



ŠPENGLEROV HIPSTER

Hipsteri su najočiglednija, ali pri tom i nerazumljiva pojava novoruske mode, a donekle i ideologije. Očigledna, jer ko ih nije video na ulicama prestonice? Nerazumljiva, jer u vezi sa njima nije baš sve jasno.

Treba početi upravo od ovog naziva koji su preuzeli od američkih bitnika i protohipika pedesetih i šezdesetih godina prošlog veka. Oni nemaju apsolutno ništa zajedničko, a eto, tako treba, isti im je naziv (moguće, zbog izvesne ljubavi prema svemu što je retro, no i to će se još videti).

Pogledajmo ipak formalnu definiciju. Hipsteri su mladi predstavnici srednje klase, koji rade na kreativnim poslovima, dobro su plaćeni, karakteriše ih ljubav prema najrazličitijim gedžetima, internet servisima i pristalice su određene mode.

Razumete li? Ja baš i ne. I dalje ću gundati poput starca što osuđuje mlade neformaliste („u naše vreme...“). No meni je to dozvoljeno, opravdano time što formalno pripadam baš toj klasi, i generacijski, i socijalno, čak u džepu imam i dva ajfona (jedan mi je poslovni).

Vredi, čini se, proanalizirati svaki detalj definicije. Mladi, da, od 20 do 40 godina, po svojoj prilici. A zar stari neformalisti i pristalice mode ne postoje? Pa postoje, ima ih, i „stari hipik“ (misli se na prave hipike!) gotovo da je ustaljena fraza, ima i pankera, i rokabili su sasvim „vremešni“. Kod nas ih je, doduše, manje, ali treba samo otići na bilo koji evropski muzički festival, na nastup kultne grupe; pa čak i u zabačenom i „strimnom“ moskovskom klubu, sa koncerta Pi-Oridža sećam se takvih „pristiglih“ sa svih strana sveta, po godinama zaista egzotičnih...

Kad je reč o srednjoj klasi, sve je jasno (u istoj toj zapadnoj sociologiji postoji potklasa koja kod nas nije zaživela: *upper middle class* itd.). Zato je i srednja. Nije siromašna, ali ne živi ni na visokoj nozi. U Rusiji je takvih malo, nikako da se namnože, iako su političari i sociolozi spremni da, navodno, zdušno pripomognu sa babicama. No Rusi su, kao što je poznato, narod krajnosti: ili crna ikra u Kurševlu, ili „Doširak“¹ po iznajmljenim kućama negde u Podmoskovlju.

A „kreativna“ klasa i posao... E, to je već principijelno. Nije u pitanju stvaralački međusloj, i u vezi s njim ništa nije jasno, sve nekakvi muzičari i umetnici, odavno su „izvan mode“, pa nije ti to više Sovjetski Savez. Već, baš, kreativan. I opet ću istaći svoj otprilike sličan socijalni i generacijski status – priznajem da se čak i u modernim kafićima osećam kao Šerlok Holms, koji prvi put nije odgonetnuo zagonetku. Gde svi oni rade, ti ljudi što u bilo koje doba nedelje ili dana mogu sebi da priušte odlazak u kafić, galeriju ili kupovinu? Kako oni zarađuju, odeveni po poslednjoj modi, no bez određenih obeležja radničke pripadnosti? I, stidim se, još uvek sam staromodan jer ne razumem njihova zanimanja. Oni su kreativni

¹ Ruski brend brze hrane, uglavnom testenine. (Prim. prev.)

direktori ili dizajneri enterijera klubova i kafića (dobro, sada i u Moskvi ima više kafića nego susečnih² i samih stanovnika). Kopirajteri. A po čemu se oni, inače, razlikuju od uobičajenih reklamnih agencija? Oni su ejč-ar menadžeri (traže potencijalne radnike po kafićima ili putem socijalnih mreža). Ili najmodernija profesija u poslednjih nekoliko godina: SMM-ovci. Prevodim: *social media marketing*. To je ista ta reklama, ali u društvenim medijima (da nisam nedavno tražio posao, ne bih to ni znao, sramota). Neću se više brukati i govoriti da me je pregazilo vreme, da ne razumem baš najbolje kakva je to naročita specijalnost „marketing“, no to je već druga tema, koja će nas odvesti čak do političkih voda...

Ljubav prema gedžetima je razumljiva; i sâm je u potpunosti gajim. Ko će se odreći tog najnovijeg ajfona, *MacBook Air*-a (sa notbukom druge firme ti si parija u getu, čisto da znaš) ili poboljšanih slušalica? (Svratio sam pre neki dan u nekoliko prodavnica mobilnih telefona da se raspitam za cenu i uzmem u ruku novi *iPhone7 plus*. Nema ga, nigde. Rasprodat, samo preko narudžbine, za nekoliko meseci, možda. Da, u Rusiji su sankcije i velika je ekonomska kriza, a opet, istu tu Rusiju, kao i u vreme Tjutčeva, do dana današnjeg „umom nećeš razumeti“.)

A što se tiče njihove ljubavi prema svakojakim socijalnim mrežama, izvinite, meni je to malo previše. Beskrajni *čekinovi* i *lukovi*, bez kojih nema nijednog izlaska u svet (a hipster, čini se, i živi samo u svetu; kod kuće, ne isključujem iz vida, svi se oni presvlače u stare farmerice i kućne papuče, pa ljudi su), i hrana. „Moderan luk“, to je već odavno *mem*. To je činjenica i neophodnost. Može i u ogledalu toaleta, ako ti nije pošlo za rukom u džentrifikovanom *Artplay*-u. Može se jesti sa noža, šmrčući u salvetu, no moraš da zaliješ selfi-luk. Pa jesi li hipster ili ništavno stvorenje?!

(I ako ćemo cepidlačiti, ne liči li to na prelazak sa žive kulture u odumiruću civilizaciju po Špengleru? „Simptomi civilizacije: vladavina i izobilje tehnike, istiskanje umetnosti za natima i inženjerstvom, stvaralaštva racionalnim konstruisanjem, organskog veštačkim...“³ Da, obećao sam da ću da gundam.)

Nešto i o modi i pitanju pola. Čini mi se, ponovo, da su hipsteri uglavnom muškog pola. Jer devojke su naprosto moderne, njima je to prirodno. A, eto, istaknuta ljubav prema „unapređenoj“ odeći kod mladića je uočljivija, zar ne? Inače, nisu li ljudi pre nekih pet godina bez razloga bili ironični prema metroseksualcima, tim pretečama hipstera? Uzane pantalone, karirana košulja, prsluk. I frizura „drvoseče“. Uz izbrijane slepoočnice i natapiranu kosu natopljenu briljantinom kao neizostavni detalj ide i brada, koja ne samo da se neguje, nego završni oblik dobija čak ne ni kod frizera, već u „berberšopovima“ (jedan od boljih naziva – a u Moskvi, što je plus, vole igru reči pa čak i sprdnje na reklamama – glasi: „Glavu sa ramena“). I, naravno, naočare sa debelim ramom. Bez naočara što podsećaju na one pomoću kojih su nam bake i deke čitali bajke, hipstera nema, baš kao što ranije nije bilo ni pionira bez pionirskih marama. No, čisto retoričko pitanje: zašto biti neformalan, ako se korača u stroju i piše po obrascu?

Svi hipsteri su u toj odeći poput zatvorenika u uniformi! Da, to je karakteristika svih neformalnih kultura, ta odeća, što markira pripadnost, svojevrsan svetionik u definisanju

² Prodavnica pirožaka sa krompirom, kao naša na primer, ćevabdžinica. (*Prim. prev.*)

³ Bala O. *Komentari o nenapisanom* /Примечания к ненаписанному/. Članci, eseji. tom 1. USA: Franc Tireur, 2010. str. 34.

„svoj/tuđ“. No, izvinite, neformalisti su se razlikovali, pankeri su bukvalno išli u majicama sa printovima Seks pistolsa ili Ramonsa, hipici su nosili različite ručno izrađene narukvice, nepoznatog brenda, no koje im je privezao neko blizak... Postojale su struje unutar struja, u zavisnosti od muzičkih ukusa, geografske pripadnosti, čak i od pripadnosti određenoj bandi...

A tu je već, čini mi se, osnovana moja pretenzija-invektiva prema hipsterskom narodu. Apsolutna većina neformalnih pokreta, od brejkdensera do bajkera, izrastala je, uslovljavala se nekakvom ideologijom, muzičkim ili čak književnim (tolkinovci-rolaši)⁴ ukusima. Hipsteri su pak apsolutno „nešto sasvim drugo“. Njihovi pogledi, ukoliko se i kroz lupu pogleda, mešavina su neokapitalizma (dobro se zarađuje) sa soft *downshifting*-om (ne sedeti od poziva do poziva u kancelariji, već raditi iz kafića ili, još jedna njihova reč – *coworking*). Muzika? Iskreno bih želeo da čujem za nove grupe i da im se obradujem, njihovim otkrićima i skupu odabranih, no, ovaj naš svet za njih ne zna. Nekakav postpostrok? One engleske grupe sa nazivom od jedne imenice koje se narednog dana ne možeš prisetiti? Nešto što se čuje po klubovima, di-džejevski miks od pesama isto tako odavno poznatih, starih hitova? O književnosti ćutim; Keruaka i Ričarda Baha nemaju, zato je tu još uvek ona ista moderna garnitura od lajfstajl časopisa, što čitav svoj izdavački život obučavaju kako da se bude moderan. Film, da, očigledno postoji, premijerno prikazivanje novog Zavijera Dolana, zašto da ne.

Čini mi se da hipsteri postoje u vazduhu (bio je jedan takav, dobar protohipsterski roman *U vazduhu*, Sergeja Bolmata). U dašcima blistavih stranica. U letnje moskovsko podne, kada omorina poput škrga apsorbuje retke daške povetarca. U vetru promena, modnih epidemija i mitova. Najnovijih ili u retro-stilu.

„Evropski čovek je toliko dugo tražio gde se to pod slojem uslovljenosti krije on sam, istinski on, da je na kraju krajeva izgubio sebe još više. Odricao se različitih delova sebe, proglašavajući ih izvorima vlasti i neslobode, i kao rezultat toga samo je on sam postajao sve manji i manji.“⁵

I društvo postaje manje, dobijajući sve segmentovaniji karakter. Hoće li hipsteri pronaći sebe i smisao? Moguće je da ga nisu ni gubili. I sakupljaju–konstruišu sebe, ne konstrukto-re, već žive ljude, da, pomoću modernih krpica i stvarčica. U svakom slučaju, puno uspeha i njima i nama!

(Sa ruskog prevela **Melina Panaotović**)

⁴ Od rola, uloga. (*Prim. prev.*)

⁵ *Isto*, str. 18, 19.