

Tartu Ülikool

Humanitaarteaduste ja kunstide valdkond

Filosoofia ja semiootika instituut

Semiootika osakond

Martin Mäesalu

**HIPSTERLUS KUI SUBKULTUURSUSE ALLSÜSTEEMI OBJEKT JA KEHASTUS:  
LOTMANLIK LÄHENEMINE SUBKULTUURILE**

Juhendaja: Tiit Remm

Tartu 2018

Olen magistritöö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõttelistele seisukohtadele ning muudest allikatest pärinevatele andmetele on viidatud.

Autor: Martin Mäesalu .....

*(allkiri)*

.....

*(kuupäev)*

Luban töö kaitsmisele.

Juhendaja: Tiit Remm .....

*(allkiri)*

.....

*(kuupäev)*

## SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	4
Teema valiku selgitus.....	4
Teema ülevaade ja piiritlemine.....	5
Töö struktuur.....	5
I SUBKULTUURSUS JA TÖÖS KASUTATAVAD MÕISTED .....	8
1.1. Subkultuuriuurijate positsioon.....	8
1.2. Lotmani semiootika ja subkultuursus kui kultuuri allsüsteem.....	13
1.3. Töös kasutatavad mõisted .....	16
II HIPSTERLUSE TASANDID: NIMETUS, KIRJELDUS, PRAKTIKUD.....	22
2.1. Hipsterluse mõiste kui subkultuuri nimetamise problemaatika.....	22
2.1.1. Mõiste ajalugu .....	22
2.1.2. Kaasaegsed uuringud ja mõtestamine.....	26
2.2. Hipsterluse kirjeldus kultuuris ja meedias.....	38
2.2.1. Hipsterluse kujutamine Eesti meedias ja kultuuris.....	46
2.3. Hipsterluse praktikute tasand.....	51
III HIPSTERLUSE TASANDITE SUHTED .....	55
3.1. Objekti ja kirjelduse suhe.....	55
3.2. Uurija ja uuritava suhe .....	56
3.3. Hipsterluse ja subkultuursuse allsüsteemi suhe.....	57
KOKKUVÕTE.....	61
KASUTATUD KIRJANDUS .....	64
SUMMARY.....	70

# SISSEJUHATUS

## Teema valiku selgitus

Hipsterluse mõiste on oma pika ajaloo vältel kandnud erinevaid tähendusi ning olnud kasutuses erinevates kontekstides. Algselt pärineb mõiste omadussõnast *hip*, mis tähendab „teadmuses olema“ ning tihtipeale tähistab ka *cool*'i ehk lahedust. Ajalooliselt on hipstereid seostatud eelkõige Ameerika Ühendriikide džässikultuuri järgijatega, kuid millenniumivahetuse paiku võeti termin kasutusele uue noortekultuuri tähistamiseks. Kuigi terminit „hipster“ kohtab kaasaegses ühiskonnas märkimisväärselt palju ja erinevates kontekstides, on akadeemilised käsitlused sellest siiani kas laialivalguvad või teatavate probleemidega.

Hipsterlust seostatakse ajakirjanduses, sotsiaalmeedias ja kultuuris laiemalt enamjaolt noorte loominguiliste inimestega, kes ihalevad autentsuse järele. Üheks peamiseks hipsteri tunnuseks on tõsiasi, et keegi ei soovi end hipsterina identifitseerida, sest seda nähakse halvustavana. Ühtlasi asetatakse hipsterlus tavaliselt subkultuuride konteksti. Kuna aga ka subkultuuri mõiste ise on keeruka teoreetilise situatsiooniga, pakun käesolevas töös välja Juri Lotmani semiootikast lähtuva lähenemise subkultuuri mõistele. Antud lähenemise kohaselt käsitlen subkultuursust kui üht kultuuri allsüsteemidest, mille üheks kehastuseks on hipsterlus. Hipsterlus ilmneb kultuuris eelkõige läbi kirjelduste, mistõttu on ka käesoleva töö fookuseks võetud erinevate tasandite (osalejate/praktiseerijate, meedia, uurijate) kirjeldused hipsteritest ja hipsterlusest.

Uurimuse üheks põhjuseks on minu enda isiklik huvi ühiskonnas toimuvate protsesside suhtes ning lisaks huvi identiteedi olemuse ja funktsioonide vastu. Kuna hipsterluse näol on pealtnäha tegu omapärase identiteedinähtusega, sest puudub enesekirjelduslik (või vähemalt enesetunnistuslik) tasand, otsustasingi antud subkultuuri lähemalt uurida. Uurimuse käigus

ilmnes aga, et päris identiteedina ei saa hipsterlust käsitleda, mistõttu jäi identiteedi küsimus tagaplaanile.

## **Teema ülevaade ja piiritlemine**

Peamised uurimisküsimused:

1. Milline on hipsterluse enesekirjelduse spetsiifika?
2. Missuguste semiootiliste protsesside kaudu hipsterlus luuakse?
3. Kuidas võiks J. Lotmani kultuuri allsüsteemi mõistet rakendada subkultuurianalüüsis?

Uurimisküsimustele vastuseid otsides toon töös välja palju näiteid hipsterite ja hipsterluse kujutamisest ja käsitlemisest ühiskonnas. Üldistatult langevad näited akadeemiliste uurimuste, ajakirjandusartiklite ja kultuuris kujutamise (muusikas, sotsiaalmeedias, satiirilistes käsiraamatutes jms) valdadesse. Tuuakse välja, missugusena hipsterit nähakse, kelleks teda peetakse ning missuguste piirkondade ja protsessidega hipsterlust ruumis seostatakse (eelkõige gentrifikatsiooniprotsess).

## **Töö struktuur**

Töö on jaotatud kolmeks osaks. Esimene peatükk, „Subkultuursus ja töös kasutatavad mõisted, on jaotatud kolmeks alapeatükiks. Esimene alapeatükk annab ülevaate subkultuuriteoreetikute ideedest selle kohta, kuidas subkultuure luuakse. Peamised kasutatavad autorid esimeses alapeatükis on erinevad tunnustatud subkultuuriuurijad ja subkultuuriteoreetikud: Andy Bennett, Ken Gelder, Dick Hebdige, David Muggleton ja Sarah Thornton. Teises alapeatükis seotakse subkultuuri mõiste, peamiselt Lotmani teooriatest lähtudes, kultuuri allsüsteemi mõistega. Peamiseks autoriks on teises alapeatükis Juri Lotman,

aga põgusalt puudutatakse ka teksti „Kultuurisemiootika teesid“, mis on kirjutatud koos Vjatseslav Ivanovi, Aleksander Pjatigorski, Vladimir Toporovi ja Boriss Uspenskiga. (Lotman et al 2013) Esimese peatüki kolmas alapeatükk selgitab töös esinevaid mõisteid.

Teine peatükk, „Hipsterluse tasandid: nimetus, kirjeldus, praktikud“, on samuti jaotatud kolmeks alapeatükiks. Esimene neist vaatab akadeemilisi lähenemisi hipsterlusele ja toob välja erinevad nimetused ja selgitused, mis antud uurimustes hipsterlusele antakse. Olulisemateks autoriteks antud alapeatükis on Kopenhaageni ülikooli sotsioloog Bjørn Schiermer, ameeriklastest turundusprofessorid Zeynep Arsel ja Craig J. Thompson, Tilburi ülikooli kultuuriuuringute õppejõud Piia Varis ja Ico Maly, turunduse ja tarbimispsühholoogia uurijad James M. Cronin, Mary B. McCarthy ja Alan M. Collins, eesti sotsioloog Peeter Vihma ning Chicago Saint Xavieri Ülikooli filosoofiadotsent Forrest Perry. Teine alapeatükk toob välja hipsterluse kirjeldused kultuuris ja meedias. Siinpuhul pakutakse ka näiteid Eesti kultuurist ja meediast. „Kultuuri“ terminit kasutan siinpuhul seetõttu, et mitmed näited on sellised, mida ei saaks lahterdada meedia, sotsiaalmeedia ega populaarkultuuri alla. Seega kasutan laiemat, „kultuurilise kujutamise“ sõnastust. Olulisemaks võõrkeelseks allikaks on siinpuhul ajakirja n+1 poolt koostatud raamat „What Was the Hipster?“ (Greif, Ross, Tortorici 2010). Olulisemateks eestikeelseteks allikateks on arvamused artiklid Aimar Ventseli (Ventsel 2017) ja Berk Vaheri (2014) poolt ning Peeter Vihma arvamus Juhan Melliku ajaleheintervjuus (Mellik 2014). Kolmas alapeatükk keskendub praktikute tasandile ja toob välja, kuidas näevad hipsterlust need inimesed, keda kirjelduste kohaselt võiks hipsteriteks kõige tõenäolisemalt pidada. Siinpuhul kasutatakse peamiselt eelnevalt välja toodud uuringute käigus teostatud intervjuude materjale.

Kolmas peatükk, „Hipsterluse tasandite suhted“, on jaotatud kolmeks alapeatükiks ning arutleb, lähtudes teisest peatükis toodud tasanditest, tasanditevaheliste suhete olemuse ja dünaamika üle. Esimene alapeatükk vaatab objekti ja kirjelduse suhet, teine uurija ja uuritava suhet ja kolmas hipsterluse ja subkultuursuse allsüsteemi suhet. Kuna tegu on arutleva peatükiga, lähtutakse terves peatükis peamiselt töö varasemates osades toodud materjalist.

Eraldi historiograafia peatükki töös ei ole, see on esitatud jooksvalt, peamiselt alapeatükkides 1.1. ja 2.1. Olulisemad viimaste aastate jooksul avaldatud hipsterlust kui subkultuuri uurivad akadeemilised tööd on Vihma artikkel „Hipsterlus – Vastukultuurist Elustiilik“ (Vihma 2013) ja Schiermeri artikkel „Late-Modern Hipsters: New Tendencies in Popular Culture“ (Schiermer 2013).

# I SUBKULTUURSUS JA TÖÖS KASUTATAVAD MÕISTED

Käesolevas peatükis tuuakse välja erinevate subkultuuriteoreetikute nägemus subkultuuriloomest, misjärel seotakse nende ideed Lotmani teooriaga kultuuri allsüsteemidest ning pakutakse lotmanlik meetod subkultuurianalüüsiks.

## 1.1. Subkultuuriuurijate positsioon

Käesolev alapeatükk annab põgusa ülevaate olulisemate subkultuuriteoreetikute ideedest subkultuuriloomest kohta.

*Subkultuuri* mõiste on pika ajaloo ja erinevate käsitlustega termin tähistamaks teatavat alajaotust või kategoriseeringut ühiskonnas. Merriam-Websteri sõnastik pakub definitsiooniks etnilise, regionaalse, majandusliku või sotsiaalse grupi, mis omab teatavaid käitumismustreid, mis eristavad neid teistest neid hoomavas kultuuris või ühiskonnas. (Merriam-Webster 2018) Peamised subkultuuriuringute koolkonnad on Chicago koolkond, mis tegutses peamiselt 20. sajandi esimesel poolel, Birminghami koolkond (täisnimetus *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*, tavaliselt kasutatakse lühendit CCCS) 60ndatel, 70ndatel ja 80ndatel ning postsubkultuuriuurijad 80ndate lõpust millenniumivahetuseni. (vt Gelder: 2007) Käesolevas peatükis keskendutakse peamiselt postsubkultuuriuurijate ideedele, kuigi puudutatakse veidi ka varasemaid käsitlusi.

Dick Hebdige'i teos „Subculture. The Meaning of Style“ on üks Birminghami koolkonna põhitexte. Hebdige'i sõnul on subkultuuri mõiste pidevas vaidlustatuse situatsioonis ning stiil on see ala, kus vastandlikud definitsioonid omavahel kõige dramaatilisema jõuga põrkuvad. (Hebdige 2002: 3) Ühtlasi leiab Hebdige, et sotsiaalsed suhted ja protsessid

võetakse indiviidide poolt kasutusse (ja samaaegselt ka kohandatakse endi poolt) ainult läbi vormide, millede kaudu neid suhteid ja protsesse on antud indiviididele kujutatud. Need vormid ei ole Hebdige'i järgi eriti läbipaistvad, neid varjab teatav „ühine teadvus/arusaam“ („a 'common sense'“), mis samaaegselt valideerib ja müstifitseerib antud vorme. (Samas: 13)

Hebdige'i käsitluses tähistab noortesubkultuuride teke briti ühiskonnas sõjajärgsel perioodil aset leidnud konsensuselagunemist. Hebdige'i järgi leiavad subkultuuris väljundi teatud vaidlustused („objections“) ja vastuolud. Hebdige viitab Lefebvre'i objekti- ja märgikäsitlusele, mille kohaselt saavad praktikas objektid märkideks ja märgid objektideks ning teatav teine loomus võtab üle esimese (ehk tajutava reaalsuse esmase kihi). Hebdige'i sõnul toimivad Lefebvre'i järgi alati vaidlustused ja vastuolud, mis õõnestavad märgi ja objekti, loomise ja taasloomise ringi sulgemist. Hebdige'i arvates ei väljendata subkultuurides neid vaidlustusi otseselt, vaid pigem kaudselt, stiili kaudu. Need vaidlustused n.ö kinnitatakse, vastuolud ja vasturääkivused kuvatakse välimuse pinnapealsel tasandil ehk, ta selgitab, märgi tasandil. (Samas: 17)

Stiil subkultuuris töötab Hebdige'i jaoks mehhanismina, mille transformatsioonid lähevad vastuollu „loomulikuga“ ning sekkuvad ja katkestavad normalisatsiooniprotsessi. Sellistena on nad Hebdige'i nägemuses kui maneerid, liikumised sellise kõne suunas, mis põhjustaks „vaikivas enamikus“ solvumist ja esitaks väljakutse ühtsuse ja kooskõla printsiibile. (Samas 18) Hebdige'i stiili käsitlus seotakse järgmises alapeatükis Lotmani käsitlusega meie olemusest.

Andy Bennett toob välja, et Steve Redheadi sõnul loodi „autentsed“ subkultuurid just subkultuuriteoreetikute poolt, mitte teistpidi. Ühtlasi ei ühtinud Bennetti sõnul Redheadi järgi populaarmuusika ja „hälbivad“ noortestiilid kunagi niivõrd harmooniliselt, kui mõnede subkultuuriteooriate sõnastuses. (Bennett 1999: 603) Bennetti hinnangul on subkultuur omandanud sotsioloogilises diskursuses tähenduste paljususe, mis on pärast meedia poolt kasutuselevõtmist defineerimist veelgi raskendanud. Seletab, et tuues subkultuuri termini laiemasse avalikku sfääri, on meedia justkui lõpetanud sotsioloogilisest tööst alguse saanud protsessi, kahandades „subkultuuri“ mugavaks, kõikehõlmavaks terminiks kirjeldamaks hulka

erinevate kollektiivsete praktikatega kollektiive, kellede ainsaks ühisjooneks on tõsiasi, et nad hõlmavad noori inimesi. (Samas: 605)

Muggleton on väitnud, viidates Frithi ja Horne'i musikoloogilisele uurimusele ja Seago kunstiinstituutsiooniuurimusele, et briti subkultuuriuringutest jäetakse tihtipeale välja kunstikoolid, kes pakkusid teatava ettevõtliku eetose ja disaineridünaamika, teatava boheemlusejoone, mis asus otseselt mõjutama tänavastiili, vastukultuuri ja subkultuuri. Viidates Jon Savage'i kultuuriajaloolisele käsitlusele sõnab Muggleton, et võib olla tõenäoline, et näiteks punk-kultuuri loomine eristuva stiilina võlgneb samavõrd palju Malcolm McLareni (Sex Pistolsi mänedžer) ja Vivienne Westwoodi (briti moekunstnik ja ettevõtja) ettevõtlikele impulssidele ja nende disainide ülevõtmisele Sex Pistolsi ja teiste poolt, kui rahutute ja pettunud noorte loomingulisele originaalsusele. (Muggleton 2002: 143-144)

Sarah Thornton ütleb, et tema uurimus võlgneb palju Birminghami koolkonnale, aga ta ei kasuta nende subkultuurikäsitlusi, vaid kasutab terminit „subkultuurid“ identifitseerimaks neid maitsekultuure, mida sildistatakse meedia poolt kui subkultuure. (Thornton 2003: 22) Ühtlasi on Thornton arvamusel, et näiteks massimeedia puhul tähendab meedia poolehoidev või julgustav suhtumine kultuuri jaoks surma. Negatiivne, mahalaitev suhtumine võib aga Thorntoni sõnul lisada elujõudu moehullusesse („fad“), mis muidu oleks võinud jääda üürikeseks. (Samas: 188-189). Thornton lisab, et subkultuurid ja meedia töötavad pigem sümbiootilises suhtes. Leiab, et subkultuuriline kapital (Bourdieu kultuurilisest kapitalist tuletatud termin tähistamaks staatuse omistamist subkultuuris, täpsem seletus alapeatükis 1.3.) säilitab oma kultuurilist väärtust senikaua, kuni ta käib läbi teataval määral piiritlesele allutatud kommunikatsioonikanalite, sest Thornton näeb meediat kui võrgustikku või institutsiooni, mis on sarnane haridussüsteemiga oma kultuurilise teabe loomise, klassifitseerimise ja levitamise poolest. (Samas: 243-244)

Ken Gelder väidab, et subkultuurianalüüsi peamiseks fookuseks peaks olema subkultuuride uurimine vaatevinklist, mis rõhutaks nende sotsiaalsust ja nende sotsiaalseid praktikaid. Samas on ta arvamusel, et ka sellise analüüsi tulemused on samavõrd palju kujutletud

(„imagined“) ja jutustatud, kuivõrd nad on kogetud osaliste poolt. Need kujutlused ja jutustused/narratiivid töötavad Gelderi hinnangul pigem pidevas vastastikus koostöös subkultuuride osaliste kogemustega. (Gelder 2007: 4) Ühtlasi leiab Gelder, et subkultuurid on muuhulgas loomingulise esitamise („imaginative representation“) küsimus. Gelderi järgi leiab isegi sotsioloogilistes kirjeldustes hulga troope ja metafoore, milleleta oleks justkui võimatu subkultuure arvesse võtta. Lisab, et subkultuurid luuakse läbi narratsiooni ja narratiivi, mis on jutustatud ühest küljest subkultuuride osaliste endi poolt, aga samas ka nende poolt, kes neid osalisi dokumenteerivad, vaatlevad, „sildistavad“, ära keelavad jne. (Samas: 66) Gelder pakub, definitsiooni asemel, välja kuus võtmeviisi, millede kaudu on subkultuure üldiselt mõistetud:

- 1) läbi subkultuuride sagedase negatiivse suhtumise töö tegemisse;
- 2) subkultuuride negatiivne või ähmne suhtumine klassidesse;
- 3) subkultuuride seos pigem territooriumi (tänav, linnaosa, klubi jne) kui omandiga;
- 4) nende liikumine kodust eemale mittekodustesse kuulumisvormidesse;
- 5) nende seosed liiasuse ja liialdamisega, vastandatuna vaoshoitusele ja mõõdukusele;
- 6) nende äraütlev suhtumine tavaelu banaalsustesse ja eriti massistumisesse. (Gelder 2007: 1)

Rääkides subkultuuri mõistest ja selle olukorrast tänapäeval nendib sotsioloog Chris Jenks, et pärast Birminghami koolkonda leiab subkultuuri mõistet peamiselt tudengite diplomitöodes. Jenks pakub põhjuseks, et ehk võimaldab see tudengitel keskenduda teemadele, mis seostuvad nende endi huvide ja vahetu kogemusega, pakkudes samas teatavat autoriteeti austatud traditsiooni poolt. Ühtlasi leiab Jenks, et sotsioloogia ja kultuuriuuringute peavoolus ei naasta enam antud traditsiooni poole, välja arvatud juhtudel, mil seda kasutatakse vahendina ööelustiilide väljatoomiseks. Viimaste puhul peab ta silmas eelkõige Manchesteri kunagisest klubist The Hacienda alguse saanud ning seejärel ülemaailmselt levinud ööklubi- ja reivikultuuri. (Jenks 2005: 126-127) Jenksi teost lugedes jääb küll selgusetuks, kas tudengite

ja „peavoolu“ uurimuste erinevus seisneb vaid terminoloogias või on seal ka sisuline vahe sees.

Jenksi sõnul ei ürita ta väita, et teoreetikud on kasutanud subkultuuri ideed refleksiivse ja iseteadliku ikoonina modernismi väsimusest, vaid pigem on subkultuuri ideed kasutatud mugavusest ehk kohana, kust saab teoretiseerimise lõpetada. Jenks väidab, et tähistuse „subkultuur“ kasutamine on üks võimalik strateegia, mida teoreetik saab kasutada, et väljuda ühisusest (commonality) ja integratsioonist ning keskenduda erinevusele ja difusioonile. (Samas: 131)

Kõigest eelnevast lähtuvalt tundub, et eelkõige toimub subkultuuriloomes kolme peamise tasandi kaudu: osalised, meedia ja uurijad. Seega oleks kõige mõistlikum lähtuda subkultuurianalüüsis nendest kolmest tasandist, tuua välja kirjelduse ja enesekirjelduse spetsiifika igal tasandil ning vaadelda, missuguses omavahelises suhtes tasandid on.

Hipsterluse uurimine asetab uurija keerukasse positsiooni, sest ühest küljest on tegu erinevate käsitluste kohaselt subkultuuriga ehk hipsterluse uuringud asetavad hipsterluse subkultuuri konteksti, samuti meedia ning ka osalised-praktiseerijad tajuvad hipsterlust subkultuurina. Teisalt aga tuleneb ta pika ajaloo „hip“ mõistest, mis lisab hipsterlusele oma tähenduse ja moodustab justkui hipsterluse ideoloogilise essentsi ehk eesmärgi „olla teadmuses.“ Samas on üheks hipsterluse uurimise põhiliseks probleemiks tõsiasi, et ta tundub olevat väga tugevalt seotud just „subkultuuri“ kui mõistega. Seega on hipsterluse näol tegu kahe termini, „hip“ ja „subkultuur“, teatava metatasandilise sünteesiga, sest oma essentsilt nõuab hipsterlus teatavat subkultuurilist teadmust erinevatest (eelkõige subkultuurilistest) stiilidest, mida seejärel omavahel segatakse. Kuna aga subkultuuriteooriad on justkui olemuslikult omavahelises vasturääkivuses, ei saagi tekkida ühist kontseptsiooni hipsterlusest. Käesolevas töös üritan rakendada Juri Lotmani semiootikat subkultuursusele ja hipsterlusele, eeldades, et lotmaniaanlik vaatevinkliasetus ja lähenemine võiksid aidata korrastada antud nähtust ja seda paremini kontseptualiseerida.

## 1.2. Lotmani semiootika ja subkultuursus kui kultuuri allsüsteem

Käesolevas alapeatükis seon Juri Lotmani allsüsteemi mõiste subkultuursusega ning loon sellest lähtuvalt, kasutades ka tema „moe“ käsitlust, Tartu-Moskva koolkonna semiootikal põhineva lähenemise subkultuurianalüüsile.

„Kultuuris ja Plahvatuses“ kirjutab Lotmani moe olemusest. Lotmani sõnul asub teispoole normi piire paiknevas ruumis terve „võimalustegamma“, alates koletislikust ehk normi hävitamisest ning lõpetades „positiivsete joonte meeldiva täiusega, mis ulatub ülenormilisuseni.“ Samas pole Lotmani järgi kummalgi puhul tegemist normi vaesestumisega, vaid pigem „ülevoolava eluga.“ Lotmani sõnul on üheks lihtsaimaks mooduseks ennustatavuse piiridest väljumiseks troop, kus „kaks teineteisele vastandatud objekti vahetavad omavahel dominanttunnused.“ Seesugune elementide ümberpaigutamine, säilitades samas endise kogumi, häirib tavaliselt Lotmani sõnul stereotüüpset auditooriumi ning antud võtet tembeldatakse sageli ebasündsaks. (Lotman 2001: 93)

Lotmani järgi väljendab argielus sellist „ümbERPööratud maailma“ mood, „mis samuti toob dünaamilise alge liikumatuna näivasse argielusfääri.“ Autor jätkab, sõnades, et rõivastuse kultuuriruumis käib pidevalt võitlus stabiilsuse, muutumatuse taotluse ning sellele vastanduva, uudsusele ja ekstravagantsusele sihtiva suundumuse vahel. Seeläbi saab moest „justkui põhjendamatu uudsuse nähtav kehastus.“ (Samas: 94)

Ühtlasi on Lotmani järgi moe kohustuslikuks elemendiks ekstravagantsus ning seda isegi perioodidel, mil kerkib esile traditsioonilisuse-mood, sest antud puhkudel saab traditsioonilisusest endast ekstravagantsuse eitamise ekstravagantne vorm. Lotmani sõnul tähendab mingisuguse elemendi moeruumi lülitamine ta nähtavaks, tähenduslikuks tegemist ning moodi lülitumine on tähendusetu tähenduslikuks tegemise pidev protsess. Lisaks eeldab mood Lotmani järgi alati vaatlejat ning moe keeles kõneleja on seega uue, auditooriumile mõistetamatu informatsiooni looja. Kusjuures auditoorium ei tohigi antud käsitluse kohaselt moest aru saada ning peabki moe üle nõrдинud olema. Seega võidutseb mood Lotmani järgi ühest küljest läbi auditooriumi nõrдинuse, aga teisalt ka läbi selle nõrдинusega seotud

mittemõistmise, mis teeb moest samaaegselt elitaarse ja massilise nähtuse. Lotmani sõnul annab mittemõistmine moele elitaarsuse, kuid moe tõeline võit seisneb tema vastasseisus massiga, sest „ilma šokeeritud publikuta kaotab mood oma mõtte.“ Sellest lähtuvalt väidab Lotman, et moe psüühiline aspekt on eelkõige seotud hirmuga jääda märkamatuks ning seega ei toitu mood enesekindlusest, vaid oma väärtuses kahtlemisest. (Samas: 95)

Lähtudes Lotmani mõtisklustest moe teemal saab norme näha kui piiri subkultuuride endi sees. Normatiivsusest väljumine läbi moe on ilmselt keskne subkultuuride omadus, vähemalt subkultuurikirjelduste kohaselt. Mood ei pea siinpuhul olema rangelt seotud riietusega, vaid sisaldab endas ka käitumistavasid, kunstilisi eelistusi, tarbimispraktikaid jne. Oluline on eelkõige teatud taotlus mainitud „ekstravagantsusele“ ning soov (või vajadus) olla raskestimõistetav (või suisa mõistetamatu) vaatleja(te)le. Näitena sellise omaduse omistamisest läbi kirjelduse võiks pidada Ken Gelderi eelpool toodud kuut võtmeviisi subkultuuride mõistmiseks.

Teoses „Kultuuritüpoloogiast“ kirjutab Lotman kultuuri allsüsteemides, sõnades, et kultuurikihti kuuluvad allsüsteemid on individuaalsed, sisemiselt suletud ja autonoomse struktuuriga ning kultuurikiht tervikuna kujutab nende jaoks väliskeskkonda. Lotmani sõnul võivad need allsüsteemid koosneda ääretult keerukate seoste süsteemist, mispuhul kujutab kultuuri ühtsus endast „teatavat madalamate tasandite vasturääkivatest tendentsidest abstraheerunud keskmist suurust.“ Lotmani järgi võib seesuguse sisemise keerukuse puhul antud kultuuri erinevaid allsüsteeme organiseerivate printsiipide ebahütlust pidada „ükskõik millise piisavalt keeruka ja elujõulise, isearenemisvõimelise kultuurisüsteemi omaduseks.“ (Lotman 2010: 71-72) Seega vaadeldes subkultuursust seesuguse allsüsteemina ilmneb, et subkultuuriteooriate ja -uurijate omavaheline teatav vasturääkivus on loomulik subkultuursuse kui elujõulise allsüsteemi omadus.

„Kultuurisemiootikas“ lisab Lotman, et iga semiootiline süsteem talitleb suhestatuna teiste semiosfääri süsteemide ja tasanditega ning mingusugse keerulise struktuuri täielikku arengut iseloomustab enesekirjeldamine ehk eneseteadvustamine. (Lotman 2016: 8) Raamatus „Semiosfäärist“ sõnab Lotman, et kultuur, mis eelnevalt on olnud vaid kirjelduse objektiks,

võtab lõpuks enesekirjelduse tasandile jõudes üldjuhul enese suhtes välise vaatepunkti ja kirjeldab seeläbi ennast kui ainulaadset ja eripärast. (Lotman 1999: 46) Samas on Lotman ka arvamusel, et kirjeldamine tõstab objekti korrastatuse astet ning sellest lähtuvalt on enesekirjeldamine semiootilise süsteemi jaoks tõhus enesekorrastusvahend. Autori sõnul kerkib mingisuguse kultuuri ajaloolise eksistentsi teatud momendil semiootilises süsteemis esile üks keeleliik, koos teatud tekstide grupiga, mida käsitletakse antud süsteemi enesekirjeldamise metakeelena. (Lotman 2016: 243) Ühtlasi toob Lotmani järgi enesekirjeldussüsteemi loomine kaasa objekti „ülekorrasdamise“ ja samaaegselt ka lihtsustamise, elimineerides liigsena tunduva osa. Need protsessid toimuvad nii objekti sünkroonias kui ka diakroonias, mis tähendab, et enesekirjeldussüsteemi loomine kujundab ka objekti ajaloo, „lähtudes tema enese poolt enesest loodud mudelist.“ (Samas 246) Käesoleva töö kontekstis vaatlen, mis on hipsterluse puhul enesekirjelduse spetsiifika.

Seoses nimetamisprotsessiga on Lotman arvamusel, et oluline külg kultuurikontaktides on partnerile nime andmine, mis läbi kodeeritakse partner „minu“ (või „oma?“) koodiga ning määratletakse tema koht „minu“ maailmapildis. Samas on Lotmani sõnul võimalik ka vastupidine nähtus ehk enese ümbernimetamine vastavalt väljaspoolse kommunikatsioonipartneri poolt antud nimetusele. (Samas: 69) Seega on oluline osa nimetamistoimingus partneri või objekti paigutamine „oma“ maailmasse, talle sobiva koha leidmine. Sellest lähtuvalt ei tohiks olla just ülemäära üllatuslik, et termin „hipster“ on kasutusele võetud mitmeid kordi paljuski erinevate kehastuste nimetamiseks ja kirjeldamiseks. Termin „hipster“ kasutamisega määratakse mingisuguse nähtuse positsioon kultuuris, asetades see ühest küljest subkultuursuse allsüsteemi ja teisalt tähistades, et tegu on teatud tüüpi kehastuse/objektiga antud allsüsteemis (sest subkultuursuse allsüsteemi kuuluvad ka teised nähtused, mis opereerivad teistsuguse loogika kaudu).

„Kultuurisemiootika teesides“ kirjutab Lotman, koos teiste Tartu-Moskva koolkonna liikmetega, et kultuuri uurides tuleb eristada lähenemist kultuurile kultuuri enda vaatevinklist või „teda kirjeldava teadusliku metasüsteemi koostamise vaatepunktist.“ Esimesest punktist näib kultuur autorite sõnul teatud piiritletud alana, millele vastanduvad temast väljaspool paiknevad inimkonna ajaloo, kogemuse või tegevuse nähtused. Vastavalt kultuuritüübile

võetakse autorite järgi ka aluseks eristav põhimõte, näiteks tõene ja vale religioon või teatud etnilisse gruppi kuulumine-mittekuulumine jne. Autorite sõnul ongi teatud suletud sfääri lülitatus või mittelülitatus vastandus oluliseks iseärasuseks kultuuri mõiste „seestpoolsele“ lahtimõtestamisel ning ühtlasi leiab aset vastanduse absolutiseerimine ehk tekib nägemus, et „kultuur ei vajagi oma „välimist“ kontragenti ja teda võib mõista immanentselt.“ (Lotman et al 2013: 106)

Üks mitmetest kirjeldatavale objektile „seestpoolt“ antavatest määratlustest on autorite järgi kultuuri määratlemine organiseerituse ehk informatsiooni valdkonnana inimühiskonnas, mis sellisena vastandatakse desorganiseeritusele ehk entroopiale. Selles lähtuvalt sõnavad autorid, et teadus on 20. sajandil mitte pelgalt metasüsteem, vaid sisaldub ka kirjeldatavas objektis „tänapäeva kultuur.“ (Samas) Kui asetada selline „seestpoolne“ vaatevinkel ümber subkultuuriuuringutele ja nende uuritavale objektile, ilmneb, et ka uuringud on kultuuri osad. Seega on need uuringud, ühest küljest kultuuri osana ja teisalt otsese kontakti kaudu subkultuuride praktiseerijatega, subkultuuride osadeks. Kuna erinevate subkultuuride avalikkuses levivatest (näiteks ajakirjanduses, sotsioloogias, kultuuriuuringutes) kirjeldustest moodustavad olulise osa just subkultuuriuurijate ja subkultuuriteoreetikute tekstid, saab neid kirjeldusi pidada ka subkultuurse eneseteadlikkuse osadeks.

Seega vaatlen käesolevas töös subkultuursust kui üht kultuuri allsüsteemi, asetades rõhu antud allsüsteemi ühele kehastusele ehk hipsterlusele. Hipsterluse avamiseks kasutan materjalina hipsterlust kui objekti käsitlevaid kirjeldusi, asetades need kirjeldused eelnevas alapeatükis toodud kolmele tasandile ehk osalised (praktiseerijad), meedia ning uurijad. Eeldan, et nende kolme tasandi koosmõjul ilmneb hipsterluse kui kirjeldusobjekti essents subkultuurse allsüsteemi sees ning laiema kultuuriga suhestub hipsterlus just läbi antud allsüsteemi.

### **1.3. Töös kasutatavad mõisted**

*Subkultuuriline kapital* on etnograafi ja kultuurisotsioloogi Sarah Thorntoni loodud mõiste, mis oli keskseks mõisteks tema raamatus „Club Cultures: Music, Media, and Subcultural

Capital.“ Termin on tuletatud Pierre Bourdieu „kultuurilise kapitali“ mõistest, mis tähistab sotsiaalset staatust kindlustava kasvatuse ja hariduse kaudu kogutud teadmisi. (Bourdieu 1996: 1) Kultuuriline kapital on Thorntoni selgituses justkui fiksaator eristustesüsteemis, milles kultuurilised hierarhiad vastavad sotsiaalsetele ning inimeste maitset on eelkõige klassi tähistajateks. Kultuuriline kapital töötab koos kahe teise peamise „kapitaliga“: sotsiaalne kapital (ehk inimsuhted, tutvused jne, mis võivad samuti staatust anda) ja majanduslik kapital (otseselt olemasolevad majanduslikud vahendid). Lisaks neile kolmele toob Bourdieu Thorntoni sõnul välja ka mitmeid kapitalide alakategooriaid, mis opereerivad kindlatel väljadel, näiteks lingvistiline, akadeemiline, intellektuaalne, informatsiooniline ja kunstiline kapital. Rakendades Bourdieu teooriaid noortekultuuri maastikule, jõuab Thornton järeldusele, et „hip“ olemist (*hipness*) võib näha kui „subkultuurilise kapitali“ vormi. (Thornton 2003: 25-26)

Subkultuuriline kapital omistab Thorntoni sõnul staatuse selle omanikule teatud situatsiooni jaoks asjakohase vaataja silmade läbi (näiteks tema uurimuse puhul ööklubis). Thorntoni raamat on peaaesjalikult uurimus noorte klubikultuurist ning seega leiab ta, et klubid on justkui pelgupaigad noorte jaoks, kus kehtivad nende enda reeglid ning kus (kuigi mõneti ka väljaspool klubisid) subkultuurilised eristused omavad olulisi tagajärgi. Ta lisab, et justnagu kultuuriline kapital kehastub „heades“ kommetes ja viisakas vestluses, kehastub subkultuuriline kapital teadlik olemises („being ‘in the know’“), kaasaegse slängi kasutamises ja uusimate tantsustiilide esitamises. (Samas: 26-27)

*Uushõimlus* on prantslasest sotsioloogi Michel Maffesoli termin, mis pärineb tema teosest „The Time of the Tribes: the Decline of Individualism in Mass Society.“ väites, et kahekümnenda sajandi lõpuosa sotsiaalsust iseloomustab teatav pinge kasvava massifitseerimise ja mikrogruppide arengu vastastikusel mõjus. Neid mikrogruppe nimetab ta „hõimudeks,“ sest just hõimu metafoor võimaldab tal enda sõnul arvestada deindividuaalseerimisprotsessiga („process of disindividuation“), mis tähistab individuaalsusele omase „funktsiooni“ küllastamist ja iga persooni rolli rõhutamist, mis tal hõimu sees võib olla. Ühtlasi lisab Maffesoli, et massid on lõputus muutuvuses ning seega on ka neist massidest kristalliseeruvad hõimud ebastabiilsed, sest neisse kuuluvad inimesed

võivad vabalt liikuda ühest hõimust teise. (Maffesoli 1996: 6) Kõige lihtsamate ja tüüpiliste näidetena „uushõimudest“ toob antud raamatu sissejuhatuses kanadalasest sotsioloog Rob Shields välja inimesed, kes sõidavad iga päev sama bussiga tööle ning asuvad mingist hetkest üksteist teretama, spordiklubid, sõbrad kontoris, harrastajateühingud, fännid spordimatšil, naabrivalve, jne. (Shields 1996: ix)

Belgia sotsiolingvist ja antropoloog Jan Blommaert on koos Piia Varisega defineerinud *identiteedidiskursused* kui diskursiivsed orientatsioonid, mis on suunatud teatud omaduste komplektidele, mida nähakse (või võidakse näha kui) sümboolsetena („emblematic“) mingisuguste kõnealuste identiteetide jaoks. Need omadused võivad autorite järgi olla mitmetahulised ning sisaldada artefakte, stiile, keelevorme, kohti, aegasid, kunsti- või esteetikavorme, ideid jne. Autorid täpsustavad, et need omadused ilmnevad harva suvalise või paindliku kompleksina. Pigem esitatakse neid nende ilmnedes kui „essentsialistlikke“ omadustekombinatsioone mis peegeldavad, annavad ja rõhutavad „autentsust.“ Antud käsitlus on autorite sõnul osati inspireeritud Bourdieu raamatust „Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste.“ (Blommaert, Varis 2011: 3-4)

Kuigi pea kõik käesolevas peatükis väljatoodavad uurimused kasutavad terminit *autentsus* hipsterlusest kirjutades ja seda kirjeldades, pakuvad vaid kaks neist välja ka antud mõiste enda olulisemad käsitlused ja definitsioonid. Rotterdamis asuva Erasmuse ülikooli sotsioloogiadotsent Janna Michael kirjutab oma artiklis „It’s Really not Hip to be a Hipster: Negotiating Trends and Authenticity in the Cultural Field“, et ameeriklasest sotsioloog Richard A. Peterson defineeris autentsuse üldjoontes kui millegi reaalse, tõese, ehtse või originaalse, vastandatuna võltslikule ja pretendeerivale/eputavale („pretentious“). Ühtlasi on autentsus pidevalt liikuv „sihtmärk“, mille sisu on pidevas arengus. (Michael 2013: 5) Michael seob autentsuse mõiste trendikusega, sest trendikaks olemine viitab tema sõnul pidevale uudsuse omaksvõtmisele, lisades, et autentse isiksusega kaasneb ka oma maitse, mis väljendab, kes antud inimene tegelikult on. (Samas: 6) Taani sotsioloog Bjørn Schiermer kasutab see-eest autentsust vastandades seda „imitatsioonile.“ Ta defineerib imitatsiooni kui

„teiste tegude jäljendamise (ehk selle tegemise, mida teised juba ette teevad) eksklusiivselt, kuigi tahtmatult, jäljendamise nimel.“<sup>1</sup> Sellega seonduvalt on Schiermeri jaoks autentsus igasugune loominguiline käitumine, mis ei ole taandatav imitatsioonile. (Schiermer 2013: 3) Laiemalt mõistan käesoleva töö kontekstis autentsust kui hipsterluse ja ka teiste subkultuuridega tihtiseostatavat mõistet, mida kasutatakse mingisugusele grupile või indiviidile „oma“ isikupära andmist. See tähendab, et autentsust nähakse kui üht ideaali, mille poole püüeldakse, et eristuda ühest küljest laiemast kultuurist ning teisalt neist, keda ei nähta mingisuguse subkultuuri tõelise osana. Autentsus kui mehhanism eristamaks „tõelist“ „võltsingust“, kuigi erinevate subkultuuride puhul on konkreetne autentsuse ideaal erinev.

*Kontrakultuur* („contraculture“) on algselt ameerika sotsioloogi John Milton Yingeri 1960. aastal pakutud termin, mille ta lõi vastusena „subkultuuri“ mõistele, mis oli tema hinnangul liiga segane. Kontrakultuur tähistab Yingeri sõnul gruppi, mille normatiivse süsteemi põhiomaduseks on konflikt ühiskonnakogumi väärtustega. Yingeri sõnul on tõenäoliselt enamike subkultuuride väärtused teataval määral konfliktsuses laiemaga kultuuriga, aga kontrakultuuris on konfliktielement keskne. (Yinger 1960: 629) Näidetena kohtadest, kus võib kontrakultuurilisi aspekte märgata toob välja muuhulgas kuritegevuse, narkosõltuvuse ja ebasoodsates ühiskonnapositionides („disprivileged“) olevate gruppide liikumised. (Samas: 635)

*Vastukultuuri* („counter-culture“) termin võeti kasutusele Theodore Roszaki poolt. See tähistab sellist (noorte)kultuuri, mis on niivõrd radikaalselt ühiskonna peavoolu eeldustest eraldunud, et ta ei näigi enam kultuurina. (Roszak 1969: 42) Hilisemalt on seda kasutatud mõneti varieeruvates tähendustes (vt. Roszak 1969; Eco 1994; Bennett 2014), kuigi üldistades võib väita, et kontrakultuuri kasutatakse, võrreldes subkultuuri terminiga, pigem üldisemate, laiemahaardelisemate hälbivate kollektiivse identiteedi nähtuste kirjeldamiseks-sildistamiseks. Oluliseks on eelkõige otsene vastuseis hegemooniale

---

<sup>1</sup> „I define imitation as doing what others do exclusively – but unwittingly – for the sake of doing what others do.“ (Schiermer 2013: 3)

(Marxi mõistes). Näiteks Ken Gelder toob ühest küljest hipid näitena subkultuuridest (Gelder 2006: 1), aga samas lisab hiljem, et hipisid mõistetakse tavaliselt pigem kontrakultuurilise, kui subkultuurilisena. Seletab seda väitega, et väga väheste subkultuuride eesmärgiks on kaasa tuua laialdasi muutusi ühiskonnas ning ühtlasi ei näe subkultuuride osalised, et ühiskonna väärtused peaksid mingisugusel määral peegeldama või hõlmama nende endi omi. Gelderi sõnul vastukultuurid, sealhulgas ka hipid, seda aga eeldavad. (Samas: 21-22)

*Peavoolu* võib, tarbijauuringute kontekstis, mõista Louise Crewe, Nicky Gregsoni ja Kate Brooksi järgi kui olemuslikult „alternatiivse“ mõistega seotud mõistet, mis väljendab teatud kujutelmade ennustatavast, trende järgivast, rutiinsest ja seega „igavast“ kultuurist. Sellele vastandatakse autorite sõnul kujutelm „alternatiivsest“, mille üheks põhielemendiks on vastandumine kujuteldava peavoolu omadustele, rõhutades loovust, skeenes paiknemist, erinemist ja asjade teistmoodi tegemist („doing things differently“). Autorite sõnul seostub sellist tüüpi positsioneerimine ja enese eraldamine ka subkultuuriuurijate tööde ja diskursustega, viidates Gelderile, Thorntonile ja Muggletonile. (Crewe, Gregson, Brooks: 2003: 66-67). Autorid lisavad ka, et kujuteldav peavool („mainstream-as-imagined“) ja kujuteldav alternatiivsus („the alternative-as-imagined“) on väga ebastabiilsed ja ähmased mõisted ning nendevaheline piir on fundamentaalselt ebastabiilne. (Samas: 67) Ühtlasi taastatakse seda piiri pidevalt läbi praktikate. (Samas: 78) Antud käsitlus põhineb teoreetilise raamistiku poolest Bourdieu massitootmisvälja ja piiratud tootmisvälja kategooriatele. (Samas: 64-65)

*Postsubkultuur* on Muggletoni termin iseloomustamiseks „subkulturalisti“ olemust postmodernismi perioodil. Oma teoses „Postmodern Meaning of Style“ seletab ta, et postsubkulturalistidel ei ole enam mingisugust arusaama subkultuurilisest „autentsusest“ ning kõik subkultuursuse tähistajad kogetakse postsubkulturalisti poolt korduvalt meedia kaudu enne, kui ta need oma kehale asetab. Muggletoni sõnul iseloomustab neid kiire ja vaba üleminek ühelt stiililt teisele ning nad ei muretse oma valitud erinevate subkultuuriliste identiteetide võimalike vastuolude üle. (Muggleton 2002: 47) Postsubkultuuri mõiste põhineb

üsna rangel modernismi ja postmodernismi eristusel, kandes üldisemad postmodernismiga seostatavad omadused üle subkultuuridele.

*Elustiili* mõistet defineerib Allaste subkultuurilises kontekstis kui lähenemist mingisugusele subkultuurile, milles keskendutakse „eelkõige popkultuuri tarbimise vormidele identiteedi väljendusena.“ (Allaste 2013: 47)

## **II HIPSTERLUSE TASANDID: NIMETUS, KIRJELDUS, PRAKTIKUD**

Käesolevas peatükis tuuakse välja põhiline uurimismaterjal ehk näidatakse, kuidas hipsterit mõistetakse kolmel tasandil: hipsterlust defineerida üritavate akadeemiliste uuringute tasand, hipsterlust kirjeldav meedia, sotsiaalmeedia ja kultuurilise kujutamise tasand ning viimaks praktikute ehk osaliste tasand.

### **2.1. Hipsterluse mõiste kui subkultuuri nimetamise problemaatika**

Antud alapeatükis tuuakse ühelt poolt välja „hipsteri“ mõiste ajalugu ja sellega seotud narratiivid, teisalt hipsterlust käsitlevad ja hipstereid uurida üritanud akadeemilised uuringud.

#### **2.1.1. Mõiste ajalugu**

Sõna hipster on tuletatud ingliskeelsest mõnevõrra segase ajaloo ja algupäraga omadussõnast „hip“. Ameerika Ühendriikidest pärit kirjanik ning New York Timesi ajakirjanik John Leland on kirjutanud ülevaate antud omadussõna, mis teatud kontekstides toimib ka eesliitena, ajaloost, mis kannab pealkirja „Hip: The History.“ Teose sissejuhatuses sõnab ta, et briti lingvisti David Dalby uurimuse kohaselt pärineb „hip“ tõenäoliselt Lääne-Aafrikas kõneldatavast wolofi keelest, milles sõna „hepi“ tähendab „nägemist“ ning sõna „hipi“ tähistab „oma silmade avamist“. (Leland 2005: 6)

Keskse tähtsusega tekst antud nähtuse jaoks on kahtlemata kirjaniku Norman Maileri 1957. aastal ilmunud essee „The White Negro“, milles ta kirjeldab hipsterit kui ameerika eksistentsialisti ehk inimest, kes teab, et kui „inimeste kollektiivseks seisundiks on elu kas silmapilkse surmaga tuumasõja läbi, võrdlemisi kiire surmaga koonduslaagris või aeglase

surmaga konformsuse kaudu, mis hävitab igasuguse loomingulise ja mässajaliku instinkti, siis ainus elujõuline reaktsioon on aktsepteerida surma tingimusi, elada elu pidevas surmaohus, lahutada end ühiskonnast, elada ilma juurteta ning minna teekonnale „oma“ mässajalikesse imperatiividesse.“ Lisab, et inimene on kas „hip“ või „square“ ehk kas mässaja või konformist, kas „ööelu rindel ekslev rändaja“ või „square“ rakk, kes on lõksus Ühendriikide ühiskonna totalitaarsetes kudedes ning sellisena sunnitud alla vanduma ühiskonnale ja põhimõtteliselt hukule määratud“. Maileri hinnangul on hipsterluse tekkepõhjuseks mustade ja valgete läbikäimine džässimaailmas. (Norman Mailer 2007)

Leland märgib, et Maileri apokalüptiline vaatevinkel, nagu ka Dalby üldisem, valgustatusele rõhuv määratlus, pakuvad pelgalt ühe kaadri narratiivist, mis tegelikkuses on pidevalt arenev ja edasiliikuv. Leland väidab, et „hip“ kaasab endaga loo Ameerikast, loo ühe maa teekonnast agraarsest minevikust tehnoloogilisse, linnastunud olevikku, viktorianismist modernismi ning kuigi ta peegeldub ka näiteks Godard'i filmides või Tokyo noortekampade õpitud uhkeldamises („studied swagger“), omab ta ka neis nähtustes USA kultuuri kaubamärki ehk nägu, mille „Uus Maailm leiutas vana maharaputamiseks.“ (Leland 2005: 12)

Mailerist kõneldes tuleks ka muidugi välja tuua ameeriklasest kirjaniku ja kultuurikriitiku Mark Greifi tähelepanek artiklis „Epitaph of the White Hipster“, avaldatud ajakirja n+1 kokkupanud teoses „What was the Hipster? A Sociological Investigation.“ Nimelt märgib Greif, et Mailer oli juut perioodil, mil juutlus ei teinud inimest, rassisuhete vaatevinklist, täielikult valgeks. Sellest hoolimata koges Mailer klassilist tõusu, liikudes Brooklyni getost Harvardi kirjandusellu, mis oli toleaeelses kontekstis ebatavaline ning juutide jaoks alles hiljuti võimalikuks saanud. Sellisena on Maileri näol Greifi sõnul tegu huvitava näitega Ühendriikide kahekümnenda sajandi keskpaigast tänapäevani toimunud vastuoluliste klassi- ja rassipositsioonidega ning sellest, missuguseid võimalusi kellele antud ühiskonnas on pakutud. (Greif 2010: 112)

Lelandi sõnul on hip keskseks mõisteks Ühendriikide kultuuriajaloos vähemalt juba 19. sajandi algusest. Üheks põhiliseks aspektiks on tema hinnangul afroameeriklaste ja euroameeriklaste uued identiteedid ameeriklastena, mis nad ise üksteise mõjul endile löid.

Lelandi järgi saab hipsterluse keel, seisak ja iroonia alguse juba kodusõjaeelsel istandusel, kus antud kaks populatsiooni omavahel kokku puutusid ja üksteisele vastastikku mõju avaldama asusid. (Leland 2005: 18)

Antud lähtepunktist jõuabki Leland Ühendriikide populaarkultuuri tekkeni, milleks on tema sõnul ühelt poolt 1820ndate ja 1830ndate *blackface* menestrelitendused ning teisalt 19. sajandi lõpul tekkinud bluusižanr. Ta väidab, et just need vormid, mis tekkisid Ameerikas, on kaks „hip'i“ omavahel põimunud „tüvejuurt“, mis avaldavad tänapäevani populaarkultuurile mõju. (Samas: 19) Põhimõtteliselt jääb Lelandi teosest mulje, et pea kogu Ühendriikide populaarkultuur on tema arvates seotud „hip“ mõistega.

Kaardistan maailma, mida Lelandi arvates „hip“ läbib, kuigi Leland ise üheski peatükis konkreetset sellist kaardistamist ette ei võta. Tema järgi saab „hip“ alguse istandustel erinevatest piirkondadest pärit orjade ja nende omanike ning tihtipeale valgete kaastöölise omavahelisest suhtlusest. Laiemas, populaarkultuurilises mõttes algab „hip“ menestrelitendustest ning hiljem leiab kasutust Mark Twaini ja tema kaasaegsete kirjanduses, milles üheks oluliseks ja ka Lelandi poolt palju mainitud teoseks on „Huckleberry Finni seiklused.“ Samaaegselt leiab „hip“ väljenduse bluesimuusikas, millest 20. sajandi algul kujunes džäss, millest omakorda 40ndatel bebop. Üheaegselt džässi ja bebopiga tekkis Ühendriikides „pulp“ kirjandus, mis sai oluliseks ka filmižanris ning nimetati hiljem prantslaste poolt *film noir*'iks. Džässi-, bebopi- ja pulpimaailmast kasvas 40ndate lõpus ja 50ndatel välja, paljuski tuumapommi leiutamise ja teiste II maailmasõja sündmuste mõjutusel, *beat*-kirjandus. Seejärel tulid juba otseselt poliitilised hipid ning 70ndatel hip-hop. 80ndate lõpul alguse saanud ja 90ndatel peavoolu jõudnud gängstaräpp on samuti Lelandi järgi antud nähtuse osa, 90ndate puhul teisteks olulisteks ilminguteks grunge žanr ja DJ kultuuri teke. Raamatu lõpuosas puudutab Leland ka Interneti ja digitaliseerumise rolli „hip'i“ arengus ning jõuab viimaks tänapäevaste hipsterite olemuseni, vähemalt nende algusaastatel ehk 2000-2005. Kõik need nähtused on Lelandi arvates erinevad „hip'i“ ilmingud ja seega omavahel seotud. (Leland 2005)

Samas ei ole „hip“ ja „hipster“ alati tingimata sama tähendusega. Näiteks beatnike uurinud sotsioloog Ned Polsky kirjutab oma raamatus „Hustlers, Beats, and Others“, et 1960. aasta New Yorki Greenwich Village'i *beat* skeene osalised, kuigi nad eelistasid endi sildistamisest pigem hoiduda, kasutasid endi kohta pigem sõna „beat“, kuigi eelnevalt olid „beat“ ja „hip“ (ehk keegi, kes on „hip“) tähendanud enam vähem sama asja. Polsky sõnul nägid aga beatnikud hipsterit kui „operaatorit“, kellel on teadlikumalt valitud mustritega elustiil ja kes teeb sagedasemaid majanduslikke käike *square* maailma rinnetele, aga samas töid beatnikud siiski esile oma sotsiaalseid sidemeid hipsteritega, näiteks ühist meeldumust narkootikumide ja džässmuusika suhtes ning ühist põlastust kodanlike karjäärisuundade suhtes. Polsky lisab, et tolaegsete Village'i beatnikute silmis omas „hipster“ teatavat pahakspanevat konnotatsiooni ehk hipsterit nähti kui kedagi, kes on käitumuslikult eputav oma „hip“ olemusega ning kes mõjub teistele oma *hip*-kõnega liiga tugevalt. Polsky lõpetab antud mõtte väitega, et beatnikute endi silmis on nad ise „hip“, aga kindlasti mitte hipsterid. (Polsky 1967: 151)

Ka eestlasest sotsioloog Peeter Vihma annab ülevaate hipsterluse ja „hip“ eesliitega nähtuste (tema nimetab neid küll otseselt „hip-eesliitega subkultuurid“) ajaloost oma artiklis „Hipsterid – vastukultuurist elustiiliks“, mis on kirjutatud Airi-Alina Allaste koostatud kogumiku „Subkultuurid. Elustiilide uurimused“ jaoks. Kuigi Vihma mainib ka võimalikku wolofikeelset päritolu, alustab ta siiski oma määratlust just termini „hipster“ kasutuselevõttust, mida kasutati tema sõnul esmakordselt Rex Beachi 1914. aastal ilmunud ilukirjanduslikus teoses „The Auction Block.“ (Vihma 2013: 59) Lelandi pea neljasajaleheküljelises (koos remarkidega) teoses ei leidu mitte ühtegi viidet antud kirjanikule.

Vihma alustab subkultuurse käitumise kirjeldamist alles džässist, jättes kõrvale Lelandi poolt mainitud varasemad nähtused, kirjeldades just džässi hipsterluse alguspunktina. (Samas) „Hip-eesliitega“ kultuurinähtusi kokku võttes leiab Vihma, et nad kõik on 20. sajandi jooksul vastandanud end peavoolu „square’idest“ ignorantidele ning peab neile iseloomulikuks mustanahaliste hipsterite eraldumist peavoolust oma sotsiaalse tõrjutuse tõttu, millele järgneb antud kultuuri üle võtmine valgete poolt, kellede jaoks on vastandumine pigem sümbolset või kultuurilist peavoolukultuuri kritiseeriva olemusega, mis ei tulene mainitud sotsiaalsest

tõrjutusest. Vihma lisab, et kuna selline vastalisus või erilisus luuakse oma käitumisega, on see pigem elustiil, kui eluviis. Vihma arvates on „hip-eesliitelised“ vastandumised saanud populaarseks sel hetkel, kui neile on tekkinud valgetest järgijad või ideoloogid, mis on aga omakorda toonud kaasa kriitika „tõelise“ vastuseisu või mässumeelsuse kadumise ning selle pelgalt kombetäitmiseks või imitatsiooniks muutumise pärast. (Vihma 2013: 63)

Vihma ajalookäsitlus on aga mõneti vasturääkiv Lelandi oma suhtes, sest Lelandi üheks peamiseks alusideeks on vaade „hip“ nähtuse ajaloole ja Ühendriikide populaarkultuuriloole kui olemuslikult assotsiatiivsele, vastandatuna essentsialistlikule lähenemisele. Selle all peab Leland silmas, et oleks ekslik vaadelda ja kirjeldada „mustade“ ja „valgete“ kultuure kui eraldiseisvaid, kus üks pool võib teiselt mingisugusel hetkel midagi neile meeldivat või huvipakkuvat „laenata“ ja oma tarbeks ära kasutada. Selle asemel soosib ta n.ö assotsiatiivset või seoselist vaatevinklit, mis ei omistaks ühele või teisele grupile essentsialistlikke (või neile ainuomaseid) omadusi. (Leland 2005: 53-54)

Kaasaegsest hipsterlusest kirjutades kasutab Leland nimetust „post-hip“. Ta ütleb, et näiteks rekkamehenokats ja muud „post-hip“ aksessuaarid „mängivad valgeks olemise tähendusega multikultuurises maailmas“ ehk „teevad valge nähtavaks“. (Samas: 309) Lelandi sõnul käsitleb „post-hip“ valgeks olemist samamoodi, nagu moe- ja meelelahutusmaailm on traditsiooniliselt käsitlenud mustaks olemist ehk valget identiteeti väljendatakse mitte läbi rassilise uhkuse, vaid jutumärkides. Tema hinnangul on protsess jõudnud kohta, kus pärast mitut põlvkonda n.ö. „valgeid mustanahalisi“, on hipsterist saanud *whiteface* menestrel ehk „White White Boy.“ (Samas: 310)

### **2.1.2. Kaasaegsed uuringud ja mõtestamine**

Antud alapeatükk keskendub kaasaegseid hipstereid uurivatele ja kaasaegset hipsterlust mõtestada üritavatele akadeemilistele uurimustele ja artiklitele. Alapeatükk annab ülevaate olulisematest sel teemal kirjutatud töödest, eesmärgiga tuua esile hipsterikäsitluste laialivalgumus. Peamised kasutatud autorid käesolevas alapeatükis: Kopenhaageni ülikooli

sotsioloog Bjørn Schiermer; ameeriklastest turundusprofessorid Zeynep Arsel ja Craig J. Thompson; Tilburi ülikooli kultuuriuuringute õppejõud Piia Varis ja Ico Maly; turunduse ja tarbimispsühholoogia uurijad James M. Cronin, Mary B. McCarthy ja Alan M. Collins; eesti sotsioloog Peeter Vihma; Chicago Saint Xavieri Ülikooli filosoofiadotsent Forrest Perry. Käesolevas alapeatükis eristatakse ka turundus- ja tarbimisuuringutest lähtuvaid ning sotsioloogilisi ja kultuuriuuringutest lähtuvaid käsitlusi.

### **Turundus- ja tarbimisuuringutest lähtuvad käsitlused**

Käesolevas alapeatükis tuuakse välja turundus- ja tarbimisuuringute uurimisväljal teostatud uurimused hipsterite seas. Kõikides uuringutes viidi läbi intervjuud inimestega, keda uurijad, lähtudes erinevatest hipsterikirjeldustest, identifitseerisid inimestena, kes võiksid antud nimetuse alla käia.

Arsel ja Thompson käsitlevad artiklis „Demythologizing consumption practices: how consumers protect their field-dependent identity investments from devaluing marketplace myths“, toetudes Bourdieu väljateooriale, hipsterlust turunduslikust vaatevinklist. Arseli ja Thompsoni sõnul uurib nende töö identiteediinvesteeringuid, mida tarbijad teevad *indie* tarbimisväljal, mis on kultuuriliselt sildistatud hipsterluse turundusmüüdi poolt. Nende sõnul tähistab *indie* (lühend inglisekeelsest sõnast „independent“ ehk „iseseisev“) loomingut, mis on toodetud väljaspool meediakonglomeraate ning mida levitatakse vähemulatuslike ja tihti kohalike kanalite kaudu, näiteks jaemüüjad, kes ei kuulu poekettidesse, kunstikinod, veebilehed, fänniajakirjad („zines“, lühend „magazine’ist“ või „fanzine’ist“) jne. (Arsel ja Thompson 2011: 792)

Arsel ja Thompson sobitavad Bourdieu kultuurse ja sotsiaalse kapitali kontseptid oma teooriasse, väites, et väljast sõltuv sotsiaalne kapital tähistab nõrgemaid ja tugevamaid sotsiaalseid sidemeid, mida tarbijad saavad kasutada indieturul ressurssidele ligipääsu saamiseks. (Samas: 797) Teiseks oluliseks mõisteks antud uurimuses on „demütologiseerimispraktikad,“ mida autorid kirjeldavad kui tegevusi ja tõlgenduspraktikaid

(ning ka identiteedinarratiive), mida tarbijad kasutavad tarbimisväljal oma investeringute eristamiseks väärtustalandavatest turuplatsimüütidest. (Samas: 798) Autorid intervjuerisid 21 inimest, kes paiknesid nende hinnangul mainitud indieturul (Samas: 794)

Intervjuudest järeldasid teadlased, et uuringust osa võtnud tarbijate jaoks töötab „hipsterlus“ müüdina, mis loob triviaalse stereotüübi ning seeläbi ohustab nende identiteediinvesteeringuid indie tarbimisväljal. (Samas 798) Autorid väidavad, et indietarbijad väljendavad oma ütlusi tarbijate suveräänsusest tihtipeale detailirohke teadmisega hipsterlikest trendidest, milledele vastumeelsust avaldatakse. Arseli ja Thompsoni sõnul austavad indietarbijad väljapõhise kultuurse kapitali kasutusega oma indie tarbimisharjumusi kui enda maitsete ja huvide ehtseid, autentseid peegeldusi ning samaaegselt heidavad nad kõrvale indie massilisest kommertsialiseerimisest tingitud kultuurilised tähendused, mida nad näevad kui autentset vähendavate, röövivate ja mida kehastab pejoratiivne ja stereotüüpiline kuvand staatust jahtivast hipsterist. (Samas 801-802)

Cronin, McCarthy ja Collins viisid Iirimaal Corki ülikoolis ja Dublinis läbi 14 intervjuud ning ka osalusvaatluse, millest andsid ülevaate artiklis „Covert distinction: how hipsters practice food based resistance strategies in the production of identity.“ Nad toetusid oma uurimuses paljuski Arseli ja Thompsoni käsitlusele ning sellest tulenevalt sõnasid, et nende uurimuses kasutatakse „hipsteri“ mõistet indiemuusikaskeene autentsete osaliste, kes on sotsiaalselt seotud endasarnastega läbi alternatiivsete või mittekommertsiaalsete objektide ja kogemuste eelistamise, tähistamiseks. Lisavad, et neid objekte ja kogemusi tunnetatakse antud ringkondades kui kommuuni sisemisi staatussümboleid. (Cronin, McCarthy, Collins 2012: 7)

Oma hipsteridefinitionis toetuvad autorid ameeriklasest ajaloolasele ja poliitanalüütikule Thomas Frankile, kes seob „hip'i“ boheemlusega, väites, et „hip'i“ lugu räägib boheemluse kultuuristiili liikumisest võitlejaslikust positsioonist hegemoonsesse (tõenäoliselt mõistab hegemoonsust siin Marxi mõistes, aga ei täpsusta) ning „hip'i“ mutatsioonist väljajäetute põliskeelest reklaamkeeleks. (Thomas Frank 1998: 8) Sellest lähtuvalt mõtestavad Cronin, McCarthy ja Collins hipsteri kui etilise termini avantgardsete kahekümnendates aastates noorte, kes näevad vaeva idiosünkroonse, alternatiivse stiili kujundamisel ja arendamisel ning

keda peetakse boheemlasliku kultuuri kaasaegseks taassünniks, kirjeldamiseks. Väidavad, et boheemkultuuri osalised nägid endid massidest erinevatena, neid seostati šokeeriva ja revolutsioonilise konventsionaalsusele vastanduva kunstiga ning nad marginaliseerisid end vabatahtlikult vaesuse idealiseerimise kaudu. Selline boheemlaslik kreedo säilib autorite hinnangul tänapäevases hipsterluses läbi eelmainitud „indie“ termini. (Cronin, McCarthy, Collins 2012: 6)

Uurimuse käigus ilmnis, et kõige tavapärasem toiduga seotud tarbimissündmus oli hipsterite jaoks „kitsilikud õhtusöögipeod“, millede käigus kutsuti sõbrad külla, tehti neile süüa ja tarbiti sotsiaalselt alkoholi, misjärel suunduti klubidesse või kesklinna. Pidusid nimetatakse kitsilikeks, sest nad eristusid tavapärastest keskklassi ja keskealiste tüüpilistest õhtusöögipeidudest läbi esteetiliselt puuduliku, boheemlasstiililiku iroonilise väljenduse, milles rõhutatakse madalaeelarvelist tunnet ehk taustamuusikaks on pigem madala helilise kvaliteediga rokkmuusika, alkoholi tarbitakse palju rohkem, kui tüüpilisel õhtusöögipeol ning õhkkond on mitteametlik, kuna tavaliselt pole kellelgi piisavalt toole ega taldrikuid või söögiriistu. Autorid lisavad, et hipsterid väärtustavad sellist kehvakest ümbrust ning kujundavad seeläbi oma terava, teataval määral provokatiivse suhtumisega ümber nähtust, mida on traditsiooniliselt peetud äärelinnalikuks ja ohutuks. Läbi sellise käitumise toimub Cronini, McCarthy ja Collinsi sõnul tahtlik ja irooniline kõrg- ja madalkultuuri (piiride) hägustamine. (Samas: 10)

Cronini, McCarthy ja Collinsi intervjuudest hipsteritega ilmnis, et nad defineerivad endid läbi „mõttetutele telereklaamidele“ ja tavainimeste toitumisharjumustele vastandamise. Intervjueeritavate sõnul keskenduvad enamiku inimeste tarbimisharjumused sellele, mis poeletil ilus välja paistab. Cronin, McCarthy ja Collins väidavad, et hipsterite individuaalsed ja kollektiivsed minad luuakse läbi teatava läbirääkimiste protsessi, milles nende protesti väljendav „meie“ luuakse läbi mikrosotsiaalselt konstrueeritud toidutarbimiskogemuste, millede kaudu kaugenetakse kommertsiaalsest peavoolust ja turust. (Samas: 11)

Michael viis oma uurimuses „It’s Really Not Hip to be a Hipster: Negotiating Trends and Authenticity in the Cultural Field“ läbi 17 intervjuud kahekümnendates ja kolmekümnendates

eluaastates inimestega, keda ta kirjeldab kui gruppi, kes on ees oma kohalikest „hip“ linnalikest arengutest ning kes panustavad oma linnade loomemajandusse ja –võrgustikesse. (Michael 2013: 6)

Michaeli sõnul on tema poolt intervjueeritute jaoks oluline eelkõige isiklik stiil kui kultuurilise kapitali ja individualistliku identiteedi sümboolne väljendus. Intervjueeritutele meeldivad Michaeli järgi igasugust tüüpi inimesed ja asjad, aga olulisemateks peetakse individuaalsust, autentsust ja avatust. Michaeli sõnul ei ole seega niivõrd oluline maitse iseeneses (ehk see, mis meeldib), vaid olla osaline diskursuses, mida tajutakse autentsena (ehk kuidas miski meeldib). Sellest tuletab Michael, et tähtsam kultuuriliste esemete konkreetsest valikust on narratiiv, mis selle valiku külge asetatakse. Kuna Michaeli sõnul hinnatakse kultuurilist maitset vaid siis, kui seda peetakse individuaalseks omaduseks, võib autentsust pidada tähtsaimaks valikukriteeriumiks. Lisab, et autentne olemine hõlmab ühtlasi unikaalseks olemist, sest väljastpoolt tulevad, eeltöödeldud maitset ja stiilid mõistetakse hukka, mistõttu on oluline „leida oma stiil.“ Selline „iseendaks jäämise“ ideaal on aga Michaeli sõnul siiski informeeritud kultuurilise teadlikkuse poolt, mis võimaldab inimesel mängida stiilidega ja tuua häid põhjuseid mingisuguste esemete väärtustamiseks või mahategemiseks. „Hipster“ ei suuda Michaeli sõnul sellist autentsusenarratiivi veenvalt väljendada. Michaeli järgi võib hipster mõnede silmis hea välja näha, kuid ka sellisel puhul on ta selline valede põhjustel, sest tema stiili tajutakse kui liiga trenditeadlikku. Liiga „hip“ olemine viitab siinpuhul Michaeli hinnangul iseloomu- ja individuaalse maitse vaegusele. Kokkuvõtvalt sõnab Michael, et kujuteldav hipster, justnagu kujuteldav peavool, on õlgmees, kellele vastandudes saab inimene end autentsemana tunda, esitleda ja kujutada. (Samas: 16)

### **Sotsioloogilised ja kultuuriuuringulised lähenemised**

Schiermer kirjutab artiklis „Late-Modern Hipsters: New Tendencies in Popular Culture“, et kõik käsiraamatud tänapäevastest hipsteritest nõustuvad teatud omadustes, mis hipstereid iseloomustavad. Enamjaolt on hipsterid noored valgenahalised keskklassi esindajad vanuses 20-25 ning nende käitumismallid soodustavad jõudsalt gentrifikatsiooni (aadeldamise)

võidukäiku Läänemaailma suurlinnade piirkondades, mida varem peeti „populaarseteks“, töölisklassi omadeks, etnilisteks või „eksootilisteks“. Väidab, et algseks hipsterite „kasvupinnaseks“ on Williamsburgi linnaosa New Yorkis, kust see levis kõikidesse peamistesse Läänemaailma linnadesse. Ta lisab, et hipsterid on poliitiliselt üldiselt pigem vasakpoolsed, õpivad humanitaarteadusi või töötavad „loomemajandussektoris“ või kohvikutes, baarides, muusika- või moepoodides. (Schiermer 2013: 4)

Schiermeri sõnul on aga enamik mainitud käsiraamatutest pigem negatiivse suhtumisega oma kirjeldusobjekti suhtes ning neid lugedes ilmneb, et hipster ei ole just märkimisväärselt sallitud kuju. Ta iseloomustab antud raamatute autorite suhtumist kui eelkõige eemalehoidvat ja vaenulikku. Teisalt nendib Schiermer, et igas sellises teoses tuuakse välja, teatava ülbe eneseimetluse varjundiga, niinimetatud „individualiseeritud“ hipsterikultuuri ilmselge ühetaolisus/homogeensus (uniformity). (Samas)

Schiermer nimetab hipsterlust säilitajatekultuuriks, vastandatuna vastukultuurile, sest tema hinnangul on üheks oluliseks hipsterluse omaduseks minevikust pärit esteetiliste stiilide nautlemine, mistõttu on hipsterluse suhe oma vanemate generatsiooniga erinev traditsiooniliste sub- või noortekultuuride omast. (Schiermer 2013: 8) Schiermeri sõnul on hipsteri figuur toonud kaasa uue, meelelise teadlikkuse eelnevate põlvkondade kaotustest ja ohverdustest tehnoloogilise arengu protsessides ning hipsterid aktualiseerivad asju, mida varasemad generatsioonid on uute tehnoloogiate lummuses olles järelemõtlematult minevikku jätnud, tuues näiteks muuhulgas vinüülplaatide, kassettide ja kaasaskantavate trükimasinate taasavastamise. Schiermer hinnangul peidab see taasavastamine endas meelelist või aistingulist mõnuotsivat konservatismi ning väidab, et hipsterikultuur päästab tunded ja kogemused, mis on kindlatele meediumitele omased, näiteks vinüülplaadilt kostuv krabisev hääli või vanade polaroidfotode koltunud õhkkond (ambiance). (Samas: 10)

Schiermer peab sellist mineviku „päästmist“, eelkõige digitaliseerimiseelse meedia juurde naasemise puhul, otseselt seotuks imitatsiooni ja individuaalsuse omavahelise suhte intensiivistumisega. Ta väidab, et erinevalt täielikult digitaliseeritud meediast, mida on igal hetkel võimalik taastoota, säilib digitaliseerumiseelsetes meediumites teatav individuaalsus

ning seetõttu pakuvad need objektid hipsteritele ilmselge potentsiaali oma püüetes individuaalsuse ja unikaalsuse poole. (see lause tuleb paremaks teha, veits liiga konarlik) (Samas)

Subkultuuriteoreetilisest vaatevinklist on Schiermer veendunud, et enamik subkultuuriteooriaid ei suuda hipsterikultuuri seletada. Viidates Sarah Thornton'i „subkultuurse kapitali“ mõistele on Schiermer arvamusel, et hipsterite hoolikalt valitud objektid annavad neile teatava subkultuurse kapitali ning sellest küljest ei ole hipsterikultuur erinev teistest kultuurilistest väljadest. Schiermeri sõnul omavad hipsterid täpset arusaama oma positsioonist sellel väljal ning kuna nad omavad teadmisi kõige pisematest eristustest („most minor distinctions“), võib nende eksklusiivset minevikkusuunatust näha kui peidetud heakskiitu status quole, mis on tüüpiline haritud keskklassidele. Samas lisab Schiermer, et kui mõelda hipsterikultuuri fenomenoloogiliste lummuste (fascinations) mõistmisest ja nende lummuste dünaamilisest olemusest, ei aita bourdieulikud mallid nende seletamisel. (siia peab lisama seletuse ka nendes bourdieulikest eristustest ja Thorntonist ilmselt, mida Schiermer ise ei tee, mistõttu võib natuke segane tunduda) (Samas: 11)

Ühtlasi väidab Schiermer, et Birminghami koolkonna teooriad, mis, viidates briti sotsioloogile Shane Blackmanile, keskenduvad mässajalikkusele ja vastuseisule, ei aita samuti hipsterlust mõtestada, sest eelneva põlvkonna kultuurielistustesse positiivselt suhtumine on vastuolus traditsiooniliste CCCS'i teooriatega ning hipsterid ei hälbi oma normide ega kultuurielistuste poolest kindlameelselt oma vanematest. Ühtlasi, lisab Schiermer, ei ole hipsterikultuuri objektid mingilgi määral tundmatud nende vanemate põlvkonnale ning igasugune üritus „lugeda“ hipsterite materiaalsel kultuuri kui Hebdige'i mõistes mässajalikku „teksti“ vaataks täielikult mööda hipsterite objektivalikute motiividest. (Samas)

Jätkates sama teemaga mõtiskleb Schiermer, et kuidas ikkagi kirjeldada hipsterikultuuri. Ta pakub välja David Muggletoni ja Rupert Weinzierli post-subkultuuri mõiste, Andy Benneti ja Stephen H. Milesi „elustiili“ mõiste, Thornton'i „maitsekultuuri“ ja John Irwini „skeene“, kuigi ta ei lahka neid mõisteid ning ei vaatle nende, välja arvatud „skeene“ mõiste, sobivust või mitesobivust hipsterikultuuriga seoses. Schiermer pakub ka välja, et ehk on tegu pelgalt

nimetusega, mis on antud teatud suhtumiste ja tunnete/tundmuste (sensibilities) demokratiseerumisele. Ühtlasi leiab Schiermer, et Maffesoli uushõimu kontsept tabab teataval määral peamiselt muutuvate maitsete ja piirideta subkultuuri voolavuse ja lühiajalisuse, aga samas keskenduvad Maffesolist inspireeritud uurimused marginaalsetele kollektiivsetele sündmustele ja pulbitsevatele rituaalidele, jättes seeläbi kahe silma vahele hipsterikultuuri rõhuasetuse individuaalsusele. Samuti lisab ta, et postmodernsed subkultuuriuringud, mis, viidates Steve Redheadile, keskenduvad individuaalsele „tarbimisele“ ja identiteetide konstrueerimisele ja nendega mängimisele, vaatavad mööda hipsterlusele keskest imitatsiooni dimensioonist ning individuaalsuse ja autentsuse mõistete jätkuvast olulisusest. (Samas)

Ühtlasi lisab Schiermer, et ükski mainitud teooriatest või kontseptidest ei arvesta, et individualisatsiooniprotsessi, millele asetatakse järjest suuremat rõhku ning mis paneb traditsioonilise subkultuuri seestpoolt plahvatama, ähvardab järjest suurem „hirm“ imiteerimise ees (ehk peab silmas, et hipsterluse liikmed kardavad pidevalt, et nende stiil võetakse ära ehk ise imiteerivad aga samas on imitatsioonifoobsed). Schiermeri hinnangul toimub homogeniseerimine pidevalt, ilmnedes ning kadudes seestpoolt või „altpoolt“, tugevate positiivsete nõudmisteta, positiivsete normide ja sanktsioonide pealesurumiseta ning aktiivse või refleksiivse piiritõmbamiseta. Väidab, et ühetaolisust („uniformity“) õõnestab pidevalt individuaalne väljendus ning individuaalset väljendust õõnestab omakorda pidevalt ühetaolisus ning just see dünaamika hägustab hipsterikultuuri piirid, muutes sellisena traditsioonilised „subkultuurilised“ kollektiivse käitumise vormid võimatuks. Schiermeri arvates vabastab selline dünaamika ühest küljest indiviidi teataval määral piiratud ja rõhuvatest kollektiivsetest identiteetidest ning seeläbi võimaldab teha kultuuriliste väljenduste vahel vabamaid valikuid. Teisalt aga sünkroniseerib see tema hinnangul individid nende seljataga, neile nähtamatult. (Samas: 12)

Viimaks lisab Schiermer, et selline dünaamika viib ühtlasi hipsterliku suhtumise demokratiseerumisele. Ta väidab, et isegi kui mõni kindel hipsterite trend populariseeritakse ja demokratiseeritakse või suisa digitaliseeritakse ja kommertsialiseeritakse, järgnevad sellele vaid taaskordsed „päästvad“ ja väljenduslikud rännakud lähiminevikku. Ta põhimõtteliselt

ennustab, et tulevased hipsterid ekspluuteerivad ja uurivad ka teisi surevate meediumite tunnetusi ja võimalusi, teisi kultuurilise väljenduse võimalusi ning teisi minevikku jäänud vananenud tehnoloogiaid. Sõnab, et hipsterikultuur on, kitsas vaates, väljatoodud päästva või iroonilise pingutuse avant-garde ning laiemas tähenduses nendesamade tunnetuste ja kogemuste populariseerimine. (Samas)

Eelmainitud Peeter Vihma nimetab kaasaegseid hipstereid justnimelt elustiiliks, sõnades, et hipsterid on muutunud kunagisest selgepiirilise džässmuusikakesksest subkultuurist raskesti määratletavaks elustiiliks. Vihma ütleb ka, et kui varasemas kirjanduses, viidates siinpuhul taas Sarah Thorntonile, on erinevuste rõhutamist peetud üheks viisiks subkultuurilise kapitali kasvatamiseks, siis hipsterite puhul on selline eristus ehk ainus sisuline definitsioonivõimalus. See muudab antud kultuuri Vihma hinnangul refleksiivseks ja suisa paradoksaalselt iseennast eitavaks. (Vihma 2013: 57)

Hipsterikultuuri kirjeldamisel ei erine Vihma märkimisväärselt teistest käsitlustest, iseloomustades hipstereid kui noori, kes püüavad püsida kultuurilise avangardi hulgas nii oma riietuse, huvide, käitumise kui ka ametitega, lisades, et eristumiseks laenavad hipsterid, ise millegi loomise asemel, ajaloost, teistelt subkultuuridelt ja ka teistelt kultuuridelt ning see kõik segatakse postmodernistlikult kokku. Vihma mainib ka, et isegi hipsterite nimetus ei tulene ajaloolisest järjepidevusest, vaid on omamoodi laen või viide mõnele kultuurilisele sarnasusele ajaloos, mis mõjub sellise seguna värskelt ja uudelt, pälvides seetõttu ka moetööstuse huvi, mis omakorda tekitab „vastuvõtlikus publikus ühelt poolt põlgust ja teiselt poolt kadedust. (Samas: 58)

Vihma seob, viidates Londoni Linnaülikooli kultuurilise majanduse professorile Andy C. Prattile, hipsterite taassünni loomemajanduse („creative industries“) tõusuga üheks läänemaailma olulisemaks majandusharuks, väites, et kuna tänapäevased hipsterid tekkisid eri piirkondades üsna samaaegselt, võiks eeldada, et nende taassünni põhjustasid ühiskondlikud hoovused. (Samas: 64)

Ühtlasi peab Vihma oluliseks *indie* mõistet, mida ta kirjeldab kui uut digitaliseeritud kultuuritoodete ja levitamise loogikat, mis laiendas märkimisväärselt kultuuritööstuse leviala.

Vihma sõnul on *indie* juured 1970. aastate punkkultuuris, kuid 1990. aastate alguses muutus see briti popmuusika kaudu peavoolu osaks ning peagi tekkisid selle kõrvale ka teiste tööstuste, nagu filmide, arvutimängude, festivalide jm, *indie*-versioonid, mis allusid samasugusele organisatoorsele tootmisloogikale, mille kohaselt on loojad samaaegselt ka tootjad ning toodangut levitatakse ise, vahendajateta. (Samas: 64-65)

Vihma võrdleb korra ka USA ning Eesti hipsterikultuure. Ta seletab kõigepealt, et boheemlaste kasutusele võetud stiilide või minevikust pärit sümbolväärtusega elementide ja käitumisviiside omavaheline segamine pakub huvi ka peavoolukultuurile ning nii muutus näiteks Ühendriikides populaarseks eelnevalt peamiselt tööliklassi kuulujate lemmikõlu Pabst Blue Ribbon, millele viidatakse ka Zeynepi ja Arseli artiklis ühe intervjuueeritava poolt kui peamisele hipsteriõlule. (Zeynep, Arsel 2011: 801) Vihma arvates võib Eestis selle fenomeni paralleeliks pidada humanitaarabist „*vintage*-šikiks ülendatud *second-hand*-riideid“ või retrokaubamärkide nagu Žiguli õlu või Kooperaatori mööbli populariseerimist hipsterite poolt. (Vihma 2013: 68-69)

Perry vaatab teadusajakirjas *Rethinking Marxism* avaldatud artiklis „The Class Dimension of Hip Rebellion“ *hip*'i ja hipstereid marksistlikust klassiteooriast lähtuvalt, väites esmalt, et *hip* tarbimiskultuur võib olla parandamatult seotud kapitalistliku imperatiiviga, aga *hip* mässajalikkus või vastuseis (*rebellion*) ei pruugi. Viimast defineerib ta kui teatud suhtumiste ja praktikate kogumit, mis on seotud vastuseisuga, enamjaolt vastuseisuga „massidele“ ja „peavoolule“ ning kuigi see mässajalikus ilmneb *hip* tarbimises, on antud kogumi sisu paljuski enam, kui pelk tarbimisviis. Perry mõtiskleb, kas sellist mässajalikust saaks teha ka teatud vastuseisuks kapitalismile, mida väärtustaksid ka vasakpoolsed, kellede hulka ta ka ennast asetab. (Perry 2013: 164)

Perry peab „hip“ mässu läbiviijateks nn. „professionaalse keskklassi“ liikmeid, lisades, et „hip“ staatusemängud, mis tulenevad enamjaolt soovist olla individuaalselt erinev „massidest“ ja „peavoolust“, on tegelikkuses vaid üks professionaalse keskklassi mängitavate staatusemängude variatsioonidest. (Samas) Perry defineerib selle „professionaalse keskklassi“ kui inimesed, kes töötavad näiteks juhatajate („managers“), advokaatide, arstide, inseneride,

professorite, ajakirjanike ja muude sarnaste ametite peal ning sellesse klassi, mida tema sõnul nimetatakse vahel ka „professionaalseks juhtimisklassiks“ („professional-managerial class“), kuuluvad inimesed erinevad mitteprofessionaalidest, kuigi mõlemad grupid asetatakse tihtipeale kokku „keskklassi“ kategooriasse. Perry sõnul erinevad nad aga oma sissetulekute, maitsete ja võimu poolest ning just „professionaalse keskklassi“ mõiste aitab märgata eristusi klassi kultuurilises dimensioonis ehk klassikultuurilisi eristusi, mida tavapärase „keskklassi“ mõiste pigem varjus hoiab. (Samas: 167-168)

Perry mainib, nagu ka varasemalt viidatud autorid, „indie“ muusika olulisust „professionaalse keskklassi“ „hip“ mässu osaliste seas ning ühtlasi taaskord Pabst Blue Ribboni õlut, rekkamehenokatseid ja „second-hand“ särke milledel on teatav töölisklassiaura ning mis on samas mõned „hip’i“, või vähemalt hipsterliku esteetika, konstitutiivsed osad. (Samas: 168) Perry pakub kaht võimalikku selgitust hipsterite huvile töölisklassi objektide vastu. Esimese seletuse tuletab ta Thorntoni „subkultuurse kapitali“ mõistest väites, et põhjuseks võib olla huvi mainitud objektide funktsioonide suhtes „hip“ staatusemängudes. Teine selgitus võib tema hinnangul peituda teatavas solidaarsuses töölisklassi inimeste vastu. (Samas: 171)

Perry hinnangul kasutavad hipsterid töölisklassiga seostatavaid objekte eelkõige eristamaks endid „professionaalse keskklassi“ kuuluvatest „mitte-hip“ liikmetest, nagu „yuppies“, „prep’id“ (ehk rikkaste keskklassiliikmete lapsed), äärelinlased („suburbanite“) ja teised. Perry arvates põhjendab selline vaatevinkel hipsterite valikud ehk hipsterid seostavad tema järgi end töölisklassiga vaid niivõrd, kui selline käitumine võimaldab neil kaugeneda „professionaalse keskklassi“ mittelahedatest inimestest, kuid nad rakendavad antud käitumist vaid senikaua, kuni neid on võimalik siiski eristada ka töölisklassi liikmetest. (Samas: 172-173) Antud suhtumine seletab Perry jaoks ka hipsterite iroonilise tarbimise fenomeni ja nende suhtumise, mis muudab teatud objektid kitsiks. (Samas: 174)

Varis ja Maly kirjeldavad artiklis „The 21st century hipster: on micro-populations in times of superdiversity“ hipsterlust kui kihilist ja polütsentrilist translokaalset kultuuri, mille identiteeditähised on osalt tõeliselt globaalsed, osalt väga lokaalsed ning ühtlasi osalt raskesti omandatavad ja kehtestatavad, osalt võrdlemisi odavad (toovad näiteks American Apparel’i

poest oma identiteedi ostmise). Samas lisavad autorid, et kriitilise ja globaalse tähtsusega hipsterluse defineerimisel on nõue autentsuse, unikaalsuse ja individuaalsuse järgi. Varise ja Maly hinnangul on tõeline hipsteriks olemine peamiselt seotud „päris olemisega“ („being real“) ning seejuures on oluline „mitte liialt pingutada“ („without trying too hard“). Selline „päris olemine“ nõuab aga teatavat tööd identiteedi kallal ning Varis ja Maly on arvamusel, et hipsteriks olemine kaasab endaga tugevad ja pidevalt taastoiuvad identiteedidiskursused, mis kõik keskenduvad autentsusele, kuid loovad paradoksaalselt aluse vägagi kollektiivsele stiilile. (Maly, Varis 2015: 8)

Varis ja Maly eristavad kahte hipsterite nime kandvat gruppi. Esimest nimetavad nad sotsiaalseteks gruppideks, kes riietuvad nagu hipsterid, jagavad autentsusel põhinevat identiteedidiskursust ja külastavad hipsterite lokaale, kuid samas eristavad nad endid teisest grupist, keda nad samuti nimetavad hipsteriteks. Autorite sõnul on selle esimese grupi jaoks „tõeline“ hipster keegi, kes keeldub sotsiaalsesse gruppi kuulumast ning seeläbi ka hipsteri sildist, millega tähistatakse antud grupi arust inimesi, kes tahavad meeleheitlikult olla „hip“ ning just seetõttu ei ole nad „päris“ ega autentsed. Ühtlasi ei ole teise gruppi kuuluvad inimesed tõelised innovaatorid ega trendiloojad, erinevalt individualistlikest, autentsetest hipsteritest. Sellest kirjeldusest järeldavad Varis ja Maly, et „õigete“ identiteediindeksiaalide omamine ei ole piisav hipsteriks olemiseks, vaid neid peab saatma ka identiteedidiskursus, mille indeksiaale esitatakse kui osana kellegi „päris omast/minast“. (Samas: 10)

„Päris“ hipster ei kannu Varise ja Maly sõnul hipsterlikke identiteeditähiseid seetõttu, et tahab olla hipster, vaid sellepärast, et „selline ta ongi.“ Autorite sõnul tähendab seega „päris olemine“ oma valikute autentsuse suhtes diskursuse omamist. Ühtlasi märgivad nad, et autentsus ja „päris“ võivad, olenevalt kontekstist, oma tähendust muuta. Autorid lisavad, et mida globaliseeritumaks hipsteriindeksiaalid saavad, seda keerulisemaks muutub identiteedidiskursus, mida peab kasutama, et neid rakendada autentsete, individuaalsete valikutena. (Samas)

Varis ja Maly pakuvad, et hipsterlust peaks vaatlema kui mikropopulatsiooni. Toetudes ameeriklasest sotsioloogi Steven Vertoveci „supermitmekesisuse“ terminile (Vertovec 2007:

1025-1026) väidavad, et kuna maailm on uute migratsioonimustrite, liikumisvõimaluste, kommunikatsioonitehnoloogiate (eelkõige Internet) ning neoliberaalse tarbimis- ja kaubastamisloogika („commodification“) tõttu keerulisemaks muutunud, on ka kultuur selle tulemusel translokaalseks ja polütsentriliseks läinud. (Maly, Varis 2015: 14)

Wes Hill on kirjutanud, et hipsterlus tuleneb 21. sajandi postkriitilisest kriisist, mis iseloomustab ebakindlat kultuurilist momenti, mil tekkis tunne, et kiirelt arenevad digitaaltehnoloogiad ja globaalsed turuplatsid saavad vabastavateks jõududeks ja potentsiaalse monokultuuri, mis häiriksid rahvuslikkuse, traditsiooni, kohaliku kogukonna ja individuaalse/kultuurilise identiteedi ideid, edasivijateks. Hilli sõnul tundub maailm väiksemana ning see loob lootuse globaalkultuuri võimalikkusesse ja üha enam kaasavate kultuurilise mõistmise ja osaluse vormide tekkesse. Hill lisab, et 21. sajandi hipsterlust saab lugeda sellise kosmopoliitse optimismi ja keskklassi piiratud maailmavaadete suhtes, kus globaalkultuuri kujutelmad haaratakse globaalse kapitalismi ja digitaalse akulturatsiooni rüppe. (Wes Hill 2017: 12) Tundub, et Hill peab hipsterlust kultuuri kiire ülemaailmastumise tulemuseks, mis muudab kohalike kultuuride olemust. Ühest küljest tundub antud järeldus loogiline ning ühtib ka eelkirjeldatud täheldustega hipsterlusest, kuid teisalt toob see kaasa omaette küsimuse kultuuride omavahelisest rikastamisest ehk kas hipsterlus kokkuvõttes (kui teda võtta globaalkultuurina), elavdab kohalikke kultuure, sest ilmneb, et iga piirkond kohandab hipsterluse omale vastavaks, või ikkagi vähendab kultuurilist mitmekesisust.

## **2.2. Hipsterluse kirjeldus kultuuris ja meedias**

Käesolev alapeatükk toob välja erinevad hipsterluse kirjeldused kultuuris ja meedias. Kirjeldused on kogutud satiirilistest käsiraamatutest, sotsiaalmeediast, hipsterluse terminit millegi iseloomustamiseks kasutatavatest akadeemilistest artiklitest (hipsterluse esteetika filmis ja kunstitarbimises) ja ajakirjandusest. Ühtlasi tuuakse välja, kuidas hipsterlust teatud kohtadega ruumis seostama hakatakse, eriti Eesti olukorrale keskenduvast alapeatükis.

Eesmärgiks on anda võimalikult mitmekesine ülevaade hipsteri kujutamisest ja kirjeldamisest kultuuris.

Peamine eelnevalt mainitud hipsterite käsiraamatutest-välimäärjatest on algselt 2002. aastal ilmunud kirjanik Robert Lanhami kirjutatud satiiriline teos „The Hipster Handbook.“ Antud käsiraamat toob välja hipsterluse „tuumelemendid“:

-Hipsterid on alati väga teadlikud oma rõivastuse suhtes ning eristavad endid teistest loomingulise riietuse kaudu. Kõik hipsterid valivad oma isikliku stiili, mis aitab neil massist eristuda.

-Hipsteritel on olemuslik põlgus frantsiiside, kaubanduskeskuste ja korporatiivse maailma vastu.

-Peavad oma muusikakogu ääretult oluliseks ning paljud kujundavad ka oma garderoobi või isegi oma iseloomu oma lemmikmuusikaga ühtivaks. Kuulavad, väheste eranditega, indie muusikat ja väldivad suuri muusikaproduksioonifirmasid.

-Usuvad, et iroonia on suurem kõla, kui mõistlikkusel.

-Hipsterid on kunstnikud, kes on poliitiliselt alati vasakpoolsed. Ühtlasi võitlevad sotsiaalsete ja keskkondlike probleemide parandamise nimel.

-Hipsterid ei tunnista kunagi, et nad on hipsterid. Nad on liiga lähedad antud teema puudutamiseks.

-Nad on alati kultuuriliselt teadlikud, nautides tiibeti, vietnami, maroko ja ameerika toitu võrdväärse mõnuga. Teavad, mis vahe on *pinot noir*’il ja *cabernet sauvignon*’l, et Titanic on nõme film ja Napoleon Dynamite on „deck“ (ehk lahe).

-Mõistavad, et kultuurilised trendid muutuvad nõmedaks sel hetkel, kui jõuavad peavoolu.

-Arvavad, et nimekirjad/loendid on nõmedad. (Lanham 2003: 19-20).

Lisanäitena sellistest käsiraamatutest võib tuua raamatu „Stuff Hipsters Hate“, mille autorite sõnul on hipsterlust täpsem defineerida asjade järgi, mida nad vihkavad, sest nende sõnul on hipsterid paljuski negatiivsed „olevused“, kes ammutavad jõudu ja autoriteeti asjade (nagu muusika, riietus, elusituatsioon) mahategemisest. (Ehrlich, Bartz 2010: 8)

Kõige populaarsem hipsteridefinitioon Internetileheküljel Urban Dictionary, kirjutatud kasutaja Mister Ay Cee poolt, kirjeldab hipstereid kui Ameerika tarbijate subkultuuri, kelle jaoks on turunduse taga peituv idee olulisem, kui turundatav toode. Antud kasutaja sõnul piisab „autentsuse“ väärtuse konnoteerimiseks toote seostamine teatud sõnade, fraaside või ideedega. Näidetena viimastest toob ta välja terminid „vastukultuur“, „indie“, „progressiivne“, „alternatiivne“ või „alt“, „orgaaniline“, „holistlik“, „vanakooli“ jm, lisades, et need tooted võivad olla muusika, mood, tehnoloogia, toit, sotsiaalmeedia või kinnisvara. Ühtlasi pole tema sõnul oluline, kas tootel on mingisugune tegelik sisemine väärtus. Lisab, et iroonilisel kombel näeb hipster iseennast massikultuuri ja konformsuse kontrapunktina, kuigi tegelikkuses on nad suurimad konformistid, sest hipsteri „kultuuri“ saab väga lihtsalt ümbersobitada, ümberpakendada ja turustada. Toob näiteks ka tätoveeringud, mis olid varasemalt mässulikkuse ja väljaspoolduse märgiks, aga kuna nüüdisajal (aastal 2013) omab üle 40% allaviiekümneaastastest ameeriklastest tätoveeringut, teeb see neist kõigist sama hõimu liikmed. (Mister Ay Cee 2013)

Hipsteri figuuri toob sotsiaalmeedias ilmsekalt välja veebikeskkonda Youtube kasutaja Reuben Dangoori poolt üleslaetud muusikavideot „Being a dickhead’s cool“, milles kirjeldatakse satiirilisel, kuidas, muuhulgas, ühekäigulise jalgrattaga sõitmine, nullklaasidega suurte paksude raamidega prillide kandmine (omades samas perfektset nägemist) ning nohikliku riietuse kandmine (vastavate koolihinneta) on lahe. (Reuben Dangoor 2011) Samuti on hipsteri figuuri rakendatud Archana Kumari ja James Carri veebikoomiksis „Hipster Hitler“, kus seda on rakendatud Hitleri ümberkujutamisele. Antud koomiksiseerias kujutatakse Hitlerit lühikesi pükse, erinevate keelemänguliste kirjadega T-särke ning suuri paksude raamidega prille kandva hipsterina. Koomiksi lugudes kujutatakse Hitlerit üldiselt kui juhti, kelle peamine eesmärk on olla lahe ja autentne ning tema otsused riigipeana

seostuvad eelkõige „cool“ olemisena ning ei ole praktilised. (Archana Kumar, James Carr 2010).

David E. James kirjeldab väljaande *Film Quarterly* jaoks kirjutatud artiklis „L.A.’s Hipster Cinema“ oma kogemusi Los Angelese avant-garde kinoskeenenel 2008. aasta suvel ja sügisel, millele ta andis nime hipster-kino. Ta kirjeldab, kuidas antud skeenes nauditi näiteks ühest küljest ameeriklasest kontseptuaalkunstniku Lawrence Weineri massikultuurikriitilisi lühifilme ning teisalt ka muusikalisi madala kvaliteediga lühifilme, nimetusega „scopitone id“ (mida võib pidada ka muusikavideote eellasteks ning mida sai 60ndatel Ühendriikides näha-kuulata plaadiautomaatidega sarnanevatest mehhanismidest). (James 2009: 57)

Teosed, millede kogemisest James kirjutab, pärinevad erinevatest perioodidest, modernismist 2008. aastani ning „hipsterluse“ roll seisneb siinpuhul pigem tarbimises, kui loomises. James lisab, et 2008. aasta oli ebatavaliselt oluline kultuurilise vaidlustamise periood, millest tõenäoliselt meeldejäävaimaks teoseks on peamise hipsterkunstniku Shepard Fairey teos Barack Obamast (Lisa 1). James sõnab, et kui see teos ning muud hipsterkinos nähtud teosed ei loo üht modernistlikku avangardi, saab siiski tolleaegsete sündmuste (peab siinpuhul silmas eelkõige sündmusi, mis leidsid aset 21. sajandi esimesel kümnendil) tarbimisviisi näha kui teataval määral avangardistlikku. (James 2009: 59-60)

D. Gilson on kirjutanud ülevaate hipsteri esteetikast filmilavastaja Wes Andersoni 2012. aastal linastunud filmis „Kuutõusu kuningriik.“ Filmi tegevus leiab aset New Englandi osariigis 1965. aastal ning loo algul avastab Edward Nortoni kehastatud skaudikapten Ward, et tema juhitud noorskaut Sam Shakusky (Jared Gilman) on põgenenud skaudilaagrist ning sealt algab Gilsoni sõnul süžees kesksel rollil omav otsing, mis Gilsoni sõnul tähistab ka hipsteri esteetika üldist otsingut või janu kujuteldava valgenahalise maskuliinse võimu järele postindustriaalses Ühendriikide ühiskonnas. Lähtudes hipsteri esteetika lugemisest antud filmis üritab Gilson enda sõnul küsida, mis juhtub, kui hipsteri esteetika poliitikat, mis on loodud valgete meeste poolt ja kõneleb valgetest meestest, tajutakse teataval määral kentsakate puberteedieelsete poiste ning filmi ainsa kangelanna, varapuberteeti läbiva Suzy poolt. (Gilson 2016: 83)

Gilson toob välja seose turu, hipsterluse ning Andersoni filmide vastuvõtu ja raamistamise vahel. Gilson väidab, et hipster on liikunud kaugemale teistest „elustiili subkultuuridest“ ning saanud turujõuks, mõjutades sellisena suurt hulka süsteeme kirjandusest linnaplaneeringuteni ning, kui pidada filmikunsti kaasaja kõige mõjukamaks ja olulisemaks sotsiaalseks kunstiks, siis Wes Andersoni filmid, mida avaldatakse samaaegselt nõ „underground“ ja ka peavoolu filmidena, on peamisteks näideteks kentsakast positsioonist, mida hipsterid ja nende esteetika omavad Ameerika kultuurilises kujutlusvõimes. Üheaegselt „undergroundis“ ja peavoolus on Andersoni filmid Gilsoni järgi seetõttu, et arvustustes rõhutatakse antud filmide puhul üldiselt teoste seoseid kõrge kunstiga, „undergroundiga“, hipsterliku esteetikaga ja nii edasi, aga samas pälvib Anderson auhindu, mis on võrreldavad mistahes peavoolu kirjutaja ja lavastajaga, nagu näiteks New Yorki filmikriitikute ringilt ja MTV filmiauhindadelt, aga ühtlasi kogub ta ka nominatsioone Cannes’ilt, Ameerika filminäitlejate ühingult (*Screen Actors Guild*) ja oscareid jagavalt Academy of Motion Picture Arts and Sciences ühingult. (Samas: 86-87)

Gilson lisab oma arutelusse ka neoliberalismi, väites, et neoliberalistlik diskursus toob hipsterite kehad paremasse nähtavusse. Tema sõnul väljendab siinpuhul iroonilisust tõsiasi, et Sam ja Suzy saavad valida ajutise seikluse ja ohu seetõttu, et nende kehad on neoliberalismi all optimistlikult markeeritud. Gilsoni seletusel on nende võitlus ajutine, nagu oli ka hiljutine globaalne majanduskriis kesk- ja kõrgklassi valgete normatiivsete ja teovõimeliste läänemaailma subjektide jaoks ning sellisena sümboliseerib laste võitlus „kriisi“, millest väljutakse võidukalt läbi tõelise Ameerika „bootstrapism’i“ (ehk ilma välise abita iseenda ülestöötamine) kaudu. (Samas: 87)

Michigani Ülikooli ameerika kultuuri ja muuseumiuuringute doktorant Sarah C. Gothie on kirjutanud hipsterikultuuri mõjust sisekujundusajakirjale *Domino*, mida väljastati aastatel 2005-2009. Gothie sõnul oli tol ajal New York Citys ja teistes suurlinnade keskustes ringlevate hipsteristiilide (sisekujunduse kontekstis) seas laialdaselt trendikas taksidermia ning eriti isahirvede pead ja sarved. Gothie sõnul said sarved, hirvede laialdase populaarsuse tõttu sisekujunduse elementidena, moekaks sümboliks mänglevast vastuhakust soonormidele. Antud ajakirjal oli umbes 4,1 miljonit lugejat, kelledest 86-97 protsenti olid naissoost,

enamjaolt abielus ja keskmiselt kolmekümneseitsmeaastased ning aastane sissetulek langes 85 000 ja 100 000 dollari vahele. (Gothie 2015: 6)

Gothie toob välja, et kui ajakiri 2009. aastal tegevuse lõpetas, kirjeldati seda New York Timesi ajakirjaniku Penelope Greeni poolt kui ajakirja, mis oli tabanud teatava esteetika ja oli ühtlasi „sümboolseks teatud tüdruklikule momendile disainimaailmas“<sup>2</sup>. Gothie sõnul olid just sarved üheks fundamentaalseks esteetikaks, mis ei ühtinud üldise, pigem naiseliku esteetikaga, lisades, et *Domino* toimetajad üritasid artikuleerida y-põlvkonnalikku postfeministlikku koduelu ning maskuliinsed ja mitmetähenduslikult või ähmaselt klassifitseeritud sarved said naiseliku sotsiaalse võimu väljendamise vahenditeks. (Samas: 7)

Ühendriikidest pärit muusik ja DJ Jace Clayton kirjutas n+1 kogumikus oma kogemustest hipsteritega Peruu pealinnas Limas. Claytoni sõnul tähistas hipsterlus Peruu keskklassi noori, kes olid terve elu cumbiamuusikale pigem ülalt alla vaadanud, kuid ühel hetkel väljastas New Yorkis asuv muusikaleviettevõtte Barbès kompilatsioonialbumi „Roots of Chicha: Psychedelic Cumbias from Peru“ ning seejärel asusid needsamad noored korraldama cumbiateemalisi pidusid ja nautisid antud panri järgi tantsimist. Claytoni sõnul võimaldas lahe New Yorki levitaja noortel vana muusikat uues valguses näha ning eelkõige mängis rolli tõsiasi, et miski kehvalt riidetatud ja vägagi mitte-hip osa nende kultuurist oli järsku ülemaailmsesse arutelusse sisenenud. (Clayton 2010: 29) Clayton tõlgendab antud situatsiooni pakkudes, et Peruu hipsteritel on liiga palju raha ja neokoloniseeritud ajud, mistõttu väärtustavad nad kohalikku kultuuri vaid siis, kui see on teiste, „lahedamate“ riikide poolt ümberpakendatud. (Samas: 30)

Kogumikus on ka üleskirjutus n+1 korraldatud hipsteriteemalisest sümposiumist, kus sümposiumi osaline Andrew Levine toob välja, et näiteks Prantsusmaal ja ka endistes prantsuse kolooniates kasutavad hipsterid (või *branchés*, nagu nad Levine'i sõnul end prantsuse keeles kutsuvad) koloniaalaegseid artefakte, näiteks 1950ndatest pärit reklaame või külastavad koloniaaltemaatilisi restorane. Levine mõtiskleb ka, et võib-olla saaks teatud

---

<sup>2</sup> „(...) it was described elegiacally by one *New York Times* writer as having “captured an aesthetic, and a readership, that was emblematic of a fizzy, girlish moment in design” (Green 2009).“

riikides näha hipsterlust antud valguses kui noorte inimeste viisi postkoloniaalsete küsimustega tegelemiseks. Greif vastab seejärel, et ka teda on viidud „lahedasse“ baari, mille motiiviks oli põhimõtteliselt „kolonialism Prantsuse Indohiinas“ ehk baarikülastajad istusid rikšades ja ettekandjad kandsid „orientaalseid“ kostüüme. (Greif et al 2010: 35-36)

Kirjandus- ja kultuurikriitikat avaldava ajakirja *The New Inquiry* toimetaja Rob Horning mõtiskleb samas kogumikus hipsteriidentiteedi üle, küsides, kas väljajäetute grupid on ainsad, kes võimaldavad uute kultuurilise kapitalide vormide tekke ning kas seega on hipsterid alati vajalikud. Horning sõnab, et ehk tegutsevad hipsterid kui agendid kultuurihegemoonia osanike jaoks, kohandades uusi kultuurilise kapitali vorme ning tuues neid peavoolumeediasse kommertslikus vormis. (Horning 2010: 58)

Horningu hinnangul seisneb hipsterluse peamine probleem tõsiasjas, et nad taandavad iga huviobjekti omapära sellele, kui „lahedana“ antud objekti tajutakse. Horningu arvates saab kõigest seega lihtsalt järjekordne isikliku identiteedi tähistaja ning hipsterlus sunnib inimestele peale teatava tunde identiteedikooormast, mida peab pidevalt kureerima, et mitte tunduda hipsterina. Ta küsib, kas üldse on olemas päris hipsterid või vaid kõikehõlmav hirm hipsterite ees ning võib-olla eelneb hipsteriviha hipsteritele endile. Horning pakub, et ehk see kollektiivne hirm manab hipsterid olemisse ning võrdleb seda Punase Hirmuga (Ühendriikides mitmel perioodil levinud hirmupropaganda), mis nägi igal pool kommuniste, ning Ida-Saksa Stasiga, mis tegi kõikidest spioonid, lõpetades oma mõtiskluse väitega, et hiliskapitalism sisendab kõikidesse inimestesse hipsterihirmu, mis seetõttu teeb kõigist teataval määral hipsterid. (Samas: 59)

Nicola Bozzi on üritanud kontseptualiseerida identiteedikonstrueerimise dünaamikaid globaliseerunud suurlinnades. Bozzi uurimuse rõhk langeb „tagging’ule“ kui informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogiate praktikale, mis annab infot digitaalkeskkondades ja ka laiemalt identiteedimudelite loomise ja organisatsiooni kohta. Bozzi asetab rõhu kaasaegsete identiteetide stereotüüpiliste olemuste peale, mis omakorda tekitavad inimestes vajaduse mängida identiteetide konstrueerimises aktiivselt loomingulist rolli. Bozzi defineerib siinpuhul „stereotüübi“ kui äratuntavate elementide ehk „kujuteldavate „tag’ide““

kombineerimise. Neid „tag’e“ jagatakse Bozzi järgi läbi kollektiivse kujutluse ning seostatakse indiviidide ja kohtadega, et teha neist lihtsamini edasiantavad entiteedid. Antud kujuteldavad „tag’id“ on Bozzi sõnul ikoonilised ja diskursiivsed ning võivad seetõttu olla tooted, brändid, hobid, ametid, sümbolid, kohad jms. Ühtlasi ei esinda nad Bozzi järgi otsustavast vastavust tähistaja ja tähistatava vahel, vaid, olenevalt kasutusest, võivad muutuda, viidates Baudrillardile, brändisõbralikeks simulaakrumiteks või, viidates Itaalia filosoofile Franco Berardile, dispositiivideks, mida kasutatakse seejärel sotsiaalsete katalüsaatoritena. Bozzi märgib ka, et kuigi neid kujuteldavaid „tag’e“ toodetakse n.ö alt üles ehk indiviidide poolt, toimub nende levitamine ikkagi ülalt alla avalik-korporatiivsete sünergiate kaudu. Seega töötabki „tagging“ Bozzi järgi kahepoolse toiminguna, mis ühelt poolt õhutab inimesi eneseväljenduseks ja enesevahendamiseks, aga teisalt võimaldab ka kommertsiaalsetel ja poliitilistel huvidel protsessidesse sekkuda. (Bozzi 2015: 197) Ühtlasi eristab Bozzi artiklis nelja stereotüüpilist figuuri: nohik, hipster, gangster ja uskuja, kes on tema hinnangul momendil esile kerkimas.

Rääkides „tag’imise“ nähtusest üldisemalt sõnab Bozzi, et „tag’e“ nagu „loominguline“, „roheline“ või „äritegevus“ seotakse linnaosade või –piirkondade ümberehitamise/ümberarendamisega („redevelopment“), milles kommertslikku brändingut toetatakse riigi raha ja regulatsioonidega. Bozzi väidab, et inimeste eluruumi kujundatakse pidevalt *tagging*’u ja kultuurilise metadataga. (Samas: 202)

Kirjutades otseselt mainitud stereotüüpilistest figuuridest sõnab Bozzi, et nohikul on võime disainida sotsiaalvõrgustik või turundusplatvorm, kuid hipster on see, kes neist viimast suudab võtta, oma kultuurilise teadmuse tõttu. Hipsterid tabavad ära *cool*’i ning seeläbi mõjutavad turgu tehes oma stiili, huvid ja brändid Interneti kaudu globaalseks ning reisisid sellisena kui inimreklaamplakat. Bozzi sõnul on põhiliseks hipsterikriitikaks hipsterite mõneti irooniline suhtumine, mille kohaselt on antagonistlik entusiasm dominantse kultuuri vastu, mis ajalooliselt on põrandaaluste skeenede käimatõmbavaks jõuks olnud, kadunud ning alles on vaid maitsete ja huvide ülistamine. Võrdlevalt sõnab autor, et kui hipidele meeldisid asjad, mis olid „far out“ (otsetõlkes „kauged“, kuid subkultuurses tähenduses „lahedalt ebakonventsionaalsed“), siis tänapäeva noori huvitavad pigem siseringinaljad. Teisalt on

Bozzi arvamusel, et „postmodernne“ ei ole sobiv kategooria hipsteri kirjeldamiseks, sest hipsterid on üldiselt uudishimulikud inimesed, kes reisivad maailmas, kuid säilitavad samaaegselt ohutu globaalse brändiraamistiku, näiteks American Apparel, Apple, Ray-Ban ja nii edasi. Sellisena esindab antud figuur Bozzi järgi ülemaailmselt linnaelanikest noorte jaoks „cool’i“ ideoloogiat. Bozzi sõnul on hipsterite riietusstiil ülemaailmselt küll kultuuriviidetest kokkulapitud stiil, kuid näitlikustab sellisena siiski pigem tugevat struktuurilist ja „modernistlikku“ dogma, mida raamistavad ühiseks mõned põhielemendid, nagu ikoonilised jalanõud ja Ray-Ban’i prillid. (Samas 205)

### **2.2.1. Hipsterluse kujutamine Eesti meedias ja kultuuris**

Käesolev alapeatükk toob välja olulisemad hipsterlusest kirjutatud artiklid Eesti ajakirjanduses, pakub näiteid hipsterite kujutamisest eesti kultuuris ja eestikeelses sotsiaalmeedias ning pakub ka näiteid kohtadest, mida Eestis hipsterlusega seostatakse.

2008. aastal ilmus Eesti Ekspressis artikkel „Hipster – linna cool’im tüüp“, milles ajakirjanik Maris Sander intervjuerib kodumaist graafilist disainerit, televisioonifiguuri, muusikut ja raadiosaatejuhti Johannes Naani. Kuigi Naan ei nimeta end kordagi intervjuu jooksul hipsteriks, tundub ta siiski teataval määral nõustuvat enese sellisena kategoriseerimisega. Sanderi sõnul on Eestis hipstereid „jalaga segada“, kirjeldades, et enamasti elavad nad Tartus ja Tallinnas ning neid kohtab „kultuuritehaste pidudel, ülikoolide kunstiteemalistel või semiootikaloengutel, raamatukogudes, kaltsukates ja trendikates urkabaarides.“ (Sander 2010)

Hipsteri figuuri kujutatakse ka eestikeelses sotsiaalmeedias. Näiteks on *stand-up* koomikud Sander Õigus (Õigus 2017) ja Karl-Alari Varma (lisa 2) hipsterite üle nalja teinud, esimene viidates hipsterite justkui kodutuid meenutavale välimusele ning teine viidates hipsteritega seostatavale kalambuursusele või kalduvusele luua keelemängulisi nimetusi. Keelemängulist, kalambuurst aspekti seostatakse hipsterlusega mujalgi, näiteks leidub Eestis õllepruulikoda nimega Hopster (tuletatud ingliskeelsest sõnast „hop“, eesti keeles „humal“), kelle õlled

kannavad inimesenimesid (Pearu, Frida ja Winston) ning kelle toodete sildid kannavad käsitsijoonistamise esteetikat (Lisa 3). (hopsterbeer.ee)

### **Hipsterlusega seostatavad kohad**

Eesti turismiinfolehel Visit Estonia leidub kultuuri- ja moeblogija La Carmina artikkel ,kus kirjeldatakse Tallinnat kui vägagi *hip* linna, asetades rõhu eelkõige Telliskivi loomelinnakule, eesti disainipoodidele ja kaasaegse kunsti galeriidele. (La Carmina 2018) Ühtlasi on reisiplaneerimislehekülj *Skyscanner* nimetanud Kalamaja üheks kahekümnest kõige hipsterlikumast linnaosast maailmas. (Skyscanner 2014)

Ajakirjanik Kristjan Jõevere on Delfis kirjutanud ülevaade naiste motoklubi Dark Diamonds MC väljastatud kalendri üle tekkinud poleemikast. Jõevere kirjeldab, kuidas motoklubi pani kokku kalendri, milles klubiliikmed poseerisid oma mootorratastel, et koguda raha Eesti noorte tsiklilootuste toetuseks ning antud kalendri müügi edendamiseks asetati valik piltidest üles ka loomelinnaku vabaõhunäitusepinnale. Näitus eemaldati paari päeva järel Loomelinnaku sisujuhi Raimo Matvere sõnul ühest küljest põhjusel, et loomelinnak on mootorsõidukitevaba ala ja seega ei ühti eksponeerimise temaatika loomelinnaku üldise mõtteviisiga ning teiseks ja olulisemaks kitsaskohaks oli Matvere sõnul naiste objektistav kujutamine fotodel. Antud sõnavõtule viidates kirjutab Jõevere, et mootorratastega varustatud naised on „Telliskivis aega veetvate hipsterite ja sealsete otsustajate jaoks liiga jõulised.“ (Kristjan Jõevere 2017)

2016. aasta aprillis tegi Põhja-Tallinna linnaosavanem Raimond Kaljulaid Tallinna linnaplaneerimise ametile ettepaneku nimetada Kotzebue 18 kinnistule kavandatavat elamukvartalit läbiv uus tee Hipsteri Põiguks, nagu selgub Tallinna Postimehe Eesti uudiste päevatoimetaja Andre Einmanni kirjutatud artiklist „Kalamaja tänav võib saada nimeks Hipsteri põik.“ Einmann kirjutab, et Kaljulaiu sõnul jäädvustaks selline nimi tulevastele põlvvedele linnaruumis, identiteedis ja kultuuris toimuvaid muutusi ning jätaks ka jälje ajastust. Kaljulaid olevat ka lisanud, et hipsterlus on subkultuur, mis Kalamaja kujunemist ja populaarsust tol ajal kõige rohkem mõjutanud on. Einmann toob ka välja, et Põhja-Tallinna valitsus korraldas sotsiaalmeedias nimekonkursi, milles osutus just Hipsteri nimi kõige

populaarsemaks. Einmann tsiteerib Kaljulaidu, kelle sõnul oleks kaasaegne tänavanimi kooskõlas planeeritava kaasaegse linnaruumiga. (Andre Einmann 2016)

Sama aasta juunis ilmus Eesti Rahvusringhäälingu kodulehel teade, et Tallinna linnavalitsuse nimekomisjon lükkas Põhja-Tallinna linnaosavanema ettepaneku tagasi, märkides, et tegemist on viimasel ajal eesti keeles argikäibesse läinud inglise keelest laenatud sõnaga, millel ei ole rahvasuus sellele kohale kinnistunud nimi, lisades, et hipsterlus seostub teiste sotsiaalselt aktiivsete piirkondadega, nagu näiteks Telliskivi loomelinnak. Teate kohaselt pidas nimekomisjon Hipsteri põigu asemel sobivamaks nimeks Kalma tänavat, sest tänav saab ühenduse „perspektiivse Kalma haljakuga ja hakkab kulgema ajaloolise Kalma sauna taga“, mainides ka, et Kalma on rahvapärane lühend Kalamaja nimest. (Eesti Rahvusringhääling 2016)

Kalamaja seotust hipsterlusega ilmestab kultuuris ka punkansambel Kurjami lugu pealkirjaga „Kalamaja hipster“, mille sõnades väljendab laulja pettumust kahekümne punkarina veedetud aasta üle, mille jooksul maailm paremaks ei muutunud. Seetõttu otsustas ta hakata trendikaks hipsteriks, osta Mac'i sülearvuti ja sõita mööda Telliskivi tänavat oma jalgrattaga, jalas kitsad teksad. (Kurjam 2014) Ühtlasi saab siin täheldada ühe subkultuuri esindajate justkui sarkastilist kommentaari teise subkultuuri suhtes.

Ilmselgelt peetakse Tallinnas paiknevat Telliskivi loomelinnakut just kõige tugevamalt hipsterlusega seotuks paigaks Eestis. Sellest lähtuvalt võiks ilmselt ka Tartu ekvivalenti, Aparaaditehast, pidada ülikoolilinna hipsterite keskpunktiks. Teistest Tartu piirkondadest on näiteks Supilinna hipster-rajoonina kirjeldanud Müürilehes Kaja Pae. (Pae 2015)

### **Uurijate kirjeldused eesti meedias**

Järgnevalt tuuakse välja eestastest subkultuuriuurijate kirjeldused hipsteritest eesti meedias.

Juhan Melliku kirjutatud Õhtulehes ilmunud artiklis kirjeldatakse hipsterit kui linnastunud heal järjel rahakat boheemi, kes naudib „alternatiivsuse mainet.“ Antud artiklis defineerib eelpool mainitud Vihma hipsteri kui eristuda püüdva noore inimese, kelle teistmoodi olemine põhineb eelkõige elustiilil, moel ja tarbimisel, lisades, et neil pole muud ideoloogiat peale

soovi eristuda ja oma originaalsusega silma paista. Selge ideoloogia puudumine on Melliku järgi Vihma sõnul peamine eristus hipsterite ja teiste lähiajaloo noorteliikumiste, näiteks punkarite ja emode, vahel. Vihma toob siinpuhul välja ka „sisu“ puudumise, mis tema hinnangul võib olla hipsteriteviha põhjuseks: „Võib-olla see ajabki inimesi vihaseks – nad tahavad erineda ja tarbida, aga puudub sisu.“ Melliku arvates on see ilmselt põhjuseks, miks on raske leida inimest, kes end vabatahtlikult hipsteriks tunnistaks. Ühtlasi ei suuda Vihma antud artiklis tuua ühtegi konkreetset näidet mõnest prominentsest Eesti hipsterist, sõnades, et sel puhul peaks ta ütlema, et antud inimene on poosetaja. (Mellik 2014)

Hipsterite stereotüüpseteks omadusteks nimetab antud artiklis Vihma sarvraamidega prille, kitsaid teksasid, viiekümnendate esteetikat ning taaskasutamise ja ökotemaatika glamuurseks muutmist. Mellik lisab antud loetelusse vanad jalgrattad ja vana mööbli ning second hand riided, mis kõik on ühtäkki moekaks muutunud, kinnitades tema sõnul teada-tuntud tõsiasja, et piisava hulga inimeste olemasolul võib mingi nähtus muutuda populaarseks üleöö. Vihma lisab, et hipsterite paradoks seisneb lahknevuses retoorika ja tegelikkuse vahel, tuues näite ökoteemast rääkivast jõukast noorest keskklassi inimesest, kes samaaegselt kasutab keskkonnakahjulikke Apple'i arvuteid. Vihma sõnul on aga hipsterid sellest ka ise teadlikult ja on ehk seetõttu omandanud „küünilise või vähemalt iroonilise hoiaku.“ Viimase mõttena lisab Vihma, et tänapäeva pinnapealses maailmas peabki paratamatult „olema laheda välimusega, tulema välja uute asjadega ja looma trende.“ (Samas)

Samas artiklis sõnab Aimar Ventsel, et hipsterid on valdavalt jõukate vanemate lapsed, kes on endale välja mõelnud „cool'ile“ ja elitaarsusele apelleeriva stiili, mis on aga tegelikult suhteliselt maitsetu ja „ilma vähimagi individuaalsuseta.“ Ventseli kirjelduses võib hipsterit tänavapildis ära tunda naiste kohutavalt ebaseksuaalse välimuse kaudu, sest nad armastavad „kanda kalleid XXXXXL suuruses kampsuneid, mis näevad vanad välja.“ Mehed meenutavad Ventseli jaoks kaheksakümnendate aastate New Yorgi teismelisi homoprostituute või kannavad vuntse, kampsuneid ja liibuvaid teksaseid. Melliku sõnul kasutab Ventsel hipstereid kirjeldades korduvalt märksõnana aseksuaalsust. (Samas)

Vastusena Melliku artiklile on Berk Vaher kirjutanud, et antud Õhtulehe artiklis hakkavad teravalt silma hukkamõistvad hinnangud hipsteritele inimeste poolt, kes on ise akadeemilise staatusega subkultuuriuurijad. Vaher kritiseerib tõsiasi, et Melliku artiklis pole küsitletud mitte ühtegi Eesti hipsterit, millest lähtuvalt ei saa tegelikult antud ajaleheartiklist midagi veenvat teada sellest, millised on Eesti hipsterid iseendi meelest, miks nad sellised on või kas nad üleüldse eksisteerivad. „Saame teada vaid seda, mis neil teoreetikute arvates viga on.“ Vaher eelistab hipsteri nimetust pigem vältida, tõdedes, et teab mitmeid inimesi, keda võiks nimetada ka hipsteriks, aga eelistab suhtuda neisse lihtsalt kui inimestesse. (Vaher 2014)

Aimar Ventsel on võrrelnud hipsterlust 90ndate Berliini alternatiivkultuuriga, väites, et hipsterluse esteetika Eestis on paljuski tollaegsega äravahetamiseni sarnane. Ventseli sõnul oli tollaegsete alternatiivkultuurikommunite eesmärgiks eksisteerida väljaspool kapitalistlikku masstoodangut ja „mammonakultust.“ Ühtlasi oli see protest kommertsialiseerumise ja kapitalismi vastu, milles leidis Ventsli hinnangul „stiili ja ka teatud demonstratiivset teistmoodiolemist.“ Ventsel toob hipsterluse esteetika näideteks „disainerite lakitud euroalustest ehitatud“ mööbli, maheveini, idamaised toidud, „hoolikalt valitud antiiktoolid“ ning „samade disainerite poolt kergelt lihvitud kastilaudadest valmistatud seinakatted.“ Ta lisab, et kõik on justkui nii, nagu 90ndate Berliinis, „aga see tundub kunstlik, ülekontseptualiseeritud ja hillitsetud.“ (Ventsel 2017)

Ventseli sõnul on hipsterid „nagu subkultuur, aga samas nagu ei ole ka“, lisades, et ükski hipster ei nimeta ennast hipsteriks. Selline käitumine oleks Ventsli arvates kujuteldamatu baikerite, punkarite, hiphopparite ja teiste puhul, „kes kannavad uhkusega oma subkultuurilist nime.“ Teine pool probleemist on Ventsli jaoks hipsterluse suhe peavooluga (Ventsel kasutab küll siinpuhul antud sõna tema tõlkimata vormis ehk „mainstream“). Nimelt laenasid tema hinnangul klassikalised subkultuurid oma välimusse elemente peavoolumoest või spordirõivastest, kuid hipsterid „ekspluateerivad subkultuurseid garderoobe ja fonoteeki.“ See on Ventseli sõnul subkultuurimaailmas, „kus igal rühmal on „oma“ välimus ja muusika, enam-vähem surmapatt.“ Ventsel lisab ühtlasi, et hipsterid on toonud „subkultuurse varasalve“, mida varasemalt on pigem varjul hoitud, peavoolu, „muutes selle kalliks masstooteks.“ (Samas)

### **2.3. Hipsterluse praktikute tasand**

Käesolevas alapeatükis vaadeldakse, kuidas hipsterlust nähakse ja kirjeldatakse osaliste tasandilt ehk nende poolt, keda peetakse hipsteriteks või kes peavad end hipsteriteks.

Arseli ja Thompsoni uurimus pidi algselt keskenduma „indie“ kultuurile, aga kõik uurimuse osalised peale ühe laskusid kriitilisse komparatiivsesse diskursusesse, milles nad väljendasid oma enesemääratlusi ja kogemusi kasutades retoorikat, mis oli ankurdatud nende nägemuse külge hipsterlusest. Seega pidid Arsel ja Thompson oma uurimuse fookuse ümber asetama hipsterlusele kui turuplatsimüüdile. (Arsel, Thompson 2011: 794) Näiteks intervjuueeritav Scarlet mainis antud uurimuses, et teda on hipsteriks nimetatud ning pakkus põhjuseks tõenäoliselt tema huvituse moest, selgitades, et enamik tema kantavat võib pidada trendikaks. Samas seletab Scarlet, et talle meeldib teha paljusid hipsterlikke asju, aga ta teeb neid sellepärast, et talle meeldib, mitte sellepärast, et need on „lahedad.“ Ühtlasi lisab, et kuna ta on sellises sotsiaalses skeenes, kus on palju hipstereid, peavad inimesed ekslikult teda üheks neist. (Samas: 799)

Samast uurimusest selgub, et isegi kui „osalejad“ kasutavad hipsterlusega seotud bränditooteid, üritavad nad end „hipsterlusest“ võõristada. Intervjuueeritav Amy töötas riidepoes Urban Outfitters, mida Arsel ja Thompson nimetavad ikooniliseks hipsteribrändiks, aga Amy enda sõnul meeldivad talle nende disainid, aga talle ei meeldinud viibida antud keskkonnas, ümbritsetuna inimestest kes tema sõnul olid pideval missioonil „cool’iks“ saamisele. Lisab, et kui rääkida inimestega, kes tõeliselt oma asja ajavad, siis neile tõenäoliselt Urban Outfitters ei meeldi, kuigi siiski ostlevad paljud inimesed seal antud poe heade disainide tõttu. (Samas)

Arsel ja Thompson märgivad ka kolmanda intervjuueeritava juures samasugust retoorilist võtet, kus varjunime Eva kandev osaleja kirjeldab Apple’i iPodi turundusskeemi kui täielikult hipsteritele suunatud, omades samas ka ise iPodi. Ühtlasi kirjeldab Amy, et nähes teisi inimesi tänaval iPodidega, tõlgendab ta neid kui hipstereid. (Samas) Kaks intervjuueeritavat tõid ka eristuse hipsteri ja nimetuse „scenester“ vahel, eesti keeles oleks vasteks „skeenetaja.“ Osaline Emily kirjeldab, kuidas ta sõpradega Lanhami „The Hipster Handbook’i“ luges ning

tema ja ta kaaslased nõustused, et antud käsiraamatus ei kirjeldata mitte hipstereid, vaid just skeenetajaid. Intervjueeritava Betty sõnul on hipster keegi, kes hoolib muusikat ja liigub „indie“ skeenes, sest talle meeldib sealne muusika, lisades, et hipsterid näevad lahedad välja, poodlevad arvatavasti komisjonipoodides ja omavad sellist eetikat. Betty sõnul on aga skeenetaja keegi, kes teeb neid samu asju moe pärast ja ostab riideid Urban Outfittersi poest, makstes 200 dollarit teksapaari eest, mis on Betty jaoks jabur. Arseli ja Thompsoni järgi idealiseerib Betty hipstereid, olles sõnanud, et neil on essents defineerimaks seda, mis on lahe. Ühtlasi on osaline James hipsterluse sildistuse suhtes positiivselt meelestatud, nähes seda kui teatavat komplimenti, seletades, et ta on väikesest peale otsinud identiteeti ning kultuuriga, teadlik olemisega ja kriitilise suhtumisega sildistuse seostamine temaga ei ole kindlasti halb. (Samas: 800)

Huvitava kujutelma hipsterist manab antud uurimuses osaline Chris, kes sõnab, et Pabst Blue Ribboni õlu on ilmselt oluline nii „indie“ liikmete jaoks kui ka hipsterite jaoks. Seletab, et ta ei viitsi hipsterluse trendidega kaasas käia, sest raiskaks kogu oma elu ära. Kirjeldab, et kui istuks antud kohvikus naiste teksades, „funky“ soenguga, juues pidevalt Pabst Blue Ribbonit ja saades importkoopiaid rootsi psühhobilli folk noise („noise“ muusikažanr) muusikast, lugedes David Sedarist (ameeriklasest kirjanik ja humorist) ning vaadates obskurseid samurai-rämbs-kultusfilme, siis ei tunneks ta end enam iseendana, vaid kui kujutletud („imagined“) kultuurilise ideaalina. Lisab, et ei tunneks end enam päris inimesena. (Samas: 801)

Üheks hipsterluse osaluse enesekirjelduslikuks instantsiks on ka Utah Valley ülikooli tudengi Joshua Wartena kirjutis „Hipster Before it was Cool“, mida on refereerinud ka näiteks Varis ja Maly. Wartena tsiteerib Urban Dictionary (mainides, et Merriam-Websteri sõnaraamat vedas teda alt) hipsteridefinitiooni (mitte seda, mida käesolevas töös eelnevalt välja toodi, vaid varasemat, 2007. aastast pärinevat), mille kohaselt on hipsterid kahekümnendates ja kolmekümnendates mehed ja naised, kes väärtustavad iseseisvat mõtlemist, vastukultuuri, progressiivseid poliitilisi vaateid ning väärtustavad kunsti, „indie“ rocki, loomingulisust, intelligentsi, teravmeelset tögamist ja keelduvad peavoolu tarbijate kultuuriliselt ignorantsetest seisakutest. (Joshua Wartena 2013)

Wartena kirjutab, et antud käsitluse järgi võiks ta põhimõtteliselt ennast hipsteriks kutsuda, sest kannab riideid komisjonipoodidest, kuulab „indie“ bände, käib tervisetoidupoodides ja loeb „kunstilisi“ („artsy“) raamatuid. Lisab, et ei vaata televisiooni ega seosta ennast ameerika peavoolukultuuriga, aga pärast seda küsib, kas ta on ikkagi tegelikult hipster. Sõnab, et ta lihtsalt teeb asju, mis teevad teda õnnelikumaks ja paremaks inimeseks. Ta ei eira enda sõnutši peavoolu suhtumisi ega kannu suvaliselt komplekteeritud riietust pelgalt moe pärast, vaid seetõttu, et need peegeldavad teda ennast ja ta maailmavaadet. Wartena järgi ei ole hipsteri termin enam kirjeldus kellestki, kes väärtustab iseseisvat, progressiivset mõtlemist, kunsti ja sotsiaalsete piiride kompanist jõudmaks oma mugavustsooni. Selle asemel on tema hinnangul hipster muutunud pelgaks riietuse ja suhtumise kirjelduseks, lisades, et tegu on pelga moeliikumisega, mida ei peagi tegelikult mõistma. Samas eristab ka Wartena „päris“ hipstereid võltshipsteritest, lisades, et tõeline hipster kuulab nõ äärealamuusikat („fringe music“), irdudes kõigest, mida võib kuulda kohalikest populaarsest raadiost. Tõelised hipsterid võivad tema järgi isiklikult tunda kuulatavat bändi ja lähtuda soovist toetada kohalikke rohujuureartiste. Nad ütleksid Wartena hinnangul ausalt, et neile meeldib selline unikaalne muusika ning nad väärtustavad seda, aga kui kuulad midagi muud, siis ka see on nende jaoks sobiv. Võltshipster aga laeks tema sõnul Internetist alla The Strokesi, Muse'i või Mumford & Sonsi muusikat ning seejärel teeks teisi tarbijakultuuri toetamise eest maha. (Samas)

Cronini, McCarthy ja Collinsi toidutarbimisuuringu osalised andsid uurimuse jaoks allkirja, et neid võib kirjeldada kui „indie“ kultuuri esindajaid ja nõustusid tõrksalt, teatava vastumeelsusega endi hipsteritena klassifitseerimisega. (Cronin, McCarthy, Collins 2014: 8) Kuna tegu on kulinaarse uurimusega, ei küsitud antud uurimuses osalejate käest, kes või mis on hipster ning terve uurimuse käigus viidati neile kui hipsteritele. Osalejad ise antud puhul ühtegi käsitlust ei pakkunud, peale eelnevalt kirjeldatud toitumisharjumuste, milledest võib tuletada hipsterluse omadusi.

Osalejad kas surutakse „hipsterluse“ malli või kirjutatakse nagu Michael ja need kes indie välja rikkumise üle kurtsid, et tegu on mingi välise figuuriga, turundusterminiga, millega sildistatakse majanduslikel eesmärkidel ühte hägusalt mõistetavat gruppi. Aga jap, tegelt see

oleks tulemus küll, et osalejate endi tasandilt on hipster mingi kommertslik tarbijaidentiteet või figuur ja keegi ei nimeta end hipsteriks, sest see kantakse alati üle kellelegi teisele, keda nähakse liiga eputavana.

Seega on peamised hipsterikirjeldused ja enesekirjeldused osaleja tasandilt kahesugused. Ühest küljest ollakse, teatava reservatsiooniga, nõus end hipsterina kirjeldama, aga sel puhul tehakse eristus „päris“ ja „teiste“ või „võltside“ või „skeenetajatest“ hipsterite vahel. Teisest küljest nähakse „hipsteri“ sildistust kui negatiivset ning ollakse valmis küll teisi inimesi antud nimetusega kirjeldama, aga endi puhul pigem mitte, kuigi üldiste tunnuste poolest lahterdutaks samuti hipsterluse kategooriasse. Eristus „päris“ ja „võlts“ hipsterluse vahel loob justkui eriti range piiritluse hipsterile, mille kohaselt „päris“ hipster peaks igas võimalikus instantsis vastanduma esimeses peatükis mainitud kujuteldavale peavoolule, aga samas tegema seda nii, et see tunduks loomulik.

Projitseerides siia eelmaintud Lotmani moe käsitluse, mille kohaselt on moe psüühiline aspekt seotud eelkõige hirmuga jääda märkamatuks, mistõttu ei toitu mood enesekindlusest, vaid oma väärtuses kahtlemisest, ilmneb, et hipsterlust võib näha moevooluna, mille erilisus seisneb tähenduste mitmuses. Nagu käesolevast tööst on ilmnenu, ei ole hipsterlus seotud vaid riietusega, aga ka muusika, kunsti, suhtumiste, teadmuses olemise ja ka tarbimisharjumustega. Lotmani moekäsitluse järgi oleks hipsterlus justkui perfektne moevool, sest kogu auditorium on nõrkinud, nii osalejad ise, neid kajastav meedia, kui ka ühiskond laiemalt.

Et Lotmani järgi käib rõivastuse kultuuriruumis pidev võitlus stabiilsuse, muutumatuse taotluse ning sellele vastanduva, uudsusele ja ekstravagantsusele sihtiva suundumuse vahel, võib siinpuhul näha neid kaht suundumust kujuteldava peavoolu ja kujuteldava alternatiivsuse vastanduses. Põhimõtteliselt on tegu Lotmani kirjeldatud suundumuste kehastusega. Kehastusega selles mõttes, et kuigi peavoolu ja alternatiivi loogikalisest vaatevinklist ei eksisteeri, leiavad nad manifestatsiooni kujutlustena millestki, mille kaudu saab hipsterluses osaleja ennast iseenda silmis autentsemaks teha.

## III HIPSTERLUSE TASANDITE SUHTED

### 3.1. Objekti ja kirjelduse suhe

Eelnevast tulenevalt võib väita, et hipsterlus ilmneb erinevate tasandite omavahelisel koosmõjul. Ühest küljest on tegu konstruktiga, mis põhineb varasematel mõistetel, eelkõige „hip“ olemine ja subkultuursus. Teisalt ei leidu tema tõelist „füüsilist“ kehastust põhimõtteliselt mitte kuskil ning isegi „praktiseerijate“ või osaliste tasandil nähakse hipsterit üldiselt kellegi teisena ehk tüüpilise kultuurilise „teisena“, kellel läbi ennast mõtestatakse ja positsioneeritakse.

Seega eksisteerib hipsterlus tegelikkuses vaid teoreetilisena. Osaleja tasandilt vaadates tajutakse teda kui negatiivset sildistust. Meedias ja kultuuris ilmneb teatav hipsteri figuur kui keegi lõputult autentsust taga ajav noor inimene, kes asetatakse tihtipeale subkulturalisti konteksti ja seotakse seeläbi teiste subkultuuridega. Hipsterluse akadeemiliste uurijate kirjelduses leiab hipster igas käsitluses uue kategoriseeringu: säilitajatekultuur, turuplatsimüüt, mugav õlgmehelik vastandamismehhanism, kihiline polütsentriline translokaalne mikropopulatsioon, elustiil või üks professionaalse keskklassi mängitavatest staatusemängudest.

Asetades hipsterluse objektiks ning vaadeldes selle kirjeldusi ilmneb, et kirjeldus ise ongi objekt. Erinevate kirjelduste vaatlemisest ilmnevad teatavad tunnused, milledega hipsterlust seostatakse ja millede kaudu omistatakse kellelegi või millelegi hipsterlik omadus või iseloom. Samas varieeruvad ka need tunnused pidevalt ja nende taga ei leidu kedagi, kes neid päriselt omaks võtaks. Kui ka võetakse omaks, luuakse samaaegselt ka uus kirjeldus, eristamaks „päris“ ja „võlts“ kehastusi, aga nende kohaselt oleks peaaegu võimatu kellelgi „päris“ hipster olla, sest antud „tõelise“ hipsteri näol on tegu pigem teoreetilise objektiga.

Läbi teatavate piirkondade seostamise hipsteritega kandub see tinglikult mõistetav hipsteri kuvand üle ka ruumikäsitlusele. Selles situatsioonis kujuneb hipsterist eelkõige gentrifikatsioonitooja, mida, nagu Bozzi kirjeldas, saavad uus- ja ümberarendajad (pigem viimased) ära kasutada piirkonnale prestiiži andmiseks. (Bozzi 2015: 202) Tõenäoliselt on see antud arendajate jaoks vahend teatud piirkonna meeldivaks või tuttavaks tegemiseks sihtgrupile, keda nad näevad hipsterite kirjeldustes. Ülejäänud ruumilist tüüpi kirjelduste puhkudel muutub hipster põhimõtteliselt palju noori loominguilisi inimesi sisaldava paiga märksõnaks. Kokkuvõttes seostatakse Kalamaja hipsteritega sellepärast, et antud piirkonda on viimaste aastate jooksul kolinud suur hulk noori haritud loominguilisi inimesi. Seda on kajastatud ja võimendatud meedias ja seekaudu on leidnud Kalamaja hipsterlus väljenduse ka linnaplaneerimise ja arendamise tasandil.

Üheks täheldatavaks mehhanismiks hipsterluse erinevate tasandite juures on ka üleüldine segadus ja kirjelduste tinglik määratlusviis. Näiteks ajakirjanduses leiab hipsterluse terminit nii kunstiarvustustes, kultuuriajakirjades, „kollases“ meedias, kui ka hipsteri defineerimisele pühendatud artiklites (ja sümposiumitel). Segadust väljendavad, näiteks n+1 puhul, lõputud arutelud hipsterluse olemuse ja selle erinevate ilmingute üle, mis oma ürituses pea kõike hõlmata kas ei jõua järeldusteni või laskuvad negatiivsesse „hipsterid kui ärahellitatud noored“ kirjeldusmalli. Eesti lehtedest refereeritud artiklid lisavad negatiivsesse kajastusse idee „sisututest“ noortest.

### **3.2. Uuriija ja uuritava suhe**

Melliku ja Vaheri juhtum pakub hea näite iseloomustamiseks üht tüüpi uurija ja uuritava positsiooni hipsterluses. Kuna hipsterlus esineb peaaegu eranditult kirjeldustes, mistõttu ei saa subkultuuriuurijad objektile „ligi“, toimub põhimõtteliselt „kirjelduste“ ümberkirjeldamine, mida teostatakse antud juhul subkultuuriuurijate vaatevinklist. Kuna Melliku artiklis sõna võtavad Ventsel ja Vihma lähtuvad eelkõige endi kui uurijate vaatevinklist, kellel justkui oleks

õigus ja lasuks kohustus subkultuure kirjeldada, teevad nad seda subkultuuriteooriate vaatevinklist. See tähendab, et nad projitseerivad hipsterluse varasematele kirjeldustele oma teadmised erinevatest subkultuuridest ja jõuavad seeläbi tegelikult sellesama kujutluseni, mis nagunii juba kultuuris eksisteerib. Nad ei taba ära hipsterluse „tõelise“ kehastuse puudumist ja selle asemel loovad taas ühe konstrukti, asetades selle sisse kõik noored inimesed, kes neile segadust tekitavad.

Teine uurija ja uuritava positsiooni tüüp hipsterluses on juba eelmises peatükis väljatoodud otsene surumine „hipsterluse“ nimetusse, allkirja ja vastumeelse tunnistusega., nagu toitumisharjumuste näite puhul. Teise tüübi alla paigutub ka Arseli ja Thompsoni uuringust selgunu ehk uuritavate asetamine hipsterluse konteksti, kuigi nad ise end hipsteriteks ei nimeta. Tarbijauuringute kontekstis on muidugi selline suhtumine mõnevõrra mõistetav, sest nende otsene eesmärk on uurida eelkõige tarbimisharjumusi, mistõttu täpne grupikuuluvuse käsitus on nende jaoks pigem teisejärguline. Ühtlasi seletab see, miks nende teoreetiline raamistik lähtub pea iga uurimuse puhul Bourdieu’st. See võimaldab neil seletada autentsuse mehhanismi olemasolu uuritavate harjumustes, seostades autentsuse kultuurilise ja sotsiaalse kapitali kogumise ning seeläbi kõrgema staatuse pälvimisega. Hipsterluse puhul tähendab selline lähenemine aga pigem näilise uurimisobjekti konstrueerimist nimetuse taha. See tähendab, et uurijad loovad nimetusest lähtudes objekti, mille sisse saab seejärel uuritavaid asetada.

Ülejäänud uurija ja uuritava suhte variandid jäävad siinpuhul taas kirjeldustesse ehk eksisteerivad vaid uurija vaatevinklist, kes loob oma metakuvandi ning asub seda kirjeldama ja sobitama oma süsteemi, nagu näiteks Schiermer, Perry ja Vihma.

### **3.3. Hipsterluse ja subkultuursuse allsüsteemi suhe**

Subkultuursuse kui kultuuri allsüsteemi vaatevinklist eksisteerib hipsterlus kui ühe subkultuuri, see tähendab ühe kirjeldusliku objekti, kehastus. Ta vajab tingimata oma

eksistentsiks kogu ülejäänud allsüsteemi ja temas peituv näiline segadus on talle olemuslikult omane, sest on tugevalt seotud moe kontseptiga. Hipsterlus on objekt, mille kättesaamatus, mittemõistmine, on tema essentsiks. Lähtudes Lotmani moekäsitlusest töötab hipsterluski erinevaid elemente sisselülitava ning teataval määral kaost loova protsessina, mis on nimetamisprotsessi tulemusel asetatud subkultuursuse allsüsteemi. Hipsterlus moevooluna töötab ideaalina, mis lülitab endasse kõikvõimalike erinevate stiilide asünkroonse segamise kui tähendusloomeprotsessi. Näidetena erinevatest „sisselülitatud“ elementidest võib tuua „nohiku“ figuuri, kust pärinevad suureaamilised prillid, töölistklassiga seostatavad esemed, nagu rekkamehemüts ja teatud õllebrändid, või Ventseli kirjeldatud varasemate subkultuuride esteetikate ülevõtmise. Neid elemente on veel ja tõenäoliselt leitakse neid ka pidevalt juurde, sest nende koguarv on piiritletud ilmselt vaid kujutlusvõime piiriga. Hipsterluses segatakse kirjelduste kohaselt kõik need erinevad elemendid kokku ning esitatakse seda individuaalse autentse stiilina.

Selline hipsterifiguur on aga saanud tekkida vaid erinevate tasandite kirjelduste omavahelisel läbikäimisel. Kaasaegse hipsterluse alguspunkti on võimatu täpselt positsioneerida, sest ta tekkis vaid kirjelduses ehk mingisugust moodi (kõige laiemas mõistes) hakati järk-järguliselt kirjeldama hipsterlikuna, seda nii praktikute tasandil, meedia tasandil ning hiljem ka uurijate tasandil. Uurijate tasandile jõudis ta mõnevõrra hiljem seetõttu, et subkultuuri mõiste oli juba kultuuris hipsterluse enne ära lahterdanud. Nagu mõtiskles Ventsel, on hipsterid toonud erinevate subkultuuride elemendid massidesse. See viitab peamiselt tõsiasjale, et erinevad 20. sajandi jooksul kirjeldatud subkultuurid on omandanud ühiskonnas teatava austusväärse staatuse, mis on toonud kaasa nende taaskord kasutusele võtmise ja teatava übermõtestamise. Selles protsessis saab näha ka üht ilmingut Lotmani kirjeldatud tsentri-perifeeria suhtest, kus semiootilised struktuurid liiguvad perifeeria ja tsentri vahel, aeg ajalt tsentrisse jõudes pretsedente seades ja kultuurisfääris keskseks saades ning hiljem taas taandudes. (Lotman 2005: 211-212)

Teises peatükis näidati ka, et hipsterlus levib üsna hõlpsalt paljudes erinevates Läänemaailma osades. Ühest küljest võib seda seletada taaskord hipsterluse kujutlusena justkui „kättesaamatu“, pidevas püüdluses oleva nähtusega. Teisalt võib seda seletada ka

informatsiooni kiire liikumisega kaasaegses globaliseerunud maailmas, mistõttu levivad ideed ja figuurid erinevates piirkondades suureneva kiirusega. Seega võidakse näha hipsteritekirjeldustes midagi äratuntavat oma vahetust keskkonnast, misjärel asetatakse ka selles vahetus ruumis leiduv hipsterluse konteksti. Kolmanda seletuse saab võtta subkultuuride olemusest, millel on tihtipeale kalduvus levida oma tekkepiirkonnast ka teistesse piirkondadesse, segunedes uutes kontekstides kohalike ideede ja tavadega. Näitena sellisest tendentsist teiste subkultuuride puhul võib tuua Allaste kogumikus leiduvatest artiklitest Eesti subkultuuridest, kus kirjeldatakse muuhulgas kohalikke punkareid (Turk 2013), metalliste (Araste 2013), mootorrattureid (Altermann, Maripuu 2013) ja hip-hopi järgijaid (Kobin 2013). Pea igal puhul kohandati mujal tekkinud subkultuur kohaliku olukorra jaoks. Punk subkultuuri puhul võeti brittidelt üle muusika, esteetika ja mässumeelsuse ideoloogia, aga selle mässumeelsuse sihtmärgiks sai vasakpoolne kommunistlik valitsus. Briti punkarid olid aga ideoloogiliselt olnud just pigem vasakpoolsed.

Hip-hopi puhul toob Kobin välja Rakveres tekkinud „pätiräpi“, mille osalejad sobitasid teadlikult kohaliku keskkonnaga, sest, Kobini sõnul, ei sobinud osaliste arust gängstaräpi nimetus Eesti konteksti, kuna „siin ei ole getot ega gängstereid sellisel kujul nagu näiteks USA“ (Kobin 2013: 173) Ühendriikide gängstaräpist võeti üle väljendusviis ja kesksed mõisted, mis seejärel kohandati ümbruskonnale.

Araste artiklist jääb mulje, et Eesti metallistide subkultuuri näol on tegu pigem osaga suuremast, globaalsest skeenest ehk kohalikku märgatavat eripära ei ole tekkinud. Samas võib täheldada teataval määral kohandamist muuhulgas selliste bändide nagu Tharaphita, kes viljelevad „pagan metali“ nime kandvat žanri, ja Metsatölli, kes mängivad folk metalit, puhul. Antud bändid kasutavad elemente eesti mütoloogiast ja folkloorist, segades seda „metali“ muusikažanriga. Üldises vaatevinklis ei ole tõenäoliselt folkloori ja mütoloogia segamine „metaliga“ küll siinsele skeenele ainuomane, aga spetsiifiliselt eesti elementide kasutamises saab teatavat kohandamist siiski näha. Mootorratturite puhul täheldasid uurijad, kuidas esteetika poolest võeti üle Ühendriikide „outlaw“ mootorratturikultuur, aga sisu poolest jäädigi pigem rahumeelseteks ning ei hakatud tegelema kriminaalsete tegevustega, nagu mitmed

tuntud Ühendriikide (nt. Põrguinglid) klubid. Peamiseks väljenduseks jäi lihtsalt Läänest ostetud mootorratta omamine ja nendega üheskoos ringi sõitmine.

Võrreldes hipsterluse kohandamist teiste subkultuuride kohandamisega ilmneb, et ootuspäraselt toimub hipsterluse kohandamine samasuguste mehhanismide kaudu, millede kaudu hipsterluse loomine toimub mujalgi. See tähendab, et mingisugustele inimestele, kohtadele, stiilidele, käitumustele ja muule omistatakse hipsterluse omadus pigem meelevaldselt ning kirjelduse käigus ja kirjelduste kaudu, mitte konkreetsete praktikate (nagu mootorratturite puhul üheskoos sõitmine näiteks ja mootorratta omamine), ideoloogiate või kunstistiilide ülevõtmise ja „omaks“ tegemise kaudu.

Kui ülejäänud tasanditel on hipsterluse omaduseks segaduse külvamine, siis kultuuri enesekirjelduse vaatevinklist töötab ta pigem enesekorrastusmehhanismina. Kui eeldada, et kultuuris leidub hoomamatu hulk võimalusi tähendus- ja kategoriaaloomeks, siis hipsterlus on praegusel momendil see, mille kaudu kultuur üht iseenda allsüsteemi mõtestab. Hipsterlus on loonud kaosest teatava süsteemi, mis võib näiliselt tunduda mõistetamatu või kättesaamatu, kuid kõige laiemast perspektiivist kannab endas informatsiooni kultuuri nüüdisaegse olemuse kohta. Ta funktsioneerib korrastusmehhanismina, sest on kujunenud teatavas ajas ja ruumis eksisteerivate kultuuriprotsesside koondnimetuseks ja tõenäoliselt saab temast tulevikus ka üks kirjelduslik kontsept, millega nüüdisaegset ehk 21. sajandi alguse Läänemaailma kultuuri tugevalt seostatakse. Arvatavasti saab hipsterist tuleviku vaatevinklist praeguse noortekultuuri põhiline sümbol.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva magistr töö eesmärgiks oli uurida hipsterluse nähtust ja pakkuda seletusi antud nähtuse iseäralikele omadustele. Terminit „hipster“ ja selle eesliidet, omadussõna „hip“ on ajaloo jooksul kasutatud erinevate nähtuste kirjeldamiseks. Käesoleva töö peamiseks uurimisobjektiks oli kaasaegne ehk viimase millenniumivahetuse paiku ilmnenud hipsterluse fenomen. Üldiselt asetatakse hipsterid subkultuuride hulka. Kuna üheks hipsterlusega seostatavaks omaduseks on tõsiasi, et üldiselt ei eelistata end hipsteriks nimetada, asetati uurimuse fookuseks hipsterluse kirjeldused ja enesekirjeldused. Esimeses peatükis, pealkirjaga „Subkultuursus ja töös kasutatavad mõisted“, pakuti, ühendades tunnustatud subkultuuriteoreetikute ideed Juri Lotmani semiootikaga, välja subkultuurianalüüsimeetod, mille kaudu võiks avada hipsterluse semiootika spetsiifika. Antud meetodist tulenevalt jagati uurimismaterjal kolme tasandi vahel: uurijate ja nimetamise tasand, meedia ja kultuurisisesse kujutamise tasand ning osalejate tasand.

Töö põhiliseks lähtehüpoteesiks oli, et hipsterlus luuakse eelkõige läbi kirjelduste, millest tulenevalt saab ta eksisteerida vaid teoreetilisena, ilma „päris“ kehastuseta.

Töös lähtuti kolmest peamisest uurimisküsimusest:

### 1. Milline on hipsterluse enesekirjelduse spetsiifika?

Töös ilmnes, et hipsterluse enesekirjeldus ilmneb vaid kolme väljatoodud tasandi koosmõjul. Ühest küljest ei leidu kedagi, kes ennast vabatahtlikult hipsterina identifitseeriks või nendel puhkudel tehakse eristus „päris“ ja „võlts“ hipsterite vahel. Ka antud puhkudel ilmneb hipsterlus kättesaamatu ideaalina, sest „päris“ hipster esineb niivõrd keeruka konstruktina, et ükski inimene ei saaks seda tõeliselt kehastada. Teisalt on hipster seotud tugevalt subkultuuri mõiste endaga, mis väljendub „autentsuse“ mõiste pidevas seostamises hipsterlusega ning vahel ka kirjeldatavas teistest subkultuuridest konkreetsete elementide ülevõtmises.

## 2. Missuguste semiootiliste protsesside kaudu hipsterlus luuakse?

Hipsterlus luuakse peamiselt läbi teatava figuuri kirjeldamise. Antud figuur seotakse teatavate tarbimisharjumuste, riietusstiili, käitumise ja kunstieelistustega. Erinevates piirkondades võivad need väljenduda ka erinevalt ehk eksisteerivad nii globaalsed, kui ka lokaalsed hipsteri figuuriga seostatavad elemendid.

## 3. Kuidas võiks J. Lotmani kultuuri allsüsteemi mõistet rakendada subkultuurianalüüsis?

Käesolevas töös üritati luua lähtuvalt allsüsteemi mõistest subkultuuri käsitlus, mis võimaldaks näha subkultuursust kui üht kultuuri allsüsteemi, mille üheks kehastuseks on hipsterlus. Seejärel üritati rakendada antud käsitlust hipsterluse kui subkultuuri analüüsis. Ilmnes, et lotmanliku lähenemise kohaselt tuleks subkultuurianalüüsis vaadelda osalise ja uurija positsioone võrdsetena. Mõlemad omavad samavõrd olulist rolli subkultuuriloomes. Lähtuvalt erinevatest subkultuuriteooriatest ja ka hipsterluse olemusest lisasin aga siia ka eraldi positsioonina „meedia ja kultuuri“ tasandi.

Antud uurimisteema väärrib kahtlemata ka edasist tähelepanu. Suuresti käsitlemata jäid erinevate subkultuuriliste gruppide omavahelised kujutlused ja suhted. Näiteks võiks vaadelda hipsteri figuuri vastandatuna „ossidele“ (seotud ka terminitega „rullnokk“ ja „jõmm“), mis on ühtlasi väheuuritud teema Eesti subkultuuriuuringute maastikul, kuid mis omab teatud sarnasusi „hipsteri“ termini kasutusega. Eelkõige on nendeks sarnasusteks negatiivsed, halvustavad konnotatsioonid, mis „ossi“ puhul oleksid tõenäoliselt isegi tugevama tähenduse ja vastureaktsiooniga. Lisades siia ka teiste kodumaiste subkultuuride käsitlused, nagu „emod“ või käesolevas töös põgusalt käsitletud „punkarid“, „hip-hopparid“ jt, saaks kaardistada subkultuurilist olukorda Eestis ja uurida neile ühiseid tähendusloomemehhanisme. Ühtlasi saab ka nende puhul kohandamist vaadelda, võtteks kasutusele näiteks globalisatsiooni mõiste, sest näiteks „osside“/„rullnokkade“ puhul levivad teistes keeltes mõneti sarnaste nähtuste kohta nimetused „chav“ (Inglismaal), „ned“ (Šotimaal), „gopnik“ (Venemaal), „teppista“ (Itaalias) jpt.



## KASUTATUD KIRJANDUS

**Allaste, Airi-Alina** 2013. Subkultuuride Sotsiaalteaduslikust Käsitlusest – Hälbivast Allkultuurist Skeene, Uushõimu ja Elustiilini, Airi-Alina Allaste (toim.), *Subkultuurid, Elustiilide Uurimused*, Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus, 27-56.

**Araste, Lii** 2013. Eesti *Metal*-Subkultuur – Areng ja Kommunikatsioon Läbi Aastate, Airi-Alina Allaste (toim.), *Subkultuurid, Elustiilide Uurimused*, Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus, 119-141.

**Arsel, Zeynep; Thompson, Craig J.** 2011. Demythologizing Consumption Practices: How Consumers Protect Their Field-Dependent Identity Investments from Devaluing Marketplace Myths, *Journal of Consumer Research*, 37:5, 791-806.

**Bennett, Andy** 1999. Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship Between Youth, Style and Musical Taste, *Sociology*, 33:3, 599-617.

**Bennett, Andy** 2014. Reappraising „Counterculture“, *Volume ! [Online]*, 9:1.

**Blommaert, Jan; Varis, Piia** 2011. Enough is Enough: The Heuristics of Authenticity in Superdiversity, *Tilburg Papers in Culture Studies* 2.

**Bozzi, Nicola** 2015. From Metaphysics to Metadata: Tagging as a Social Practice, Wouter de Been, Payal Arora, Mireille Hildebrandt (toim.), *Crossroads in New Media, Identity and Law. The Shape of Diversity to Come*, New York: Palgrave Macmillan, 197-218.

**Bourdieu** 1996. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

**Clayton, Jace** 2010. Vampires of Lima, Mark Greif, Kathleen Ross, Dayna Tortorici (toim.), *What was the Hipster? A Sociological Investigation*, HarperCollins e-books, 29-33.

- Crewe, Louise; Gregson, Nicky; Brooks, Kate** 2003. The Discursivities of Difference. Retro Retailers and the Ambiguities of „the Alternative“, *Journal of Consumer Culture*, 3:1, 61-82
- Cronin, James M.; McCarthy, Mary M.; Collins, Alan M. (2014)** Covert distinction: how hipsters practice food-based resistance strategies in the production of identity, *Consumption Markets & Culture*, 17:1, 2-28.
- D. Gilson** 2016. Buddy Holly Glasses, Tube Socks, and Angst: Hipster Boyhoods in Moonrise Kingdom, *Quarterly Review of Film and Video*, 33:1, 83-95.
- Ehrlich, Brenna; Bartz, Andrea** 2010. *Stuff Hipsters Hate. A Field Guide to the Passionate Opinions of the Indifferent*, Ulysses Press.
- Eco, Umberto** 1994. Does Counter-Culture Exist? Robert Lumley (toim.), *Apocalypse Postponed*, Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 115-128.
- Frank, Thomas** 1998. *The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Gelder, Ken** 2006. *Subcultures: Cultural Histories and Social Practice*, Taylor and Francis e-Library.
- Gothie, Sarah C.** 2015. Stag Head Matriarchy, *Home Cultures, The Journal of Architecture, Design and Domestic Space*, 12:1, 5-28.
- Greif, Mark** 2010. Epitaph of the White Hipster, Mark Greif, Kathleen Ross, Dayna Tortorici (toim.), *What was the Hipster? A Sociological Investigation*; 98-118. HarperCollins e-books.
- Greif, Mark; Ross, Kathleen; Tortorici, Dayna** 2010. *What was the Hipster? A Sociological Investigation*, HarperCollins e-books.
- Hebdige, Dick** 2002: *Subculture: the Meaning of Style*, Taylor and Francis e-Library.

- Horning, Rob** 2010. The Death of the Hipster, Mark Greif, Kathleen Ross, Dayna Tortorici (toim.), *What was the Hipster? A Sociological Investigation*, HarperCollins e-books, 57-61.
- Hill, Wes** 2017. *Art after the Hipster. Identity Politics, Ethics and Aesthetics*, Cham, Šveits: Springer International Publishing AG.
- James, David E.** 2009. L.A.'s Hipster Cinema, *Film Quarterly*, 63:1, 56-67.
- Jenks, Chris** 2005. *Subculture. The Fragmentation of the Social*, London: SAGE Publications.
- Kobin, Maarja** 2013. Globaalse Subkultuuri Avaldumine Eestis: Hiphop-Kultuur Rakveres, Airi-Alina Allaste (toim.), *Subkultuurid, Elustiilide Uurimused*, Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus, 164-194.
- Lanham, Robert** 2003. *The Hipster Handbook*, New York: Anchor Books.
- Leland, John** 2005. *Hip: The History*, HarperCollins e-books.
- Lotman, Juri** 1999. *Semiosfäärist*, Tallinn: Vagabund.
- Lotman, Juri** 2001. *Kultuur ja Plahvatus*, Tallinn: Varrak.
- Lotman, Juri** 2010. „Kultuuri Õpetamise“ Probleem kui Tüpoloogiline Karakteristik, *Kultuuritüpoloogiast*, Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 60-71.
- Lotman, Juri** 2016. *Kultuurisemiootika*, Tallinn: Tänapäev.
- Lotman, Juri** 2005. On the semiosphere, *Sign system studies*, 33.1; 205-229.
- Lotman, Juri; Ivanov, Vjatšeslav; Pjatigorski, Aleksander; Toporov, Vladimir; Uspenski, Boriss** 2013. Kultuurisemiootika Teesid (Slaavi Tekstidest Lähtuvalt), *Kultuurisemiootika Algus*, Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 105-126.
- Maffesoli, Michel** 1996. *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society*, London: SAGE Publications Ltd.

- Muggleton, David** 2002. *Inside Subculture. The Postmodern Meaning of Style*, Oxford: Berg.
- Perry, Forrest** 2013. The Class Dimension of Hip Rebellion, *Rethinking Marxism*; 25:2, 163-183.
- Polsky, Ned** 1967. *Hustlers, Beats, and Others*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Roszak, Theodore** 1969. *The Making of a Counter Culture. Reflections on the Technocratic Society and Its Youthful Opposition*, Garden City, New York: Anchor Books.
- Schiermer, Bjørn** 2013. Late-Modern Hipsters: New Tendencies in Popular Culture, *Acta Sociologica*, 1-15.
- Thornton, Sarah** 2013. *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press.
- Turk, Pirjo** 2013. Eesti Punk – Miilitsast Presidendini, Airi-Alina Allaste (toim.), *Subkultuurid. Elustiilide Uurimused*, Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus, 79-118.
- Vihma, Peeter** 2013. Hipsterid – Vastukultuurist Elustiiliks, Airi-Alina Allaste (toim.), *Subkultuurid. Elustiilide Uurimused*, Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus, 57-78.
- Varis, Piia; Maly, Ico** 2015. The 21st-Century Hipster: On Micro-Populations in Times of Superdiversity, *European Journal of Cultural Studies*, 1-17.
- Vertovec, Steven** 2007. The Emergence of Super-Diversity in Britain, *Ethnic and Racial Studies*, 30:6, 1024-1054.
- Yinger, J. Milton** 1960. Contraculture and Subculture, *American Sociological Review*, 25:5, 625-635.

## **Internetiallikad**

**Eesti Rahvusringhääling** 2016. *Hipsteri põiku Põhja-Tallinna ei tule, küll aga Kalma tänav.*

Kättesaadav: <https://www.err.ee/562398/hipsteri-poiku-pohja-tallinna-ei-tule-kull-aga-kalma-tanav> (10.04.2018)

**Einmann, Andre** 2016. *Kalamaja tänav võib saada nimeks Hipsteri põik.*

<https://tallinn.postimees.ee/3658177/kalamaja-tanav-voib-saada-nimeks-hipsteri-poik>  
(10.04.2018)

**hopsterbeer.ee. Tooted.** Kättesaadav: <http://www.hopsterbeer.ee/beers/> (14.05.2018)

**Jõevere, Kristjan** 2017. *Telliskivi loomelinnak ajas tsiklinaised minema: hipsterid kardavad*

*mootorrattaid ja iseteadlikke daame.* Kättesaadav:

<http://publik.delfi.ee/news/mitmesugust/telliskivi-loomelinnak-ajas-tsiklinaised-minema-hipsterid-kardavad-mootorrattaid-ja-iseteadlikke-daame?id=80289704> (10.04.2018)

**Kumar, Archana; Carr, James** 2010. *Hipster Hitler.* Kättesaadav: <http://hipsterhitler.com/>

(10.04.2018)

**Kurjam** 2014. *Kalamaja Hipster.* Kättesaadav: <https://kurjam.bandcamp.com/track/kalamaja-hipster>

(21.05.2018)

**La Carmina** 2018. *La Carmina's Tips on visiting hipster city Tallinn.* Kättesaadav:

<https://www.visitestonia.com/en/why-estonia/la-carminas-tips-on-visiting-hipster-city-tallinn>

(10.04.2018)

- Mailer, Norman** 2007. *The White Negro (Fall 1957)*. Dissent Magazine. Kättesaadav: [https://www.dissentmagazine.org/online\\_articles/the-white-negro-fall-1957](https://www.dissentmagazine.org/online_articles/the-white-negro-fall-1957) (12.02.2018)
- Mellik, Juhan** 2014. „Hipsterite ainus soov on eristuda ja silma paista.“ Õhtuleht. Kättesaadav: <https://www.ohtuleht.ee/562075/hipsterite-ainus-soov-on-eristuda-ja-silma-paista-> (02.05.2018)
- Mister Ay Cee** 2013. *Hipster*. Urban Dictionary. Kättesaadav: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Hipster> (10.05.2018)
- Reuben Dangoor** 2011. *Being a Dickhead's Cool*. Kättesaadav: <https://www.youtube.com/watch?v=IVmmYMwFj1I> (08.04.2018)
- Skyscanner** 2014. *The 20 most hipster neighbourhoods in the world*. Kättesaadav: <https://www.skyscanner.net/news/20-most-hipster-neighbourhoods-world> (10.04.2018)
- Sander, Maris** 2010. *Hipster – linna cool'im tüüp*. Kättesaadav: <http://ekspress.delfi.ee/kuum/hipster-linna-coolim-tuup?id=27680859> (18.04.2018)
- Vaher, Berk** 2014. *Berk Vaher: hipsterihirmul on väikesed silmad*. Kättesaadav: <https://www.err.ee/507055/berk-vaher-hipsterihirmul-on-vaikesed-silmad> (02.05.2018)
- Ventsel, Aimar** 2017. *Aimar Ventsel: miks me ei armasta hipstereid*. Kättesaadav: <https://www.err.ee/650963/aimar-ventsel-miks-me-ei-armasta-hipstereid> (02.05.2018)
- Wartena, Joshua** 2013. *Hipster Before It Was Cool*. UVU Review. Kättesaadav: <https://www.uvureview.com/recent/opinions/hipster-before-it-was-cool/> (14.05.2018)
- Õigus, Sander** 2017. *Kolmeraudne: Standup - Sander Õigus*. Kättesaadav: <https://tv3play.tv3.ee/sisu/kolmeraudne/821823> (10.04.2018)

## **SUMMARY**

The aim of the present master's thesis, titled „Hipsterism as an Object and Embodiment of the Subsystem of Culture: a Lotmanian Approach to Subculture“, is to study the main semiotic processes in the descriptions of hipsters and hipsterism. The word „hipster“ is derived from the adjective „hip“, which signifies „being in the know.“ The first iteration of hipsterism comes from the jazz culture in the United States during the 1930s and 1940s, when followers of the jazz scene in large cities were described as „hipsters“, which at that time was derived from the opposition of „hip“ and „square“ („hip“ people being „in the know“ and „squares“ outside it). Although the term did not vanish after that particular Jazz subculture ended, and it was used in relation to other cultural movements as well (beatniks, hippies and hip-hop for example), it resurfaced as a subculture of its own during the final years of the 20th Century.

The new iteration of hipsters are usually described as young, creative people who are interested in art, „indie“ culture and other subcultures. One of the most important characteristics ascribed to the modern hipster is that no one really identifies themselves as a hipster. Following from this, a method was created in the present thesis, using theories and ideas about the construction of subcultures from renowned subculture researchers (Dick Hebdige, Ken Gelder, Sarah Thornton, David Muggleton, Andy Bennett), and connecting those ideas with Yuri Lotman's notion of subsystems in a wider culture. As a result of this synthesis, a three-level approach was created, focusing on: 1) the level of the researcher and theorist; 2) the level of media and cultural depiction; 3) the level of practitioners or those who would seemingly fall under the description of a hipster.

Across all three levels, the focus was on how hipsters are described and positioned. It emerged that all three levels function in relation to one another, and the figure of the hipster is created through the interplay of the descriptions on these three levels. Perhaps the most important concrete finding in this thesis was that on the level of the practitioners, the same descriptions and figures of hipsters are used, as on the level of media and cultural depiction. The difference being that several practitioners would, in those cases where they considered admitting to being a hipster, create two different constructs of the hipster: the „real“ and the

„fake.“ However it also emerged that in these cases, in order to exhibit the characteristics of a „real“ hipster, a person would have to oppose oneself to the imagined „mainstream“ in such a severe degree of opposition, that they would probably be seen as anti-social rather than a member of a subculture.

Therefore, it was concluded that hipsterism is a notion that exists only as a theoretical and descriptive construct, without any „physical“ or „real“ embodiment. From the point of view of the subsystem of subculturality, hipsterism works as a way of categorizing certain sets of features, habits, preferences and characteristics that modern youth exhibit and that are not entirely dissimilar to characteristics generally applied to subcultures.

## LISAD

Lisa 1. **Shepard Fairey**. Obama „HOPE“ poster.



Lisa 2. Karl-Alari Varma twitterikonto @KarlAlariVarma ainus postitus 5. aprillil 2018



The image shows a screenshot of a tweet from Karl-Alari Varma (@KarlAlariVarma) posted on April 5, 2018, at 2:48 AM from Tallinn, Estonia. The tweet text is in Estonian and discusses a sign for a law firm. The tweet has 2 retweets and 77 likes. The interface includes a 'Follow' button and a dropdown arrow.

**Karl-Alari Varma**  
@KarlAlariVarma

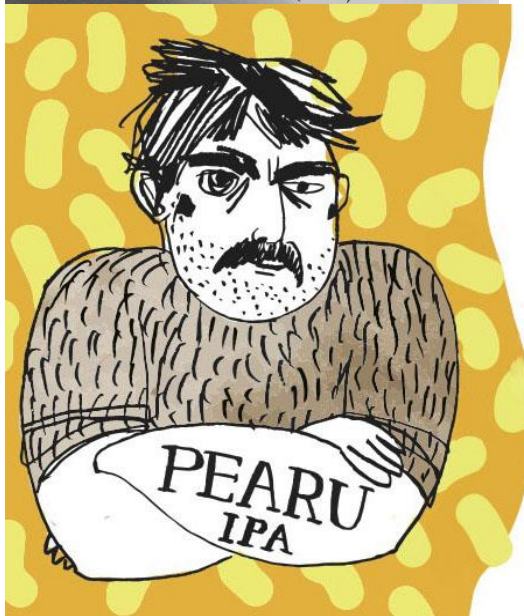
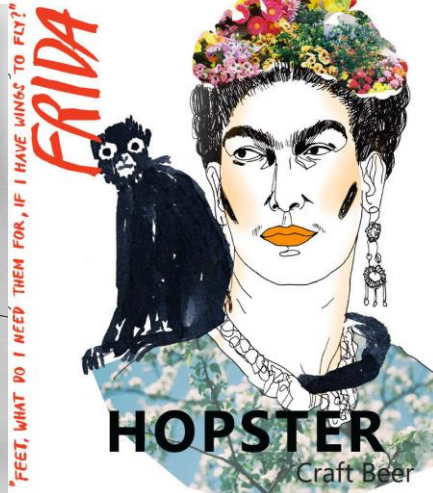
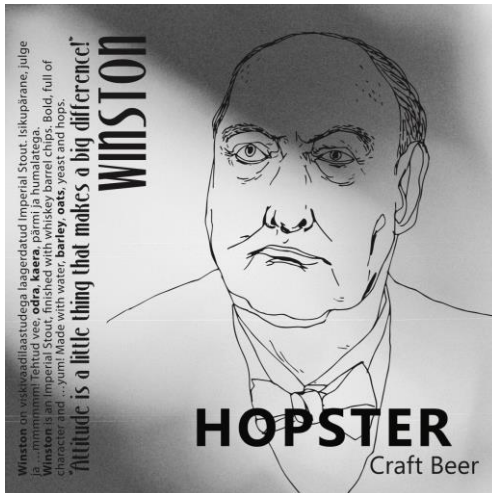
Follow

Lugesin sildilt just "Avokaadobüroo" ja olin umbes 5min hipsterite peale pahane, enne kui mõistsin, et tegu oli juristidega.

2:48 AM - 5 Apr 2018 from Tallinn, Estonia

2 Retweets 77 Likes

2 77



## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Martin Mäesalu (sünnikuupäev: 13.08.1991)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Hipsterlus kui subkultuurse allsüsteemi objekt ja kehastus: lotmanlik lähenemine subkultuurile,“ mille juhendaja on Tiit Remm,

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 22.05.2018.