAPKA**  
*Uniwersytet Śląski w Katowicach*

**Słowa kluczowe:** hipsteryzm, globalizacja,  
wybory konsumenckie, klasa kreatywna,  
lokalność.

*„I see this concept as an evolving **mythology**, an imagined idea  
– a stereotype – rather than an objective sociological category.  
It’s an evolving narrative shaped by the public discourse”<sup>1</sup>.*

### NIEPOROZUMIENIA

Nie pamiętam, kiedy pierwszy raz użyłam słowa *hipster*. Nie pamiętam też, ile razy w dyskusjach ze znajomymi występowałam w roli eksperta (dziś wiem jak bardzo na wyrost!), zawsze podając inną roboczą definicję. W międzyczasie zainteresowanie tematem opadło zarówno po stronie mediów, jak i w przestrzeni prywatnych rozmów. Takie bywają losy leksykalnych trendów. Spadek popularności danego słowa nie oznacza jednak zaniku

---

<sup>1</sup> „Koncepcję tą rozumiem jako ewoluującą mitologię – wyobrażoną ideę – stereotyp – bardziej niż obiektywną kategorię socjologiczną. To ewoluująca narracja, kształtowana przez publiczny dyskurs” – tłum. własne. Arsele Z.: *We Asked an Expert Why People Hate Hipsters*. Rozmowę przeprowadził Mark Pearl. “Vice” grudzień 2015 [online]. [dostęp: 14.12.2015] World Wide Web: <http://www.vice.com/read/hw-we-asked-an-expert-why-people-hate-hipsters-501>

zjawisk, do których się ono odnosi. Inaczej mówiąc – to, że o hipsterach nie mówimy lub mówimy mniej, nie znaczy, że osoby, którym przypisujemy pewien zestaw cech decydujący o ich hipsterstwie, cech tych już nie posiadają. Nie wyklucza to też możliwości, że hipsteryzm przekształcił się w pewne inne formy i znajduje obecnie odbicie, a nawet rozwija się w postaci zjawisk wcześniejszej z nim nie kojarzonych. W końcu milczenie mediów w pewnych sprawach nierzadko wspomaga ich pomyślny obrót.

Postanowiłam więc poszukać formuły – **niekoniecznie w formie jednej definicji** – a raczej kilku funkcjonalnie powiązanych, która posłużyłaby rzetelnemu ujęciu hipsteryzmu. Przeprowadzenie w pełni rozłącznych i poprawnych podziałów oraz precyzyjne określenie zjawisk jest jednak czasem niemożliwe. Skuteczniejsze w tych przypadkach pozostaje przedstawienie zagadnienia w polu dwóch przecinających się spojrzeń lub obudowanie go siecią skojarzeń.

Źródłem trudności staje się już samo podłoże pojęcia – wykształcone w Stanach Zjednoczonych, zawsze związane z amerykańską obyczajowością oraz kontekstem kulturowym. Po raz pierwszy pojawiło się w latach czterdziestych XX wieku<sup>2</sup> w tych samych kręgach co *modern jazz*<sup>3</sup>. To pierwotne znaczenie nie nastrocza definicyjnych trudności, ale i nie jest tożsame z tym funkcjonującym dzisiaj. Termin *hipsteryzm* we współczesnym znaczeniu został ukuty w latach dziewięćdziesiątych w kontekście powstającej wówczas muzyki *indie*<sup>4</sup>. Na przestrzeni kolejnych

---

<sup>2</sup> A. Litorowicz: *Subkultura Hipsterów*. Gdańsk 2012, s. 14-35.

<sup>3</sup> Kierunek w jazzie związany z różnymi stylami: bebopem, cool jazzem, hard bopem, progressive jazzem, współczesnym swingiem i jazzem eksperymentalnym; modern jazz odznacza się improwizacją indywidualną i rozwiniętą techniką gry jego przedstawicieli; swój rozwój na początku lat 40. XX w. zawdzięcza twórcom bebopu (głównie Ch. Parker i J.B. Gillespie); do ich osiągnięć nawiązali przedstawiciele cool jazzu, hard-bopu oraz jazzu eksperymentalnego w latach 60. (O. Coleman, G. Russel, J. Coltrane, Don Ellis i in.). *Encyklopedia PWN*

<sup>4</sup> Czyli związanej z niezależnymi, małymi wytwórniami płytowymi; losy tego pojęcia są nieco podobne do hipsteryzmu – z czasem rozpowszechnione straciło

dwóch dekad wyszedł daleko poza swój pierwotny kontekst geograficzny i kulturowy. Do Polski natomiast dotarł dopiero wraz z globalną falą jego popularności około 2009 roku<sup>5</sup>, co samo w sobie musiało spowodować rozmycie znaczenia (w dalszej części przybliżę ów kontekst).

Materiały źródłowe w postaci artykułów prasowych i publikacji naukowych<sup>6</sup> są raczej trudno dostępne i nieprzetłumaczone. Co gorsza, często prowadzą narrację ironicznie posiłkującą się elementami amerykańskiej popkultury, stereotypów i kompleksów, wplatając w nią slang i przewrotne gry słowne<sup>7</sup>. Zdaje się, że nie tylko sama merytoryczna treść, ale przede wszystkim swoisty ton tych wypowiedzi zbudował w świadomości pewien obraz pojęcia lub raczej jego aurę. Czytelnik z Europy Wschodniej, dla którego Stany Zjednoczone bądź co bądź pozostają pewną egzotyką, nie jest, niestety, równoprawnym uczestnikiem tej zabawy. Można by prowadzić językoznawcze badania i złożone analizy takich publikacji, ale nie rozwiązuje to kluczowego problemu. Skrupulatne odtworzenie znaczenia tekstu nie będzie nigdy tym samym, co intuicyjne pochwycenie jego niuansów przez amerykańskiego nastoletniego czytelnika, który otwiera go na jednej z dziesięciu kart w internetowej przeglądarce, skanując szybko wzrokiem w oczekiwaniu na smsa. To jest bowiem właściwy target tych artykułów. Jak sądzę, popularne rozumienie hipsteryzmu stanowi w głównej mierze efekt publicystycznych zabiegów tego pokroju. Stąd być może potrzeba definiowania hipsteryzmu nie istniała dopóty, dopóki wystarczyło odnajdować się w zawiłym

---

pierwotną ostrość, także w związku z przemianami sceny muzycznej – zespoły uważane za najbardziej reprezentatywne dla gatunku wypływając na światowy rynek i zyskując na popularności straciły pierwotne cechy konstytuujące pojęcie *indie*.

<sup>5</sup> A. Litorowicz: *Subkultura Hipsterów...*, s. 7.

<sup>6</sup> Przykładowo: R. Lanham: *The Hipster Handbook*. New York: Anchor 2003.

<sup>7</sup> Magazyn „Vice” prowadzi w tym tonie całą kolumnę o nazwie *Remembering the hipster*. *World Wide Web*: <http://www.vice.com/series/remembering-the-hipster>

dyskursie na ten temat i w analogiczny sposób starać się nim posługiwać. Ta tendencja jest oczywiście mało przychylna dla mieszkańców peryferyjnych, stosunkowo odległych kulturowo i cywilizacyjnie rejonów takich jak Polska.

Oto sedno problemu. Polskie, a zatem zakładam, że także moje pojęcie na ten temat zostało ukształtowane przez publiczny dyskurs powstały w przestrzeni medialnej, gdzie słowo *hipster* stosowane było przede wszystkim jako określenie o zabarwieniu pejoratywnym, zwykle zgrabnie dopełniające charakterystyczny dla tego rodzaju publikacji ironiczny ton wypowiedzi. Publicystyczny potencjał, oprócz właściwego wszelkim nowinkom uroku, budował właśnie fakt jego niedefiniowalności, co pozwalało na swobodne kształtowanie zakresu znaczeniowego przez poszczególnych autorów.

Możliwe, że posługując się techniką podobną do czasopism amerykańskich polscy autorzy pragnęli wykreować analogiczny rodzaj aury, która niewątpliwie dodawałby ich tekstom atrakcyjności. Precyzja i przejrzystość to mało popularne narzędzia, w przeciwieństwie do wartościujących pojęć, takich jak *hipster*, za pomocą których przeciąga się czytelnika na swoją stronę. Tym właśnie sposobem w mowie potocznej znalazło się słowo, którym łatwo i przyjemnie jest się posługiwać -wstosunku do innych, niekoniecznie do własnej osoby. (Nasz język ojczysty zaś zdaje się takim wyrażeniom wyjątkowo przychylny.)

Tak przedstawiają się pokrótce główne źródła nieporozumień. Z pewnego powodu uważam, że wyjaśnienie ich może okazać się bardzo przydatne. Przez brak konkretyzacji znaczenia „hipsteryzmu” lub też zawężenie go do jednoznacznie pejoratywnego zamknięta pozostaje głębia kontekstów i kulturowo-historycznych odwołań, jakie mógłby wywoływać. Z owego tła wyłania się nowy, zupełnie inny obraz hipstera, samo słowo „hipsteryzm” okazuje się zaś łączyć szereg ważnych i aktualnych

zjawisk, które występują w obrębie postmodernistycznej kontrkultury.

### „NIE JESTEM HIPSTEREM”

W roku 2012 powstał film w reżyserii Dustina Crettona o znamienym tytule, który w oryginale brzmi: „I am not a hipster”. Jego bohaterem jest hipster. Lubię posługiwać się tym przykładem – oto lapidarne stwierdzenie wystarczy, by trafnie zilustrować najczęściej spotykany dziś stosunek do hipsterizmu – nazwijmy go roboczo „syndromem wyparcia”. Wyzwanie kogoś od „hipstera” jest w Polsce rodzajem uszczypliwości. Być hipsterem lub zachowywać się hipstersko, a także uprawiać coś o nazwie hipsterstwo<sup>8</sup> – co oznaczają te określenia?

Negatywna konotacja zazwyczaj utożsamia „hipstera” z osobą przyjmującą pozę oryginalności i starającą się udowodnić swoim stylem życia własną indywidualność. Działania te są oczywiście kierowane na zewnątrz, ponieważ motywacją „hipsterów” jest budowanie własnego wizerunku w oczach innych ludzi; poza tym są raczej bezrefleksyjne i mało twórcze, zatrzymujące się na płaszczyźnie konsumpcji. Właściwie można tu przytoczyć w formie synonimu nieco bardziej oswojone, przyjęte również z języka angielskiego słowo „pozerstwo” (ang. *posing*). W tym kontekście hipsterstwo-pozerstwo implikuje niedojrzałość, paradoksalny brak niezależności (w związku z nadmierną troską o opinię na swój temat), sztuczność, fałsz. Istotą tej postawy jest fakt, że przyjęty przez „hipstera” styl życia i nierozłączne z nim dziś wybory konsumenckie bądź kulturowe nie wynikają organicznie z jego *własnych* potrzeb. Własne potrzeby to nieoczywiste, ambiwalentne nieraz pragnienia, które przez swoją subtelną naturę domagają się pogłębionej autorefleksji. Dopiero w jej następstwie można przystąpić do dokonywania wyborów o autonomicznym charakterze. Te też utożsamiam z faktyczną niezależnością. Decyzje

---

<sup>8</sup> Hipsterizm natomiast brzmi bardziej naukowo, ale to moja osobista sugestia.

hipstera natomiast dyktowane są narzuconą z zewnątrz presją dbałości o atrakcyjny wizerunek – tu: osoby niezależnej i oryginalnej. Paradoxs polega więc na obróceniu związku przyczynowo-skutkowego tak, by otrzymać konstrukcję co najmniej podejrzaną, tym bardziej, im barwniejsze sposoby wyrażania „indywidualności” wybierają „hipsterzy”. Głównym zarzutem, jaki określenie „hipster” implikuje jest to, że dążąc do zbudowania obrazu siebie jako niezależnego indywidualisty, w rzeczywistości (raczej nieświadomie) jest uzależniony od zewnętrznych wpływów. Jakie to wpływy oraz dlaczego akurat cechy niezależności i oryginalności są przedstawione jako najbardziej pożądane?

Wpływy te wiążą się, jak można w późnokapitalistycznym świecie przypuszczać, z ogromnym wpływem wywieranym na sytuację społeczno-ekonomiczną przez korporacje oraz wysokim stopniem zaawansowania technik marketingowych będących na ich usługach. Nie tylko tradycyjna i wirtualna przestrzeń reklama, ale przede wszystkim media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram) są wykorzystywane do kształtowania zbiorowych pragnień i wyobrażeń o rzeczywistości. Dzięki swojej otwartości są także dobrym źródłem wiedzy o konsumentach – ich potrzebach i wymaganiach. Na tej zasadzie pewne dobrze rokujące tendencje mogą szybko znaleźć odzwierciedlenie w oferowanych produktach lub wpłynąć na sposób prowadzenia polityki marketingowej (wizerunek firmy, kampanie reklamowe, stosunek do klienta). Łukasz Iwański analizuje przydatne w tym kontekście pojęcie *coolhuntingu*, który tłumaczy jako działania prowadzone po to, „*by rozpoznać dobra pełniące wśród konsumentów funkcje statusowe i móc powielać je w celach komercyjnych*”<sup>9</sup>. Dobrami tymi mogą być przykładowo produkty cechujące się pewną

---

<sup>9</sup> Ł. Iwański: *Moda i hipsterstwo: hierarchie statusu we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym*. [w] „Człowiek i Społeczeństwo”, t. 40. Warszawa 2015, s. 177-195.

unikalnością bądź takie, których kształt zależy częściowo od decyzji klienta.

Zatem fakt, że udało się wywołać globalny trend „poszukiwania oryginalności” i uchodzenia za osobę niezależną świadczy o istnieniu wcześniej pewnego naturalnego zwrotu ku tym wartościom u coraz większej liczby ludzi. To odkrycie specjalistów od PR ukształtowało nie tylko modę na pewne zachowania bądź elementy ubioru, ale przede wszystkim sposób, w jaki marki starają się kreować swój wizerunek. Firma coraz rzadziej jest monolitem ze stałym zestawem łatwych do wyznaczenia cech, a raczej stara się stworzyć sieć skojarzeń, niejednoznaczną przestrzeń, pozostawiając miejsce na wybory konsumenta, które ją dopełniają<sup>10</sup>.

Rozpowszechnione współcześnie pojęcie hipsteryzmu jest w istocie możliwych tożsame z konformizmem, będąc wytworem szeregu rynkowych zależności. Postawa ta, z natury mało twórcza, nie stanowi moim zdaniem ciekawego obiektu analizy. Poświęcam tej kwestii sporo miejsca, ponieważ znajdująca się w centrum zainteresowania mediów i chętnie wykorzystywana figura „hipstera” uchodzi często mylnie za jedyne znaczenie tego słowa. W rzeczywistości jednak ma ono wtórny charakter. Najistotniejsze jest zaś dotarcie do znaczenia pierwotnego, pewnego wzoru, esencji idei hipsteryzmu. Co istotne, przez techniki kreatywnego marketingu zapośredniczone zostały bowiem pewne jednostkowe postawy, które musiały cechować się rodzajem indywidualizmu, a jednocześnie były odbierane przez środowisko jako atrakcyjne. W ten sposób docieramy do postaci – pierwowzoru popularnych dziś zachowań, która ostatecznie skryła się w ich cieniu. To właśnie hipster.

## **NOWE FORMY KONTRKULTURY**

Jeśli pierwszą opisaną postawę można przyporządkować pewnemu rodzajowi konformizmu –jako przystanie na kierujące

---

<sup>10</sup> Ibidem, s. 191.



rzeczywistością społeczną zasady i uleganie odgórnym trendom – o tyle hipsteryzm drugiego rodzaju ( ów „pierwotny”) jest specyficzną formą nonkonformizmu. To także forma właściwa dla rzeczywistości późnej nowoczesności. Bez uciekania się do pogłębianych analiz specyfikę późnej nowoczesności można intuicyjnie ująć w paru zdaniach: jest wyraźnie przesycona produktami konsumpcyjnymi i kulturowymi; podporządkowana zaawansowanym mechanizmom rynkowym kształtowanym na poziomie ponadnarodowym, czyniąc każdego człowieka potencjalnym konsumentem, a ponadto po raz pierwszy w dziejach możliwy jest niemal nieograniczony dostęp do informacji.

Podstawą reakcji na tę rzeczywistość jest konstatacja, jak dalece różni się od wielu wieków przeszłości, następnie zaś próba odwrócenia się od negatywnych aspektów ekspansywnego prądu przemian. Pozytywna konotacja słowa „postęp” w wielu aspektach nie jest tak oczywista jak niegdyś. Wskazuje na to stopień przetworzenia środowiska, ograniczenie dostępu do naturalnych produktów, jak również coraz skromniejszy udział w rynku wytwórców lokalnych, wypieranych przez produkcję masową oraz istnienie niejasnego systemu zależności i wpływów, który sprawia, że wybory i potrzeby przeciętnego człowieka często są kształtowane przez odległe zewnętrzne ośrodki. Hipster, jakiego obraz tu kreślę, świadomie przeciwstawia się tym procesom, na przykład swoimi jednostkowymi wyborami w sferze konsumpcji (ekologiczna żywność, lokalna produkcja). Możliwe jest również, że problemy społeczne i światowa ekonomia wcale go nie zajmują, a jednak czuje rozdźwięk między zastaną rzeczywistością a *własnymi potrzebami* i to staje się motywem jego działania kontestującego narzucane z zewnątrz schematy.

Podjmując próbę definicji, pewną diagnozę postawił w 2010 roku Mark Greif<sup>11</sup>, określając hipstera jako człowieka, „który właściwie sprzymierza się i ze zbuntowaną subkulturą, i z klasą dominującą, przez co otwiera niebezpieczne połączenie (*poisonous conduit*) między nimi”. Część wypowiedzi dotyczącej samego istnienia związku uważam za jak najbardziej trafne. Tym niemniej, określenie „zatruty” (*poisonous*) w odniesieniu do tego swoistego kanału (*conduit*) umożliwiającego transfer między do tychczas antynomicznymi grupami społecznymi nie jest chyba uzasadnione. Szczególnie w warunkach, w których pojęcie „klasy dominującej” staje się płynne, a kryteria statusu wykraczają zdecydowanie poza ekonomiczną lub kulturową dominację<sup>12</sup>. Za Markiem Krajewskim warto zauważyć, że „*status, pozycja społeczna jednostki nie tylko są manifestowane przez styl życia, ale również od niego zależą*”<sup>13</sup>. **Zatem sam styl życia i składające się na niego konsumenckie bądź kulturowe wybory mogą warunkować dominację pewnych grup. Ta koncepcja wprost łączy atrakcyjność postaw kontrkulturowych i stylu życia afirmującego niezależność, świadomość i umiejętność konsumenckich wyborów z wysoką oceną społeczeństwa, a zatem i zajmowaną w jego strukturze pozycją.**

W praktyce społecznej połączenie pewnej formy buntu z aspiracją osiągnięcia satysfakcjonującego statusu zdaje się zresz-

---

<sup>11</sup> *What Was the Hipster? A sociological Investigation*. Red. M. Greif, K. Ross, D. Tortorici, New York n+1 Foundation 2010, tłumaczenie cytatu za Aleksandra Litorowicz.

<sup>12</sup> Więcej na ten temat – Łukasz Iwasiński w „Człowiek i Społeczeństwo...”, s. 181. Nastąpiło przesunięcie w kwestii czynników zapewniających społeczny prestiż – „miejsce kultury prawomocnej w coraz większym stopniu przejmuje rynek” zauważa Iwasiński. Owszem, jednocześnie jednak produkty kulturowe stanowią istotną część rynku. Wybory kulturowe są jednocześnie wyborami konsumenckimi. Szczególne znaczenie w tych warunkach ma umiejętność trafnego rozpoznawania ich wartości - w ten sposób wyraża się kapitał kulturowy. „Konsumpcja stała się jedną z istotniejszych podstaw strukturyzacji wspólnot” – Ł. Iwasiński.

<sup>13</sup> Ł. Iwasiński: *Moda i hipsterstwo...*, s. 193.

tą sprawnie funkcjonować. Przemawia za tym szczególnie propagowany w dzisiejszych czasach argument ekonomicznej efektywności. Cytując jedną z wypowiedzi dla *The Guardian*: „Styl życia hipsterów jest dobrym gruntem dla alternatywnych przedsiębiorstw; większości z nich udaje się trzymać swoich pierwotnych założeń ideologicznych, akceptując jednocześnie fundamenty gospodarki wolnorynkowej”<sup>14</sup>. Nic w tym dziwnego, jeśli wraz z popularyzacją podobnych postaw popyt na produkty niezależnych pomniejszych przedsiębiorstw wciąż rośnie. W ten sposób kontestacja ekspansywnego utowarowienia i masowej produkcji nie przebiega w ramach bezkompromisowego bojkotu kapitalizmu jako takiego, ale wykorzystuje jego mechanizmy dla własnych celów.

Aleksandra Litorowicz trafnie łączy hipsteryzm z teorią „klasy kreatywnej” Richarda Floridy. Za nią też cytuję autora: „Wszyscy członkowie klasy kreatywnej – bez względu na to, czy są artystami, czy inżynierami, muzykami, czy informatykami, pisarzami, czy przedsiębiorcami - posiadają wspólny etos kreatywności, który ceni kreatywność, indywidualizm, różnice i usługi”<sup>15</sup>. Ludzi tych łączy funkcja ekonomiczna, na którą składa się tworzenie nowych idei i pomysłów, technologii i treści kreatywnych. Organizacja i specyfika ich pracy zawodowej oraz stosunek do wolnego czasu odpowiadają potrzebie swobodnej samorealizacji, a możliwość rozwoju, w tym odpowiednie twórcze środowisko, jest wartością wyższą od pieniędzy. Dzięki dodawaniu do produktów

---

<sup>14</sup> World Wide Web: <https://www.theguardian.com/culture/2015/oct/03/hipster-social-phenomenon-commercial-success>. Przekład tekstów obcojęzycznych - jeśli nie podano inaczej – Aleksandra Sznappa. Tekst oryginalny: “The hipster lifestyle is fertile ground for alternative businesses, and most manage to hold on to their start-up ideals while embracing the fundamentals of the free-market economy”

<sup>15</sup> A. Litorowicz: *Subkultura Hipsterów...*, s. 86. Więcej [w:] R. Florida: *Narodziny klasy kreatywnej oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego*. Przeł. T. Krzyżanowski, M. Penkała. Warszawa 2010.

wartości w postaci niematerialnej pracy intelektualnej mają szansę wyjść poza proste rynkowe zależności, zyskać szczególną pozycję w strukturze zatrudnienia. Jednocześnie wolni są od ryzyka zapętlenia w konsumpcyjnym stylu życia, dopóki wyżej od materialnego dobrobytu cenią perspektywę rozwoju i znalezienie upustu własnej kreatywności. Z tych względów, gdybym miała odsyłać do internetowych źródeł wiedzy o hipsteryzmie, raczej podałabym adres platformy *Freunde von Freunden*<sup>16</sup> niż magazyn *Vice*<sup>17</sup> bądź strony poświęcone „hipsterskiej” modzie ulicznej.

Co do ostatniej propozycji wyjaśniam – zabrakło tu dotychczas opisu wyglądu stereotypowego „hipstera”, ponieważ na poziomie powierzchowności trudno oceniać podłoże danych wyborów. W sieci wiele jest artykułowi serwisów w całości poświęconych temu aspektowi, gdzie „przylapuje się” hipsterów na powtarzalności pewnych elementów stylu. Brody, rurki, kraciaste koszule, tatuaże, grube oprawki (wymieniam z pamięci) – swoisty „hipsterski kanon” jest jednak tylko pewną wypadkową, w dodatku ustaloną raczej arbitralnie. Z licznych konotacji omawianego pojęcia, ten obraz jest moim zdaniem najmniej interesujący.

Nieco inaczej oceniam „typowe zachowania”. To także rodzaj etykiety, a jednak stanowi przyczynek do głębszej analizy. To przede wszystkim: prowadzenie (własnej działalności, niezależnych projektów), tworzenie (muzyki, sztuki) oraz poszukiwanie, mogące dotyczyć zarówno sfery konsumpcji (używanych ubrań, źródeł lokalnych produktów, wydań niskiego nakładu), jak i kultury (powstających w niezależnych środowiskach muzyki, kina, publicystyki)<sup>18</sup>. Na bardziej ogólnym poziomie można jesz-

---

<sup>16</sup> <http://www.freundevonfreunden.com/>

<sup>17</sup> Wg. A. Litorowicz: *biblia hipsterów*, s. 126. Także w wersji polskiej <http://www.vice.com/pl>

<sup>18</sup> Warto poruszyć problem związków między wyborami konsumpcyjnymi i kulturowymi, skoro wybory te stanowią istotną część przeprowadzanych różnic. Dotychczas sfery konsumpcji i kultury były naturalnie przeciwstawiane,

cze mówić o poszukiwaniu tożsamości niezależnie od narzucających się i próbujących ją wyrzucić modeli konsumpcji (złotliwi dodaliby do tego zestawu spacer po mieście z papierowym kubkiem po kawie). Niemniej katalog „hipsterskich zachowań” bywa przydatny. Wprowadza na przykład na trop „klasy kreatywnej”, co pozwala na interpretację obserwowanych zjawisk w świetle przytoczonej teorii.

Powyższy opis może i gloryfikuje postać „prawdziwego hipstera”, kreując go na obdarzonego niezwykle intuicją i świadomością protagonistę XXI wieku, nie zapominajmy jednak, że taka postać w istocie jest tylko ponowoczesnym mitem. Można pod tym szyldem wykreować atrakcyjnego, bo biegłego w konsumencko-kulturowych wyborach, przedsiębiorczego, a jednocześnie zdystansowanego do narzuconych stosunków ekonomicznych, niezależnego *role modela*. Rzecz w tym, że stawianie go za wzór nie miałoby sensu, gdyż zewnętrzne schematy w ogóle są sprzeczne z istotą autentyczności, która zapewnia hipsterom swoistą charyzmę – kierowanie się wewnętrznymi potrzebami i kształtowanie stylu życia za ich wskazaniem. Każdorazowo polega to na odnajdowaniu, a może wykrawaniu w świecie „własnego miejsca”, wytyczaniu ścieżek słusznych, ale jedynie dla konkretnych osobistych uwarunkowań. To wizja niewątpliwie romantyczna, acz nie tracąca na aktualności.

Ostatecznie nie chodzi mi nawet o poszukiwanie „prawdziwego”, czy „słusznego” znaczenia słowa „hipster”. Hipster to tylko słowo. Słowo jest pretekstem, a jego interpretacja – propozycja. Budzi wiele trudnych do pogodzenia skojarzeń i odległych kontekstów. Jak wspomniałam, w historycznym ujęciu łączy na zasadzie nieoczywistej analogii dwie odmienne, barwne epoki – lat czterdziestych i ponowoczesności. Dalsza narracja staje się z tej przyczyny bardziej płynna.

---

co jednak wydaje się coraz mniej uzasadnione. Więcej [w:] Ł. Iwasiński: *Moda i hipsterstwo...*

## HIPSTERYZM A LOKALNOŚĆ

*„Nie powinniśmy ciągle ulegać zauroczeniu hieratycznymi wartościami, lecz wywalczyć odpowiednie pośród nich miejsce dla naszego indywidualnego życia. Podsumowując: reabsorbacja danych okoliczności stanowi konkretne przeznaczenie każdego człowieka”<sup>19</sup>.*

Mam nadzieję, że szkic ten okaże się pomocny w rozpatrywaniu szerszej kwestii –porównaniu lokalnych i globalnych zjawisk z kręgu hipsteryzmu oraz relacji między nimi. Relacja ta jest analogiczna do mechanizmów kierujących modą (nawiązywałam do nich wcześniej w ogólności). Zachowania wykształcone organicznie w szczególnych warunkach lokalnych i przez nie zderminowane rozpowszechniają się niezależnie od pierwotnego kontekstu, a mimo to nie tracą swojego społecznego sensu, który odtąd zapewnia im moda. Mechanizmy te są obecnie na tyle złożone i często zakamuflowane, że trudno dotrzeć do pierwowzoru popularyzowanych i przetworzonych zachowań.

Tak na przykład styl życia, sposób bycia, ubioru i język nihilistów z nizin – hipsterów - gromadzących się wokół paru podupadłych lokali w latach czterdziestych, by kontemplować w milczeniu pierwociny muzyki bop<sup>20</sup>, w przeciągu dekady upowszechnił się w całych Stanach Zjednoczonych. Wszystko za sprawą beatników – dla odmiany młodych, bogatych i wykształconych. Ruchu beatników nie należy jednak utożsamiać z tamtym chłodnym (‘cool’), milczącym hipsteryzmem. Pierwotny hipsteryzm stanowił egzystencjalny wybór, świadomie autodestrukcyjny i w swoim radykalizmie elitarny<sup>21</sup>. Tymczasem beatnicy w latach

---

<sup>19</sup> J. Ottega y Gasset: *Medytacje o „Don Kichocie”*. Warszawa 2000, s. 22.

<sup>20</sup> bebop [bi: pop; ang.], rebop, bop, pierwszy styl nowoczesnego jazzu, jaki wykształcił się w 1. połowie lat 40. w paru lokalach i klubach Nowego Jorku, zwłaszcza w Minton’s Playhouse w Harlemlie, gdzie spotykali się główni twórcy nowego stylu: D. Gillespie, Ch. Christian, T. Monk, a nieco później Ch. Parker. Encyklopedia PWN.

<sup>21</sup> A. Litorowicz: *Subkultura Hipsterów*. Gdańsk 2012, s. 14-25.

pięćdziesiątych stali się ucieleśnieniem witalności całej generacji, tyle spontaniczną, co i masową fascynacją życiem i wolnością. Przyczyny przyjmowania powierzchownie podobnych podstaw były więc skrajnie odmienne. Pierwsi czarni hipsterzy po drugiej wojnie światowej, pozbawieni środków do życia, nie mieli wielkiego wyboru, prócz „biernej kontestacji” zastanego porządku. W tej postawie wartościami –były zarówno orgazm, jak i bop, alkohol oraz narkotyzacja. Takie życie było może podłe, ale jednocześnie uświęcone przez gest odcięcia się od reszty społeczeństwa, które z naiwną nadzieją za cel przyjmowało wówczas budowanie dobrobytu w warunkach kwitnącej konsumpcji. Czarni hipsterzy parodiowali białych elementami ubioru, a całe ich życie było bezkompromisowym dowcipem z życia tamtych, których zwali „square”<sup>22</sup>. Nośnikiem kulturowej wartości hipsterskiego etosu okazała się rosnąca w popularność muzyka nizin – bop, a później jazz. Przypuszczam, że gdyby nie to jednorazowe odkrycie, uniwersalny język zrodzony z upadku nadziei i przypadkowego spotkania nieprzeciętnych talentów gdzieś na dnie struktury społecznej, świat nie usłyszałby nigdy o hipsterach. Mieli w tym wszystkim rację – nikomu poza nimi, żadnym dostatnio żyjącym wówczas społeczeństwom nie było dane kontemplować w milczeniu narodzin fenomenu muzyki jazzowej. Poufla substancja spajała ich, fascynując ludzi z zewnątrz, w tym białych nastolatków z dobrych domów, buntujących się przeciwko rodzicom. Ich zainteresowanie i naśladownictwo może być uznawane za początek mody, a jednak nie sądzę, że nabrałoby takiej siły rozpędu, gdyby nie postacie czołowych autorytetów pokolenia – pisarzy Jacka Keruacka i Allena Ginsberga. Nie tylko ich twórczość literacka, ale także nadawane w telewizji wywiady z autorami zapewniły popularność konkretnym postawom i poglądom. Świat zobaczył

---

<sup>22</sup> Ibidem, s. 19-22. *Square* z ang. oznacza dosłownie ‘kwadrat’ (kwadratowy), co przywołuje na myśl koncepcję zamknięcia, ograniczenia, życia w sztywno wyznaczonych ramach.

rzeczywistość hipsterów przez pryzmat ich energicznych naśladowców, którzy niegdyś nie zostali nawet do końca dopuszczeni do tego zamkniętego, milczącego grona – raczej tolerowani niż akceptowani. Mechanizm zapośredniczenia jest szczególnie istotny dla rozumienia współczesnego, późnonowoczesnego „hipsteryzmu” – tego, który stanowił właściwy temat pierwszej części artykułu. Historię hipsterów z lat czterdziestych przytacza się w jego kontekście jako rodzaj ciekawostki. Słowo wróciło do użytku w latach dziewięćdziesiątych. Można pytać, kto pierwszy spopularyzował to nowe znaczenie i jaka myśl mu przyświecała.

Kluczowa analogia zrodziła się bowiem dopiero z perspektywy czasu i była raczej trudna do przewidzenia. Tak, jak niegdyś gorącej krwi młodzież uniwersytecka zapragnęła zasmakować elitarnych nizin, by później sprzedać społeczeństwu hipsteryzm w uładowanej wersji, dziś postawa niezależnego twórczego stylu życia funkcjonuje w powszechnej świadomości głównie w postaci „hipsterskiego” dresscodu i paru innych uszczypliwych stereotypów. *„Poprzez postać hipstera głębokie społeczne tęsknoty zyskują możliwość ekspresji, ale tylko po to, aby ulec natychmiastowemu stłumieniu i skanalizowaniu tak, by chronić kapitalistyczny sposób produkcji i relacje władzy”*<sup>23</sup> – ocenia Artur Szarecki. Jest w tym przytomna i pozbawiona złudzeń konstatacja. Na szczęście w pełni powyższe stwierdzenie dotyczy tylko tych zjawisk, które występują w zauważalnej skali, inaczej ich przechwycenie i wykorzystanie dla celów marketingu nie ma ekonomicznego sensu. Stąd im bardziej jednostkowe, lokalne i niezależne są te postawy (wyrażające „społeczne tęsknoty”), tym mniej są zagrożone przetworzeniem w spłycone, nośne treści głośnych trendów.

*“The Lower East Side and Williamsburg in New York, Capitol Hill in Seattle, Silver Lake in L.A., the Inner Mission in San Francisco: This is where the contemporary hipster first flou-*

---

<sup>23</sup>Antynomie późnego kapitalizmu, czyli po co hipsterowi moda?. „Kultura Współczesna” 2013, 4, s. 27



*rished*”<sup>24</sup>. Ten sam rok 2009, w którym pojęcie rozeszło się echem w polskich mediach, był w powtarzających się diagnozach amerykańskich publikacji określany jako moment „śmierci hipstera”<sup>25</sup>. Nie jest to przypadek. Jednoczesny wzrost atrakcyjności kojarzonych z śp. hipsterem zachowań i elementów ubioru – przejawów najbardziej powierzchownych był sprzężony z popularyzacją pojęcia poza Stanami Zjednoczonymi. Wykorzystanie tych przejawów przez marki o ponadnarodowym zasięgu i przetworzenie ich w trend, łatwo dostępny produkt, doprowadziło do upodobnienia mody ulicznej w odległych od siebie stolicach. (Stąd na zakupach w H&M można dzisiaj łatwo skompletować „hipsterski *total look*” i etos tożsamościowych poszukiwań okaże się zbędny). Najwyraźniej dopiero to zjawisko o globalnych wymiarach przykuło uwagę polskich mediów, dalekich od zainteresowania niszowym nurtem we wczesnych latach dwutysięcznych. Nic w tym zresztą dziwnego. W Polsce był to ekscytujący czas z zupełnie innych przyczyn – ostatnie chwile w kolejce do Europy. Akcesja do Unii Europejskiej w 2004 miała być decydującym posunięciem otwierającym możliwość dotrzymania kroku starym demokracjom, które w przeciwieństwie do Polski nie doświadczyły półwiecza stagnacji.

W tym czasie zbiorową wyobraźnię zdominowała wizja Europy na powrót przyjaznej, otwartej, na wyciągnięcie ręki. Lata dziewięćdziesiąte zaś upłynęły pod znakiem innej fascynacji – powrót na łono kapitalizmu prowokował wizje zahaczające o *american dream*. Barwny czas transformacji nie bez powodu obrósł z czasem legendami<sup>26</sup>. Przejście od gospodarki centralnie planowanej do wolnorynkowej było wówczas ewenementem na światową skalę. Stan Tymiński kandydujący na prezydenta, kilometrowe kolejki do pierwszego otwartego McDonalda i młodzież podrygu-

---

<sup>24</sup> *What Was the Hipster? A sociological Investigation...*

<sup>25</sup> *Ibidem*.

<sup>26</sup> Dla uzupełnienia O. Drenda: *Duchologia polska*. Kraków 2016.

jąca do nowej muzyki disco – wszystko uwiecznione na kasetach VHS – to już dziś symboliczne obrazy. Wspominam o tym, by zaryzykować stwierdzenie, że polskie lata 90-te były epoką nie mniej ciekawą, niż galopujący ku końcu tysiąclecia kapitalizm spod znaku dwurzędowych marynarek w USA. Prawdopodobnie nie zdawaliśmy sobie z tego sprawy, z wzrokiem, wiadomo – utkwionym w zachodni „lepszy świat”. Czas przemian miał zapewne klimat dziejowego momentu, którego atmosfera udziela się wszystkim bez wyjątku. Nie dawało to jednak szansy spojrzenia na niego z odpowiedniej perspektywy. Przyjmowanie wzorców z zewnątrz odbywało się spontanicznie, intuicyjnie, ale bez dystansu i głębszej refleksji. Lokalność nie była wówczas postrzegana jako wartość. Polskość – jeszcze w przedwojennym rozumieniu niepodległego państwa narodowego – owszem. Natomiast świadomość wschodnioeuropejskiej wyjątkowości, świeżości cechującej peryferia włączane do globalnej społeczności – już niekoniecznie. Dzisiaj może bardziej docenia się tę pozycję – podczas, gdy Stany Zjednoczone i inne technologicznie zaawansowane państwa odczuwają nieodwracalne skutki zapętlenia w trybach późnego kapitalizmu, obrzeża globalnej wioski mogą świadomie się z tego wycofać. Ilustruje to chociażby sprawa negocjowanych aktualnie umów TTIP i CETA. Zewnętrzne zagrożenie dla lokalnej produkcji uświadamia nam dopiero wyjątkowość i potencjał tego, co wytwarzane na mniejszą skalę, wyższej jakości i względnie niezależnie od zewnętrznych gospodarczych nacisków, nawet jeśli ekonomicznie mniej opłacalne.

Dzięki przesunięciu w technologicznym i ekonomicznym rozwoju można wybierać świadomie, co z tamtej rzeczywistości przyjąć, a co odrzucić. Takie wybory zaś przypominają mechanizmy analizowanych wyżej postaw w nurcie – pamiętajmy, że to tylko słowo – hipsteryzmu.

Muszę to zaznaczyć –jako Polacy mamy z ideą hipsteryzmu sporo wspólnego. Pewne zjawiska na świecie wywołane

przemianami ostatnich dwudziestu lat w Polsce miały swoje odpowiedniki już w czasach minionej epoki PRL-u, która do dziś rezonuje w mentalności także tych pokoleń, które nie mogą jej pamiętać. Nie zawsze są to wpływy negatywne. Trudna codzienność wymuszała na przykład korzystanie z wszelkich zasobów kreatywności – „*ktoś w PRL-u wyprodukował białe rajstopy, może nie mieli pieniędzy na kolor, może były przeznaczone dla jakiś roślących dziewczynek do pierwszej komunii. Były tańsze niż normalne, cieliste. I my w tych białych rajstopach, czarnych Wellingtonach i krótkich spódniczkach, z chustami zawiązanymi w stylu Kleopatry, dumnie stałyśmy na przystanku*”<sup>27</sup> – wspomina lata studenckie Anda Rottenberg. Z kłopotów z zaopatrzeniem w podstawowe produkty wyrosła tradycja metody „zrób to sam”, która dziś jest swoistą reakcją na zalew rynku przez kiepskiej jakości rzeczy masowej produkcji i *fast fashion*.

Tak też, niezależnie od prób odgórnego tłumienia indywidualizmu, kwitła pomysłowość jako sposób na radzenie sobie z rzeczywistością, odnalezienie własnego miejsca w surowych warunkach sierpniowego systemu. Warto wspomnieć, iż dziś z kolei naturalną reakcją na digitalizację i ekspansywność wirtualnej rzeczywistości, jakiej można spodziewać się po przedstawicielach kontrkultury, jest zwrot ku fizycznej obecności, materialności i sensualności. Stąd być może hipsterski sentyment do przedmiotu, szacunek do unikalnych artefaktów przeszłości i mody *vintage*. W PRL było to coś zupełnie naturalnego, choć wynikało z odwrotnych uwarunkowań – braki w zaopatrzeniu sprawiały, że człowiek nawiązywał ze „zdobycznym” przedmiotem pewną relację. Zrozumiałe jest też przywiązanie do wszelkich pamiątek po „imperialistycznej rzeczywistości” jako do świadectwa innych czasów, dowodu na istnienie jakichś światów barwnych, lecz odległych. W końcu i samo zdystansowanie wobec rzeczywistości pozorów,

---

<sup>27</sup>Już trudno. Z Andą Rottenberg rozmawia Dorota Jarecka. Warszawa 2013, s. 35.

która rości sobie prawo wpływu na decyzje jednostek budzi skojarzenia z hipsterskim etosem. Ironiczny stosunek jednostki do zewnętrznych sił, który czasem stanowi jedyną obronę, wrósł mocno w polską mentalność.

Pozostaje jeszcze sentyment wobec przeszłości– owo „*nasylenie współczesnej kultury widmami jej własnej historii*”<sup>28</sup>. Jest to często stosunek ironiczny – tęskne spojrzenie w kierunku tego, co niegdyś stanowiło powszechny obiekt pożądania, dziś zaś okazuje się po prostu zabawne. „*Historia doświadczana jest przede wszystkim w formie wypadkowych aluzji stylistycznych i nostalgicznych wyobrażeń na temat tego co się w danym czasie robiło*”<sup>29</sup>. Stąd niedawne czasy transformacji, nie do końca wyrosłe jeszcze z lat osiemdziesiątych, symbolizowane neonowymi ortalionami i bujnymi wąsami stwarzają wspaniałą okazję do takich antyestetyczno-semantycznych gier. Czułość zmieszana z ironią – ta relacja odpowiada dzisiejszej młodej generacji, która w perspektywie dwudziestu pięciu lat wolności może dokonywać świadomych wyborów spośród bogatej oferty globalnego rynku, nie odcinając się jednak od pewnych niedorzeczności przeszłości swojego kraju, co nazwałabym „zdystansowanym przywiązaniem”.

## PODSUMOWANIE

Mam nadzieję, że w ten sposób udało się usunąć choć część wątpliwości. Pejoratywne znaczenie hipsteryzmu zapewne długo nie przestanie w polskiej świadomości dominować. Istotne było dla mnie rozdzielenie powszechnego, popularnego w mediach rozumienia „hipsterstwa” jako rodzaju „pozerstwa” od znacznie szerszego zakresu zjawisk, z jakimi powinno się kojarzyć. Zakres ten wynika z kontekstu historyczno – kulturowego słowa. Wyprowadzanie wiążących definicji nie było jednak moim

---

<sup>28</sup> A. Szarecki: *Antynomie późnego kapitalizmu, czyli po co hipsterowi moda...*, s. 28

<sup>29</sup> *Ibidem*, s. 29.

celem. „Hipsteryzm” stanowił raczej pretekst, punkt wyjścia do analizy nowych, pozytywnych zjawisk kontrkulturowych. Analiza tego rodzaju reakcji na rzeczywistość jest natomiast dobrą okazją do przedstawienia form racjonalizacji współczesnych kontrkulturowych zachowań. Kontestacja w ich przypadku odbywa się poprzez świadome wykorzystywanie struktury ekonomiczno-społecznej i przekształcanie jej w sposób organiczny, zgodnie z zastanym rytmem i mechanizmami, na które z czasem zyskuje się coraz większy wpływ. Co ważne, formy te są bardzo silnie związane z lokalnym środowiskiem – kształtowane przez nie oraz samo-formujące się z uwzględnieniem istniejących dookoła potrzeb. Autentyczny hipsteryzm jest czymś, co organicznie wplata się w swój pierwotny społeczno-kulturowy kontekst, stwarzając jednocześnie dla niego nowe perspektywy ze świadomym wykorzystaniem późno nowoczesnej globalnej rzeczywistości.

#### **BIBLIOGRAFIA**

1. Arsele Z.: *We Asked an Expert Why People Hate Hipsters*. Rozmowę przeprowadził Mark Pearl. “Vice” grudzień 2015 [online]. [dostęp: 14.12.2015] World Wide Web: <http://www.vice.com/read/hw-we-asked-an-expert-why-people-hate-hipsters-501>
2. Calinescu M.: *Five faces of modernity*. Durham, North Carolina 2006.
3. Drenda O.: *Duchologia polska*. Kraków 2016.
4. Greif M.: *What Was the Hipster? A sociological Investigation*. Red. M. Greif, K Ross, D Tortorici, New York n+1 Foundation 2010 .
5. Iwasiński Ł.: *Moda i hipsterstwo: hierarchie statusu we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym*. [w:] „Człowiek i Społeczeństwo”, t. 40. Warszawa 2015.
6. *Już trudno*. Z Andą Rottenberg rozmawia Dorota Jarecka. Warszawa 2013.

7. Lanham R.: *The Hipster Handbook*. New York: Anchor 2003.
8. Litorowicz. A.: *Subkultura Hipsterów*. Gdańsk 2012
9. Ottega y Gasset J.: *Medytacje o „Don Kichocie”*. Warszawa 2000.
10. Szarecki A.: *Antynomie późnego kapitalizmu, czyli po co hipsterowi moda?*. „Kultura Współczesna” 2013, 4.

**Key words:** hipster, globalisation, consumer choice, creative class, locality

**Summary:** The main point of the article is to achieve a kind of clarity on the topic of hipsterism. The meaning of the word ‘hipster’ has undergone many changes in terms of its common understanding, since it first occurred in 1940s. Due to ironic discourse in media based on American popculture and stereotypes, unveiling its actual meaning nowadays is almost impossible. Especially for Eastern Europeans unable to grasp the context with all its nuances. The common conception of the word ‘hipster’ in Poland is close to ‘poser’ and revolves around particular negative connotations. This is however a simplified meaning. In fact, sticking to this particular understanding based on an image presented in the media prevents us from delving into more interesting contexts of hipsterism. Having explained mechanisms of misunderstanding the word, the author turns to examine different aspects - historical, sociological, cultural and economical – of the ‘hipsters issue’. There is an affinity between hipster behavior and the creative class theory by Richard Florida. Hipsterism appears also as a novelty in terms of counterculture. Actually it is pushing counterculture into the age of late modernity giving it a form that is fully addressing changes like globalization, mass production, inquisitive, aggressive marketing. At last, author examines the issue of locality and Polish inclinations regarding hipsterism. The most crucial point, however, is setting a boundary between what most of us regards as “hipsterism” (the posering) and what the initial concept of it implied (the independence). What turns out is that the previous, seemingly forgotten by the public discourse, meaning can be applied to some interesting and positive post-modern phenomena.

**Aleksandra Sznapka** – w ramach Indywidualnych Studiów Międzyobszarowych na Uniwersytecie Śląskim studiuje m.in. prawo, historię sztuki, filozofię. Zajmuje się również projektowaniem graficznym, malarstwem. Fascynuje się niedopowiedzianą estetyką Japonii, secesją, kolorystyką pejzaży pędzla Gustawa Klimta. Zainteresowania literaturą, sztuką, architekturą, kinem i ogólnie pojętą kulturą popularną sprowadzają się do poszukiwań tego rodzaju estetyki i jej współczesnych przejawów.

