

## СОЦИО-КУЛТУРНИ АСПЕКТИ СНОБИЗМА И ЊЕГОВО МАНИФЕСТОВАЊЕ МЕЂУ САВРЕМЕНИМ ХИПСТЕРИМА

*Апстракт:* Сасвим специфичан вид снобизма који у себи садржи све битне елементе ове појаве, али потпуно на другим основама јавља се у области савремене хипстерске супкултуре, која има мало везе са некадашњим значењем тог појма. Хипстеризам или популарно „хипстерај“ све више захвата различите слојеве младих и чини се потпуно репрезентативним за посматрање и анализу појаве снобизма међу младом популацијом, зато што, поред свих основних одлика феномена снобизма, садржи у себи и низ специфичности и противречности. Док симпатизери ове субкултуре гледају на њене припаднике као на генерацију младих која трага за индивидуалношћу и одступањем од онога што је модерно, постоје, са друге стране, и они који су веома критички настројени према овом таласу и сам појам „хипстер“ посматрају кроз призму стереотипа, изговарајући га као увреду, јер за њих он представља прилично празног, неаутентичног појединца који је склон једино слепом праћењу модних трендова.

*Кључне речи:* снобизам, мода, хипстери.

У свету у коме се најчешће и најуспешније комуницира снагом визуелног, где влада заступљеност статусних симбола и где се придаје велики значај имиџу и наступу и појави уопште – у тој и таквој реалности крије се прва претпоставка савременог снобизма, а то је придавање превеликог значаја себи, јер је управо то оно чему нас учи актуелна реалност, упозоравајући нас на важност презентације у сваком тренутку и рефлектовања у околини. У олуји разних модних императива створен је, поред осталих, и израз *must have* који, као императив над императивима, наређује да нешто, тренутно актуелно, просто морамо имати. Савремена идолатрија перфектних трбушњака и затегнутог лица постаје чврста подлога за настанак нове, естетске дискрими-

---

<sup>40</sup> Докторанд на докторским студијама социологије на Филозофском факултету у Нишу.

нације која подразумева брзо и ефикасно искључивање свих оних који не задовољавају помпезно промовисане „савршене“ параметре.

У оквиру свих социјалних слојева праћењу модних трендова су нарочито склони млади, пре свега с обзиром на младалачку жеђ за новим коју мода испуњава одређујући из сезоне у сезону оно што је *in* и оно што је *out*. Међутим, није само проста жеља за разликовањем од света одраслих онај адут на који мода игра у свом настојању да се пласира на тржишту, већ и сам протест против главних модних токова може да постане мода (Шнел 2008: 413). То се управо и догађа у области хипстеријума, који поред свих основних одлика феномена снобизма садржи у себи и низ специфичности и противречности, од којих је можда једна од најзанимљивијих та што је тежња за успињањем на друштвеној лествици као једна од основних одлика снобизма овде преокренута у тежњу да се привидно створи утисак припадања нижим друштвеним слојевима.

### Снобизам – основне одредбе

Токови културе увек су са собом носили снобизам као маргиналну појаву која упозорава на пукотине у култури. Без обзира на то што се сматрају маргиналним у погледу моралних и вредносних критеријума, образци снобизма су врло често знали да загосподаре људском свакодневницом. Често се говори о парадоксу снобизма који се огледа у томе да се лом у систему вредности за сноба огледа у томе што он даје предност оним вредностима које су по рангу ниже од друштвено признатих и општеприхваћених вредности, не сналази се у процесу вредновања, па наопако рангира дајући примат мање значајним вредностима, а проглашавајући их за општеважеће, чиме обезвређује аутентичне културне и уметничке вредности. (Илић 1974: 78–79) „Снобизам није повезан само са уметношћу и културом у ужем смислу, већ и са доколицом, модом, разоном, забавом, туризмом, итд. На тај начин постаје одређени стил живота јер су многе активности слободног времена прожете снобизмом. Снобовски стил огледа се у тежњи да се путем одређених образаца понашања, процени и вредновање достигне свет виших кругова“ (Кокловић 1997: 446). Поље снобизма је велико, готово непрегледно и веома је тешко обухватити све нивое и подручја друштвеног живота где се ова појава може наћи, пошто се може уочити да се јавља у скоро свим областима, те се свакоме може догодити, макар и несвесно, да се нађе у позицији сноба.

У Вујаклијиној *Речнику* налазимо да је сноб „онај који се слепо поводи за модом, обичајима и манирима тзв. `вишег света`, који хоће да изиграва господина, а нема за то ни смисла ни средстава, `покондирена тиква`, уображен човек, фићфирић“ (Вујаклија 1966: 889). По једној верзији, у корену речи сноб је *sine nobilitate*, што у буквалном преводу значи без племства, без племенитости, или скраћено *s.nob* – овај префикс је писан испред имена студената ели-

тних британских универзитета који нису долазили из племићких породица.<sup>41</sup> Друга верзија је нешто ласкавија и по њој реч сноб води порекло од латинског *quasi nobilis* што означава тобожњу, привидну племенитост (Илић 1974: 75).

Милош Илић разматра различита схватања овог појма и каже да, уколико се занемари порекло речи и ако се уместо самог термина посматра садржина, већина аутора под снобизмом подразумева друштвено–негативну појаву, а дефиниције се међусобно разликују у погледу конкретних манифестација садржаја. Тако *Larousse* снобизам одређује као позу, глупу, смешну афектацију, препотентно лицемерство и обожавање свега што је актуелно; у *Оксфордском речнику* сноб је неотесана, хвалисава и разметљива особа, а *Речник француске академије наука* одређује снобизам као „таштину оних који се извештачено угледају на јавно мњење, који попримају манире са дворова да би у извесним срединама били или се осећали изузетним“ (цит. према Илић 1974: 75–76). По Илићевом схватању најпотпунију дефиницију снобизма дао је Филип ди Пиј де Кленшан, по коме снобом треба сматрати ону особу која се барем једним делом своје професионалне или доколичарске активности труди да путем имитације припадне некој затвореној друштвеној групи или да спречи друге да у њу уђу, уколико већ припада једној таквој групи – групи у којој чланови сматрају себе супериорним у односу на друге и прихватају одређени систем вредности на основу кога остварују стварну или привидну друштвену промоцију, при чему тај исти систем вредности уопште не мора бити од првостепеног значаја за друштво нити у складу са општепризнатом скалом људских вредности. Критичари замеру овој дефиницији то што у њој није довољно изражен онај позитивни елемент који у себи садржи сваки снобизам – његова оријентација ка вишим културним вредностима. Она може одиграти значајну улогу у смислу стварног подизања културног нивоа, макар и само путем снобовског имитирања културних и уметничких вредности, иако је та тежња за вишим вредностима само секундарни мотив једног сноба, док је примарни успињање на друштвеној лествици. Поред тога, слабост ове дефиниције је то што се може стећи утисак да је снобизам хомогена појава што ни издалека

<sup>41</sup>Снобизам је у време када појам настаје био везан за међукласно кретање, својеврсно успињање из ниже у вишу класу путем образовања пре свега, а затим и путем заслуга, манира, богатства и сл. Позната, мада данас дискредитована прича, говори о томе да се овакав начин етикетирања деце из новообогатених грађанских породица која су почела у све већем броју да уписују престижне британске школе, првобитно практиковао у Итону. Данас, када се не може говорити о међукласном кретању у изворном смислу речи, снобизам се огледа у некој врсти поделе појединаца у односу на музику коју слушају, према нивоу образовања, према богатству или политичком уверењу и сл., тако да условно можемо говорити о религиозним снобовима, естетским снобовима, материјалистичким снобовима... а ако сте их све прозрели и срећно закључили да не припадате нити једној наведеној врсти, велика је вероватноћа да припадате једној другој групи – групи интелектуалних снобова.

није тачно (Илић 1974: 73) јер снобовске кругове потресају унутрашња превирања и међусобна такмичења, као и тежња ка померању „на горе“ на снобовској лествици положаја. Може се рећи да је највећи страх сноба срести некога ко је још већи сноб.

Илић даје дефиницију снобизма као појаве „[...] појава чији је основни смисао да се као субјективна компонента уједначавања културних вредности и друштвеног положаја појединаца и група, искористи као средство друштвене промоције од стране оних друштвених слојева који нису задовољни сопственим друштвеним положајем или као средство за обезбеђење друштвене дистанце или изолације од осталих слојева, уколико се снобизам јавља међу слојевима који су већ остварили извесну друштвену надмоћност“ (Илић 1974: 72).

Из ове дефиниције аутор изводи и социјалну функцију снобизма која је двојака и најбоље се огледа у амбицијама које себи постављају снобови: „а) снобови желе да остваре културно изједначење на вишем нивоу, тј. приближујући се културном вредностима и нивоу развијенијих друштвених слојева они намеравају да остваре сопствену културну, а тиме и друштвену промоцију и б) снобови, са обезбеђеним вишим друштвеним положајем, настоје да се још више одвоје и на тај начин повећају културну и социјалну дистанцу између себе и оних друштвених слојева, група које сматрају нижим од себе“ (Илић 1974: 72).

Ален де Ботон прави разлику између изворног значења појма сноб, када се једноставно односио на особу без високог статуса и користио за означавање студената не-аристократата на Кембрицу и Оксфорду, и модерног значења овог појма, које је дијаметрално супротно од првобитног и означава особу која је, може се рећи – увређена недостатком високог статуса код других. Они који су употребљавали овај појам су „...чинили то пежоративно, како би описали поступак дискриминације за који су налазили да је за жаљење или вредан подсмеха“ (де Ботон 2005: 23). Као пример наводи Текерија и његову *Књигу о снобовима* и сматра да је разлог за настанак модерног значења појма сноб у Енглеској средином XIX века пре свега новонастали дух једнакости и не више тако строга разлика међу друштвеним сталежима. Од тада се „[...] снобом назива готово свако онај ко је отворено социјално или културно нетрпељив, ко тврди да је једна врста личности, музике или вина напросто боља него друга“ (де Ботон 2005: 24), дакле – свако ко превише нападно и сувише гласно инсистира на некој лествици вредности. Такође, по схватању овог аутора, битне одлике снобизма су и инсистирање на потпуном изједначавању социјалног положаја и људске вредности, као и то да се предмети дивљења снобова мењају упоредо са променом дистрибуције моћи, пошто је моћ управо оно што их првенствено занима (де Ботон 2005: 24).

## Врсте и карактеристике снобизма

Де Кленшан разликује две основне врсте снобизма – примарни и секундарни. Примарни снобизам настаје половином XIX века, из средњих и виших друштвених слојева (Тодоровић 1980: 82). Модерно друштво у настајању се све више развијало ка моделу света који није више докон и нема намеру да свој живот проводи испразно, па се стога може рећи да ова врста снобизма настаје из жеље да се следе обрасци понашања некадашњег двора и монарха који све више губе на значају.<sup>42</sup> Примарним или монденским снобом, тзв. „салонским човеком“ називаће се онај ко је креатор и имитатор начина одевања, становања, коришћења доколице, онај који тежи томе да буде примљен у најексклузивније салоне. У својој другој фази снобизам показује тенденцију спуштања и обухватања оних нижих друштвених слојева који немају никакве везе са двором и назива се секундарним, изведеним или накнадним снобизмом (Илић 1974: 77). Међутим, примарни снобизам није нагло прешао из тзв. високог друштва на припаднике нижих друштвених слојева већ у том процесу делују два закона. Први закон јесте да ће се у једној друштвеној и културној средини утолико пре распрострањити снобовско понашање уколико је та средина била у непосреднијој вези са примарним снобизмом, а други закон се заснива на ставу да ће једна социјална средина бити утолико дубље инфицирана снобовским понашањем уколико је то средина затворенијег типа, потпуно уверена у своју необичност, аутентичност и егзотичност (Тодоровић 1980: 83).

Код Текерија наилазимо на занимљиву поделу снобова на релативне и апсолутне, при чему под апсолутним снобовима подразумева оне „који су снобови свугде и у свако доба, у сваком друштву, од јутра до мрака, и од младости до гроба, будући да их је природа обдарила снобизмом – док су други снобови само у извесним приликама и односима у животу“ (Текери 1969: 6). Прву категорију снобова Текери објашњава сликовитим приказом потпуковника Сноблија који је „[...] носио лаковане чизме и исте такве бркове; у говору је врскао, развлачио речи и из њих изостављао слово `р“ (Текери 1969: 5)

---

<sup>42</sup> Француска револуција и сви бурни догађаји који су се одиграли после ње довели су до тога да су краљевске породице и дворови, као и све оно што су они представљали, изгубили значај и сведени су на пуке фигуре и огољену декорацију, али навике које су стваране вековима одржавале су се и после ових великих промена. „Дворови нису хтели да умру. Да би наставили своју егзистенцију, они су морали да измисле нови ауторитет који ће заменити монарха. То више није појединац, наследник, личност, већ читав један систем појава, које ће представљати средиште интересовања. У „отменим друштвима“ XIX века у свим великим европским престоницама, тај нови ауторитет биће *котерије снобова*“ (Илић 1974: 75). Котерије почињу да креирају нови начин живота, развијајући моду која до детаља упућује на то како треба везати кравату нпр., упоредо са упутствима како изабрати аутомобил или како водити салонску конверзацију.

и сматра их доброћудним и безазленим робовима бонтона. Други тип снобова означава као лицемерне снобове и представља их гротескном сценом ручка код румелијског паше Лекеербиса (Текери 1969: 8–9).

А. Морао разликује неколико нивоа снобизма при чему полази од „оних са врха лествице друштвених вредности (на којој „чуче краљевска височанства“), преко нешто нижег нивоа (снобизам аристократа), па све до најнижег нивоа на којем стоји „маркиза“, сиротица која држи јавни тоалет на Јелисејским пољима у Паризу и дозвољава приступ само „одабраним клијентима који јој доносе букете цвећа“ (Божиловић 2006: 183).

По Коковићевом схватању, неке од основних карактеристика снобизма су:

- снобизам се, пре свега, односи на доколицу – на доколичарске обрасце понашања, док се етика рада и професионалне активности стављају у други план,
- снобови сами себи додељују супериорну улогу у односу на све остале,
- снобизам увек означава припадност одређеним затвореним друштвеним групама и постоји међусобна сагласност међу члановима тих група око ставова, мишљења и уверења, које такође сматрају супериорнијим у односу на другачије ставове, мишљења и уверења,
- снобовима није важно да ли су вредности или критеријуми за које се залажу и на основу којих остварују стварну или замишљену друштвену промоцију заиста општепризнате друштвене вредности или су сасвим споредне или чак потпуно безначајне у хијерархији људских вредности,
- све снобовске групе имају своје ритуале и знаке распознавања, као и одређена места где се окупљају и друже међусобно, дивећи се себи самима (Коковић 1997: 448).

Једна од најбитнијих одлика снобизма је имитирање – у социјалном смислу може се говорити о извесној горњој граници у том процесу имитације јер највиши слојеви немају више кога да имитирају. Сноб имитира оне које сматра славним, значајним, знаменитим. „Он је спреман да их обоготворије, да их обожава до фанатизма и самопонижења“ (Божовић 2010: 95).

Ален де Ботон наводи страх као нешто што је дубоко укоренењено у снобизму јер сматра да потцењивање других није просто разбирига снобова и нешто чиме се они забављају, већ да иза охолости постоји страх – тај страх се преноси с генерације на генерацију, те долазимо до одређене законитости у репродукцији снобизма, а то би било да снобови рађају снобове. „Старија генерација намеће своје необично снажно повезивање скромног положаја и катастрофе, ускраћујући свом потомству ону наслагу емоционалне слојевитости, која би им допустила духовну угодност да представе да се низак статус (њихов властити или других) не може једноставно поистоветити с недостојношћу, нити висок статус с изврсношћу“ (де Ботон 2005:27).

„Нема много оних који би, попут снобова, могли да се похвале чињеницом да се клоне предмета масовне производње и лошег укуса“ (Монен 2004: 17), па отуда и безобзирност и безочност снобовских кругова, јер човечанству

недостаје отмености и узвишености, чиме оно одбацује и сваку фантазију и имагинацију, као и разовршеност и различитост. „Чак је и у Француској завладала подозрива атмосфера, као да су уметност, лепота и екстраваганција само ђавоље дело“ (Монен 2004: 19). Међутим, фантазија и имагинација једног сноба углавном се исцрпљује у стварању властитог „ја“. Антонијус Монен иначе снобизам везује за најсуптилније наслеђе европске декаденције и дендизма и очигледно га сматра ширим појмом који се може применити и у условима савремене културе, док је денди данас „само онај који у одевању претерано прати моду“ (Монен 2004: 15) или, може се рећи – човек гомиле.

Александар Тодоровић сматра да су изузетност и супериорност основна обележја снобизма, али не као неке објективно дате карактеристике, већ као субјективно одређивање сопственог значаја и положаја у датој средини од стране самих снобова. Исти аутор сматра да снобизам рефлектује сасвим посебне карактеристике када се посматра у вези са модом као појавом и да се те карактеристике испољавају у области одевања, становања, у љубави, култури и уметности и др. (Тодоровић 1980: 84-85).

### Снобизам и мода

Мода (франц. *la mode*) означава пре свега тренутни укус или укус времена који се од индивидуалног укуса разликује колективним усмеравањем и претензијама на опште важење, а од уметничког стила ужим временским ограничењем и масовном распрострањеношћу. Карактерише је хировитост, тј. непредвидљивост, а будући да следи двоструки императив – императив универзализације и императив спецификације – њоме управљају бројни парадокси. Иако је подложна брзим променама, у стању је да лансира владајући, мада краткотрајни, идеал лепог. Затим, поред тога што функционише по принципима слободе и једнакости, увек се изнова претвара у потребу за прилагођавањем и конформизмом, а омогућујући симболичко повезивање у заједници „истих“ делује као сила која укључује, али такође и раздваја, пошто из те заједнице други нужно бивају изузети (Шнел 2008:412-413).

Мода је, по Тодоровићу, тесно повезана са развојем снобизма. Новине у моди настају тако што се онда када мода постигне свој циљ јавља радозналост или „љубопитство“, како наводи аутор, које имплицира настанак нових варијанти моде, али не нужно и и неку корениту промену. Те новине се углавном примећују у неким споредним стварима, па зато савременици најчешће нису способни да уопште направе разлику између детаља и промене читавог стила, а такво поступање је нарочито карактеристично за снобове. Снобови често сасвим ситне промене у моди проглашавају за потпуну промену стила, чиме се потпуно неважни елементи сматрају битним за развој моде (Тодоровић 1980: 85).

Овде се такође може говорити и о категорији престижа која се подједнако манифестује у областима материјалних, културних и других друштвених потреба. Пораст ових нереалних и претераних потреба добија огромне размере у одређеним круговима управо због стварања престижа, па долази до куповине и гомилања предмета који не задовољавају нити материјалне, нити естетске или уметничке потребе. Снобизам се може манифестовати као често мењање стана или аутомобила и уопште, као куповина разних ствари које не одговарају одређеним потребама (Тодоровић 1980: 85–86). Проблем настаје и онда када потпуно обични предмети и производи, као што су аутомобили, намештај или одећа доспевају у неприкладно друштво, неприкладне ситуације и на неприкладна места, чиме се чине покушаји да се доспе на виши друштвени положај опонашањем животног стила вишег друштвеног слоја (Жунић 1994: 40).

По схватању Р. Конига сноб је „онај који осећа или верује да га посматрају и зато мисли да мора ићи за сваком модом па макар она била и најекстравагантнија“ (цит. пр. Тодоровић 1980: 86), чиме се истичу неке од битнијих карактеристика сноба, а то су озбиљност којом он у сваком тренутку приступа сопственој појави, као и огроман значај који придаје самом себи. Са истом том озбиљношћу сноб приказује и најмању варијанту моде као ствар од „државног значаја“ и увек жели да буде испред свог времена и да неки модни детаљ први понесе. Може се рећи да је то ствар принципа за једног сноба.

Снобизам у моди на одређени начин представља облике понашања који одударају од облика понашања карактеристичних за масе или се налази мимо њих. По Кониговом схватању сноб је „несрећан елемент“ у друштву који уздиже моду до религије и чини све да јој се прилагоди, али некако се увек нађе „поред“, мимо токова, пошто увек жури испред природног развоја ствари. Такође, његова непрестана тежња јесте да ступи у контакт са онима који не желе ни да знају за његово постојање, тј. са вишим друштвеним слојевима, па се зато налази и у константном стању неизвесности из кога је једини излаз – претеривање. Сноб је – може се рећи – приморан да буде виши по моди него што је сама мода и такав начин понашања га маргинализује, па се из тога може закључити да се сноб јавља само у извесним типовима друштва – у онима која су већ прошла кроз процес одмакле индивидуализације и која показују велику покретљивост у питањима моде. Та покретљивост или мобилност је постала, како каже Тодоровић – „конвенционални канон свакодневног живота“ и у таквим друштвима сноб игра већу улогу него на другим местима, те аутор закључује да су управо претеривање и пренаглашавање појединих елемената моде који нису битни за промену самог стила моде управо основна карактеристике снобизма у овој области, у области моде (Тодоровић 1980: 86-87).

По Р. Пођолију, снобизам у култури произилази управо из царства моде, „моде снобовског начина одевања, моде избора тема и њиховог трансфера из једне области уметности у другу, моде понашања која своје сокове црпе из уметности“ (Божиловић 2006: 182).



### Феномен хипстера

Термин „хипстер“ се први пут појавио 40–их година у САД-у и односио се углавном на припаднике беле средње до више класе који су имали афинитете према тадашњој блуз и џез сцени и који су покушавали да присвоје комплетан имиџ музичара – дакле стил облачења, начин говора, боемски живот, конзумирање дрога и сл., са тенденцијом да се занемари статус, порекло и припадање одређеном друштвеном слоју.<sup>43</sup>

Управо та везаност за музичку сцену и тежња авангарди као покушају бекства из сопствених оквира је једина линија која повезује некадашње и садашње хипстере. Почетком деведесетих тај појам се везивао за младе који су изражавали презир према мејнстрим моди и култури, а фаворизовали инди-рок и филмове независне продукције, између осталог, и јавља се у необојемским четвртима америчких метропола добијајући ексклузивније значење од пређашњег. Никад га није било лако дефинисати с обзиром да хипстеризам увек представља својеврсну мешавину различитих стилова, укуса и понашања, а верује се да је настао као послератни правац инспирисан *hippie*, *punk*, *grunge* и *beat* покретима. Крајем деведесетих термин хипстер почиње да се везује за младе људе са афинитетима према алтернативној култури, нарочито према алтернативној музици, хип-хопу, независном року и према животном стилу кога одликује куповина у *second hand* продавницама, органска храна, вегетеријанство и слично. Након напада на Њујорк 2001. године окрећу се „зеленом покрету“ и почињу да користе симболе попут змија и цвећа. Тада хипстеризам почиње да се шири и ван граница САД-а и његови припадници убрзо постају несвесни ствараоци, али и следбеници мејнстрим трендова.

Историјски гледано корени хипстеризма сежу мало даље од средине ХХ века у Америци када се тај израз први пут појавио. Сматра се да су претече ове појаве најпре били француски декаденти окупљени око лика и дела Шарла Бодлера, енглески дендији око Оскара Вајлда, па тек онда читав *арт деко* еклектицизам између два светска рата, ексцентрични модернисти из плејаде „поетике -изама“ (међу којима ће предњачити дадаизам), џез, па затим тек америчка дефиниција битника после II св.рата; све ово наведено биће добро потопљено у хипи покрет да би се испрало нешто касније, у постмодернизму, где ће се комбиновати филозофске вредности од Сартровог егзистенцијализма до Жака Дерида и Жана Бодријара са стилским круговима оку-

---

<sup>43</sup> Овај термин се често везује за битнике, те тако Џек Керуак говори о хипстерима из четрдесетих као о „лутајућим ликовима посебне духовности који се смуцају по целој Америци стопирајући“, Ален Гинсберг их слично описује у својим поемама, док их Мајлер назива „америчким егзистенцијалистима“, који теже да учине радикални раскид са друштвом и да постоје сами за себе, без корена и без везаности за нешто. [http://en.wikipedia.org/wiki/Hipster\\_%28contemporary\\_subculture%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Hipster_%28contemporary_subculture%29)

пљеним око Ендија Ворхола и поп-арта; одатле то раслојавање наведених ли-нија преплиће се са свим савременијим токовима *инди* струје, *пост-панка*, до непрегледног мноштва фузија ди-џејинга и несагледивих могућности комби-новања најситничавијих дефиниција музичких врста и подврста. Од изворних елемената француске декаденције и енглеског дендизма остало је суштински врло мало, заправо реликти ових елемената сачувани су једино у неким мод-ним фетишима и начину живота<sup>44</sup>.

Хипстер тежи да буде идол самом себи, аутентичан и оригиналан, а ње-гов снобизам огледа се првенствено у потреби да буде прихваћен као такав – али никада потпуно схваћен, јер он мора бити недостижан у нечему, а ако и није недостижан, мора макар бити недефинисан. Он наслућује да можда по-стоји нешто несазнајно и неизрециво (што је често прекретница ка алтерна-тивним „духовностима“ којима неретко тежи), али хипстер је опет неко ко ће и то несазнајно и неспознатљиво настојати да поистовети са сопственом ин-дивидуалношћу, те нарочито назначити тенденцијом ка помодним испоља-вањима. Крајњи домет ове тенденције је бити „нај-кул.“ Све је то игра поен-тирања без поенте, односно у целом сплету Бодријарових симулакрума и симулација – духовито пародирање непостојећег оригинала.

Савремени хипстер не сматра себе неким ко је „нобл“ и привидно је емпатичан према нижим слојевима „напаћеног пролетаријата“, при чему се та емпатија исказује високим интелектуализовањем проблема радничке класе, али никако неком конкретнијом акцијом, то јест – не сме се бити интегра-лним делом тог пролетаријата, јер тада прокламована аутентичност долази у опасност. Модна побуна и мода побуне, очајавање над ситуацијом у свету, сентимантална површност у хуманим обзирима за, рецимо, проблем гладне деце у Африци, активизам који не иде даље од медијских досетки на дру-штвеним мрежама – и све то да би се у крајњем домету било *кул*. Подилаже-ње нижим слојевима могло би бити једна од битних заједничких одредница којом би се обухватили хипстери као колико–толико јединствени феномен. Привидно се пародира маниризам „нобл слоја“ као нека врста тежње ка интелектуалном елитизму, док се на модним детаљима, такође привидно, изража-ва симпатија према нижим класама, што се испољава у демодне ношњи и на-глашавању носталгичних тонова „старих добрих времена“. Реалност је запра-во да им стварна елита или „нобл“ слој остаје ван домашаја, па им преостаје само травестија тих узвишених манира кроз модну емпатију према нижим слојевима и покушај да се прогласе макар интелектуалним или духовним кре-мом међу друштвеним слојевима.

<sup>44</sup> „Дендизам, ако узмемо на себе много слободе и превидимо неопходну опрезност, могли бисмо најлакше описати кроз пример: то је оно што је заједничко Лорду Бај-рону, Ендију Ворхолу, Оскару Вајлду, Дејвиду Боувију, Шерлоку Холмсу, Бодлеру, Евгенију Оњегину, Марселу Прусту...“ Доступно на:

<http://jednostavnosvim.blogspot.com/2014/03/dendizam.html>

Хипстер бежи од представе *осредњости* средње класе, отуђује се од сваке могућности да буде део нечега медиокритетског, па тако срља у екстреме „оригиналности по сваку цену“, а тензија расцепа индивидуалног и друштвено-културног ствара неурозу од које се прави модни детаљ. Носити себе самог као сопствено уметничко дело и евентуално се представљати као дубоко шифровани транспарент духа времена и „пост-идеолошке“ шизме епохе, то је почетни домет скоро сваког хипстера; крајњи домет јесте никада не бити схваћен и никада не бити дешифрован, а истовремено себе представити као некога ко је дешифровао све енигме времена и простора. Ако нешто није нимало енигматично, хипстер ће тежити да га мистификује – вероватно у нечему што је свима очигледно постоји скривени смисао у који је само он успео да проникне. Један начин да се то постигне је баратање гламурозним вокабуларом олако схваћених фраза којима често ни сам субјект не зна значење, па се крије у измаглицама релативности, изигравајући спонтану лежерност. У том погледу патентирана је фраза „пост-иронија“ као потреба да се на какав-такав начин стабилизује појам о стилској фигури њиховог израза и дестабилизује сваки смисао дешифровања самог себе. „Пост-иронично“ су хипстери једно време објашњавали зашто носе еарпу такозвану „палестинку“ (у време када су америчке трупе вршиле војну интервенцију на подручју Блиског истока) – по њиховим сопственим речима кроз тај модни детаљ су изражавали активизам, тј. своје негодовање због војне интервенције, али не да би испали пуки пацифисти (јер бити обичан пацифиста је сувише „мејн-стрим“) него се том тобожњем пацифизму пришива и „пост-иронија“.

Сам назив „пост-иронија“ указује на потребу да се покаже да иронија више није довољна, да је сувише комерцијализована па је потребно да се регенерише кроз нови појам. Зато се том појму напосто додаје неки од уобичајених постмодернистичких префикса; иронија, као стилска фигура која је скоро увек током историје имала тенденцију да дестабилизује смисао и приказе га у дубљим противречностима, као да је са овим префиксом (овим модним пришивком од префикса) добила нову димензију дестабилизације саме себе, то јест сопственог смисла. „Пост-иронија“ постаје нека врста двоглаве ироније од које су обе главе – привид. Значење више не постоји, истине одавно нема; постоји само двоструки привид осцилација тобожњег смисла у чијем процепу се дешава читава дијалектика обесмишљавања.

### Хипстерски снобови

Роберт Ланам у својој књизи *Приручник о хипстерима* веома сликовито, карикирајући, саставља портрет модерног хипстера и описује га као неког ко поседује укус, формира мишљење и обликује ставове који су не само „кул“ већ „најкул“ (Lanham 2003:5). „Прихватљива“ или типична занимања једног

хипстера могу бити: архитекта, власник галерије, уредник часописа, шетач пса, рестауратор намештаја, модни дизајнер, писац, доживотни студент, илустратор, музичар, веб-дизајнер или било које друго „аутентично, креативно поље занимања“ (Lanham 2003:102) пошто је аутентичност, поред оригиналности и индивидуалности, веома важна у свим аспектима хипстер културе и наглашава се у свим областима, од моде и музике до хране и пића. Па опет, припадници ове групе *уз нешто изузетака* личе један на другог, што је велика иронија хипстерских, као и свих других снобовских кругова, уосталом. Свеприсутни страх учесника хипстер сцене да ће бити оцењени као „неаутентични“ наводи их на копирање образаца понашања других хипстера, што доводи до појаве потпуно истог стила облачења, слушања исте музике, усвајања исте животне филозофије чиме се заправо негује „индивидуалност и аутентичност“ читавог хипстер покрета науштрб стварног индивидуалног изражавања појединца.

Робовање „прихватљивим“ модним трендовима у области одевања пре свега које подразумева наочаре са пластичним оквирима, шарену „инди“ гардеробу и незаобилазни шал око врата без обзира на временске прилике и годишња доба, доводи до поништавања индивидуалног укуса ради претварања појединца у анонимног припадника масе истоветних примерака.

Склад између захтева моде и укуса појединца представља друштвено уравнотежавање појединца између захтева заједнице и захтева индивидуалитета, те би зато сваки појединац требало да тежи за тим да у оквиру неког модног израза нађе индивидуалност своје појаве и изгледа и да је задржи као личну ознаку (Глушчевић 1990: 230–231), али се чини да то никако не успева припадницима хипстер сцене.

Контрадикторност хипстерске културе се огледа у томе што се они који себе ту сврставају боре против униформности и етикетирања било чега, а у исто време почињу да личе једни на друге. То је један од разлога што данашњи хипстери имају врло мало везе са оним изворним, америчким хипстерима о којима је било речи. *Оксфордски речник* дефинише хипстера као особу која прати последње трендове у моди, нарочито оне за које сматра да се налазе ван „мејнстрим“ културе,<sup>45</sup> а управо то и јесте један од парадокса: хипстеризам се данас представља као нешто тежи да се потпуно измести ван токова владајуће културе и њених вредности, а у исто време представља конзумента исте те културе. Нова гардероба, скупа и маркирана, која треба да изгледа као да је из *second hand* продавнице, презирање великих корпорација уз обожавање *Starbucks-a*, тенденција да се делује лежерно уз потпуну опседнутост имиџом – само су неки од парадокса везаних за савремене хипстере.

Она опседнутост успињањем на друштвеној лествици, макар и привидним, присутна код класичног сноба која се најбоље види у пажњи коју посвећује својој целокупној појави, овде је такође преокренута у свој парадокс – за хипстеризам се одлучују претежно млади који себи могу да приуште тај,

<sup>45</sup> <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/hipster>

заправо нимало јефтин начин живота, а својом појавом теже да оставе утисак припадања нижим друштвеним слојевима.

Читава једна грана модне индустрије одредила је хипстере као циљну групу јер је то био комерцијално добар начин да се, без снижавања цена, продаје гардероба из запуштених магацина која је давно изашле из моде. А разумевање у историју модних трендова и разумевање у политичку филозофију су две основе хипстеризма одакле се генеришу нови и нови начини испољавања, у непрестаној динамици негирања устаљених тривијалности средине, а затим и негирања свега што брзо постаје тривијално и код других хипстера – јер шта се напоскон дешава са том индивидуалистичком изузетношћу ако се на једном истом месту нађе толики број изузетних? Тада долази до паничне промене модних детаља у екстремнији крик ексцентричних иживљавања укуса јер имају потребу да буду „изузетнији“ од остатка „изузетних. Без обзира на све то, посматрајући читав феномен, иако пун противречности, парадокса, двоструких или вишеструких осцилација релативности и привида, запажа се да постоји једна ствар која не мења своју вредност и које се хипстери, упркос својој животној филозофији нимало не гнушају – робна марка.

Занимљиво је и то да је веома ретко, ако не и немогуће, наћи појединца који ће себе поносно сматрати хипстером, иако веома јасно носи симболе хипстеризма и манифестује управо такав начин понашања и живота. Тај чудни парадокс самоидентитета и порицање сопствене егзистенције се може објаснити једино враћањем на једну од основних идеја хипстерских кругова – борбе против етикетирања било чега, а у исто време не треба изгубити из вида ни то да је једном снобу најтеже да призна себи и другима да јесте сноб.

## Литература

- Божиловић, Н. (2006) *Кич култура*. Ниш: Зограф.
- Божовић, Р. (2010) *Тишина доколице*. Београд: Чигоја штампа.
- Ботон, А. (2005) *Статусна зебња*. Београд: Завет.
- Вујаклија, М. (1966) *Лексикон страних речи и израза*. Београд: Просвета.
- Глушчевић, З. (1990) *Живот у ружичастом*. Београд: Просвета.
- Жунић, Д. (1994) *Свакидашњи укус: критика моћи свиђања*. Ниш: Просвета.
- Илић, М. (1974) *Социологија културе и уметности*. Београд: Научна књига.
- Коковић, Д. (1997) *Пукотине културе*. Београд: Просвета.
- Lanham, R. (2003) *The Hipster Handbook*. New York: Anchor Books.
- Монен, А. (2004) *Мали брeвијар снобизма*. Чачак: Градац.

- Текери, В. (1969) *Књига о снобовима*. Београд: Рад.
- Тодоровић, А. (1980) *Социологија моде*. Ниш: Градина.
- Шнел, Р. (2008) *Лексикон савремене културе*. Београд: Плато.
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Hipster\\_%28contemporary\\_subculture%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Hipster_%28contemporary_subculture%29)
- <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/hipster>
- <http://jednostavnosasvim.blogspot.com/2014/03/dendizam.html>

Anita D. Nizić

#### SOCIO-CULTURAL ASPECTS OF SNOBBERY AND ITS MANIFESTING AMONG CONTEMPORARY HIPSTERS

*Abstract:* Quite a specific kind of snobbery which contains all the essential elements of this phenomenon but completely on other grounds, occurs in contemporary hipster subculture, which has very little to do with the former meaning of the term. Hipsterism increasingly cuts across different strata of young and seem fully representative for the observation and analysis of the phenomenon of snobbery among the young population, because in addition to all the basic features of the phenomenon of snobbery, hipsterism also contains the specific characteristics and contradictions. While supporters of this subculture look to its members as well as the generation of young people looking for individuality and tolerance of what is modern, there are, on the other hand, those who are very critical of this wave and the very term “hipster” is viewed through the prism of his stereotypes, pronouncing it as an insult, because for them it represents a pretty empty, inauthentic individual who is only prone to blindly follow fashion trends.

*Key words:* snobbery, fashion, hipsters.