

Univerzita Pardubice  
Fakulta filozofická

Hipster - moderní subkultura  
Barbora Fundová

Bakalářská práce

2019

Univerzita Pardubice  
Fakulta filozofická  
Akademický rok: 2017/2018

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Barbora Fundová**  
Osobní číslo: **H15502**  
Studijní program: **B6107 Humanitní studia**  
Studijní obor: **Humanitní studia**  
Název tématu: **Hipster - moderní subkultura**  
Zadávací katedra: **Katedra věd o výchově**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Bakalářská práce bude zaměřena na problematiku subkultur mládeže. Konkrétně se bude zabývat moderní společenskou subkulturou, jejíž příslušníky označujeme jako hipstery. Bude se snažit přiblížit jejich specifický způsob myšlení, styl života, ale i to, jak se tato subkultura projevuje v hudbě, módě a dalších kulturních aspektech. Cílem je kvalitativní popis současného stavu této vybrané skupiny lidí. Sběr dat bude probíhat pomocí rozhovorů s lidmi, kteří se s tímto stylem života ztotožňují.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

518, Vladimír a Karel VESELÝ. Kmeny: [současné městské subkultury. V Praze: Bigg Boss & Yinachi, 2011. ISBN 978-80-903973-2-3.

GELDER, Ken. Subcultures: Cultural Histories And Social Practice. Routledge, 2007. ISBN 9780415379526.

SMOLÍK, Josef. Subkultury mládeže: uvedení do problematiky. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2907-7.

KENZEY, Jake. The Sacred and the Profane: An Investigation of Hipsters. John Hunt Publishing, 2012. ISBN 9781780990354.

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Tomáš Retka**

Katedra sociální a kulturní antropologie

Datum zadání bakalářské práce: **1. dubna 2018**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. června 2019**



prof. PhDr. Karel Rýdl, CSc.  
děkan



L.S.



Ing. Jaroslav Myslivec, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 27. listopadu 2017

## **ANOTACE**

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku subkultur mládeže. Konkrétně se zabývá moderní společenskou subkulturou, jejíž příslušníky označujeme jako hipstery. Snaží se přiblížit jejich specifický způsob myšlení, styl života, ale i to, jak se tato subkultura projevuje v hudbě, módě a dalších kulturních aspektech. Cílem je kvalitativní popis současného stavu této vybrané skupiny lidí. Sběr dat probíhal prostřednictvím rozhovorů s lidmi, které jejich okolí považuje za hipstery.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

subkultura, hipster, mládež, životní styl

## **TITLE**

Hipster - a modern subculture

## **ANNOTATION**

This bachelor thesis is focused on the issues of youth subcultures. Specifically, this thesis deals with the modern social subculture, whose members we call hipsters. The thesis tries to approach their specific way of thinking, the way of life, but also how this subculture manifests itself in music, fashion and other cultural aspects. The aim of this project is a qualitative description of the current state of the selected group of people. Data collection took place through interviews with people which are considered as a hipsters by their surroundings.

## **KEYWORDS**

subculture hipster, youth, lifestyle

## **PROHLÁŠENÍ AUTORA**

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 13. 6. 2019

Barbora Fundová

## **PODĚKOVÁNÍ**

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu své bakalářské práce Mgr. Tomáši Retkovi za pomoc a odborné rady při konzultacích, které mi po celou dobu poskytoval. Dále děkuji svým informantům, bez kterých by se můj výzkum neobešel. V neposlední řadě děkuji své rodině a nejbližším za podporu a trpělivost.

## OBSAH

Úvod.....	7
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ .....	8
1.1 Kultura.....	8
1.2 Mládež.....	9
1.3 Hodnoty a hodnotový systém.....	11
1.4 Životní styl .....	12
2 SUBKULTURA A JEJÍ PODOBY .....	14
2.1 Subkultura .....	14
2.2 Kontrakultura .....	17
2.3 Subkultura vs. hnutí .....	17
3 HIPSTEŘI JAKO MODERNÍ MĚSTSKÝ KMEN .....	19
3.1 Fenomén hipstertsví - mediální obraz .....	19
3.2 Kde se vzal hipster? - Stručná genealogie hipstera.....	21
3.3 Individualista a nezařaditelný jedinec .....	22
3.4 Hipster jako stigma .....	23
3.5 Hudba, móda, umění .....	24
3.6 Od originality k mainstreamu.....	25
4 PRAKTICKÁ ČÁST .....	27
4.1 Cíl výzkumu .....	27
4.2 Metoda sběru dat .....	28
4.3 Výběr výzkumného vzorku .....	29
4.4 Sběr dat.....	29
4.5 Představení informantů .....	30
4.6 Analýza rozhovorů .....	32
4.7 Vyhodnocení získaných dat a zodpovězení výzkumných otázek .....	36
Závěr .....	37
Seznam použité literatury .....	39

# ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá problematikou subkultur mládeže. Konkrétně se zaměřuje na fenomén hipsterství.

Subkulturní vývoj je nezastavitelný a v poslední době se objevují stále nové a nové subkultury, které se vyznačují čím dál obtížnější stratifikací. Kromě označení subkultura se již používají i termíny jako scéna, kmen či styl. Za produkt posledních let je považován i společenský útvar, jehož příslušníky nazýváme hipstery.

Toto pojmenování získalo paralelně s jeho rozšířením do povědomí veřejnosti značně pejorativní význam. Podíl na tom mají převážně média, která tuto skupinu lidí prezentují jako povrchní. Na základě generalizace začínají vznikat stereotypy, které následně přejímá celá společnost.

Hipster je v nynějším slova smyslu chápán především jako člověk, který si zakládá na originalitě a je vždy „o krok napřed“. Posoudit kdo hipster je a kdo už ne, je ale obtížný úkol.

Právě vzhledem k absenci pevných hranic hipsterství a nejednoznačnosti tohoto pojmu jsem se rozhodla ve své bakalářské práci zaměřit na tuto problematiku. S ohledem na omezené množství odborné literatury na toto téma se pokusím tuto specifickou skupinu lidí co nejvíce přiblížit a nastínit ji v širších souvislostech.

Teoretická část práce je rozdělena do tří kapitol. První se věnuje vymezení základních pojmů, jako je kultura, mládež, hodnoty a hodnotový systém a životní styl. Druhá je zaměřena na subkultury a jejich členění. Třetí kapitola se již přímo zaobírá hipsterstvím.

V praktické části je provedena analýza dat nashromážděných skrze rozhovory s lidmi, které za hipstery považuje jejich okolí. Informace jsou pro větší přehlednost rozčleněny do čtyř tematických kategorií.

Výzkumné šetření má za cíl kvalitativní popis současného stavu hipsterů na území České republiky.



# 1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

Abychom se mohli zaměřit na konkrétnější termíny, jako jsou subkultury mládeže či přímo hipsteři, na samém začátku teoretické části této bakalářské práce je nejprve potřeba vymezit si několik základních pojmů. Prvním z nich je kultura, komplikovaný a těžko uchopitelný výraz, který je však samotným předpokladem ke vzniku subkultury. Dalším z nich je mládež, neboť právě v období dospívání se nejvíce formuje pohled jedince na svět a dotyčný se dává určitým směrem. V neposlední řadě bude věnována pozornost termínům hodnoty a životní styl, které s problematikou subkultur úzce souvisí.

## 1.1 KULTURA

*„Život jednotlivce je především nikdy nekončícím přizpůsobováním se vzorcům a standardům tradičně předávaných v jeho společenství. Od okamžiku, kdy se narodil, zvyky jeho komunity formují jeho prožívání a chování. Když začíná mluvit, je již produktem své kultury, a až dospěje a bude schopen zapojit se do jejích aktivit, její zvyky již budou jeho zvyky, její přesvědčení jeho přesvědčením, a co bude pro ni nemožné, bude nemožné i pro něho.“* (Benedictová, 1999, str. 18)

Slovo kultura pochází z latinského slova „colere“, což znamená pěstovat, vzdělávat, pečovat či zušlechtovat, a původně bylo spojováno především s oblastí zemědělství. V dnešní době lze na tento složitý společenský jev a proces nahlížet z více úhlů pohledu, neboť je předmětem zájmu nejrůznějších vědních disciplín od antropologie až po sociální psychologii. Přes veškeré odlišnosti mají všechna pojetí kultury jeden hlavní společný charakteristický rys, a to že kultura je vždy chápána v protikladu s přírodou. Za kulturu je považováno vše, co vzniká činností člověka a společnosti. Je tedy jakýmsi kolektivním produktem vytvořeným sociální interakcí (Petrusek, 1992, str. 32-33).

Obecně můžeme kulturu vnímat jako soubor sdílených hodnot, norem, způsobů chování, rituálů, tradic, znalostí a dovedností, s nímž jsme se nenarodili, nýbrž nám byl předán v procesu socializace (Sopóci, Búzík, in Smolík, 2010, str. 27). Nabízí nám určitý referenční rámec, který formuje náš pohled na svět.

Kultura je zároveň znakem, na jehož základě odlišujeme jednu sociální skupinu od druhé. Každá z těchto skupin se projevuje specifickým způsobem života a odlišnou orientací na různé zvyky, mravy a další kulturní vzorce. Právě kultura vytváří osobité formy chování a

má vliv i na průběh psychických funkcí (Nakonečný, 1998, str. 195). Je přenášena z generace na generaci, tudíž si jako celek zachovává určitou kontinuitu v čase, přestože se mohou jednotlivé prvky kultury průběžně objevovat a zase mizet (Petrušek, 1992, str. 33).

Podle Duffkové, Urbana a Dubského kulturu tvoří několik segmentů. Těmi jsou kulturní artefakty (materiální výtvořiny lidské činnosti), ideje (cíle, hodnoty, představy), sociální instituce (komplexy ustanovených mezilidských vztahů a řešení problémů) a sociokulturní regulativy (společenské normy a pravidla).

V rámci kultury spolu mohou lidé komunikovat prostřednictvím symbolů. Symbol je konkrétní vyjádření něčeho abstraktního, co má ve skutečnosti hlubší význam a rovinu, než se na první pohled zdá (Duffková, Urban, Dubský, 2008, str. 31). Právě symbolika je nesmírně podstatná i v oblasti subkultur mládeže.

## 1.2 MLÁDEŽ

Pedagogické, sociologické a psychologické výzkumy mládeže a jejich poznatky a teorie sahají až do 19. století. Již tehdy byla mládež častým předmětem zkoumání. V současné době je vzhledem k výčtu nejrůznějších definic poměrně obtížný úkol ji charakterizovat. Zatímco se někteří přiklání spíše k věkovému vymezení jejích zástupců, jiní kladou důraz na vlastnosti, které tito zástupci nesou.

Ze sociálně-psychologického hlediska můžeme mládež pojit s kategoriemi pubescence a adolescence. Za pubescenci je považován časový interval mezi 11 a 15 lety, který přezdíváme dospíváním. Adolescenci poté zaznamenáváme od patnáctého roku života a trvá do 20 až 22 let. Právě toto období nazýváme mládím (Macek, in Smolík, 2010, str. 20). V Bíle knize Evropské komise Nový podnět pro evropskou mládež, kterou vydala v roce 2001 Komise evropských společenství, jsou však za mládež považováni všichni mladí lidé od 15 do 25 let, tudíž věková hranice, a to především ta horní, je dost nejednoznačná (Bílá kniha Evropské komise, Nový podnět pro evropskou mládež, str. 4-5).

V Sociologickém slovníku Jandourek popisuje mládí jako „*fázi životního cyklu mezi dětstvím a dospělostí charakterizovanou dokončováním fyzických změn organismu započatých v pubertě, přípravou na převzetí roli dospělého, odpoutáváním od primární rodiny, hledáním nové hodnotové orientace, hledáním nových autorit a konkrétnější přípravou na budoucí povolání*“ (Jandourek, 2001, str. 160).

Kabátek ve svém textu Sociologie generace mládí chápe zase jako přechod mezi dětskou závislostí a dospělou nezávislostí a svébytností. Právě tehdy, když se dítě mění v samostatného dospělého jedince, dochází k největšímu individuálnímu rozvoji. Zároveň jsou dotvářeny předpoklady pro jeho reprodukci (Kabátek, 1995, str. 17).

Dle Máchy jsou pro mládež nejdůležitější tyto psychologické charakteristiky: „*iniciativnost, snaha překonávat překážky, sebedůvěra, ctižádost, snaha po sebeuplatnění, schopnost vidět nově to, co starší generace nechápe, kontrastní chování na styl života starších generací, odpor proti předsudkům, přežitkům, tuposti a dogmatismu, ale i zaměření do budoucnosti a romantičnost*“ (Mácha, in Smolík, 2010, str. 19).

Jak již bylo zmíněno, období mládí je v životě člověka zcela zásadní, neboť si jedinec vytváří svou osobní identitu. Hlavním prostředkem pro hledání vlastního já už ale není rodina, jak tomu bylo ve fázi primární socializace, nýbrž se jím stává vrstevnická skupina. Ta je najednou nejvýznamnějším faktorem, který zastíňuje vliv všech ostatních skupin, včetně původní rodiny (Matoušek, Kroftová, 1998, str. 83).

Během sekundární socializace se u jedince prohlubuje schopnost adaptace, jelikož se musí ztotožnit se sociální rolí, kterou bude ve svém životě zaujímat. Stává se bytostí silně společenskou. Nemusí již v takové míře vykazovat poslušnost vůči autoritám v podobě rodičů, nahrazují je však autority nové, neosobní. Proto, že je nyní součástí většího celku, musí se podílet na dodržování hodnot a norem, který daný kolektiv sdílí. Pocit svobody, jež může jedinec při integraci do vrstevnické skupiny pociťovat, je tedy spíše mýtem. I přes zmíněnou sociální kontrolu však dávají tyto skupiny největší prostor pro otevřenou konfrontaci různých postojů a norem, se kterými jsou mladí lidé v interakci (Kabátek, in Smolík, 2010, str. 22). Je důležité zmínit, že vrstevnické skupiny nemají samy o sobě až takovou hodnotu, ale pro dospívajícího člověka jsou nejlepším prostředkem pro hledání a budování vztahu k sobě samému.

Podle Macka je pro dospívajícího člověka nejdůležitější představa tzv. ideálního já, které je složeninou chtěného já a požadovaného já. Reálné já je poté s tímto ideálním já srovnáváno, což hraje významnou roli v otázce sebepřijetí (Macek, 2003, str. 62).

Mladý člověk se také neubrání srovnáváním se s jinými lidmi. Zatímco některé vnímá jako své identifikační vzory, kterým se snaží co nejvíce přiblížit, od jiných se naprosto diferencuje (Vágnerová, 2005, str. 406). Tento proces hledání vlastní identity Vágnerová označuje jako individuaci a člení ho do čtyř fází - fáze diferenciacce (počátek dospívání,

jedinec si začíná všimnout svých odlišností a přestává se ztotožňovat s rodiči nebo jinou autoritou), fáze experimentace (kolem 15. roka života, kdy začíná experimentovat s vlastní emancipací), fáze postupné stabilizace (dospívající již dosáhl jistého stupně samostatnosti, stabilizují se vztahy s rodiči) a fáze psychického osamostatnění (poslední stádium adolescence, separace již byla dokončena, jedinec je zcela samostatný) (Vágnerová, 2005, str. 412 - 413).

### **1.3 HODNOTY A HODNOTOVÝ SYSTÉM**

Pojem hodnota pochází z řeckého slova „axía“, což znamená hodnota nebo cennost. Na základě tohoto slova je nauka zabývající se zkoumáním podstaty hodnot, tím, jak vznikají, a jaké mají mezi sebou vztahy, pojmenována axiologie.

Obecně je hodnota chápána jako vědomá či nevědomá představa o tom, co je žádoucí. Podle Jandourka se používá ve třech různých významech, a to jako a) objekt, ceněné dobro, statek, b) postoj k objektu (kladný či záporný), c) měřítko pro rozhodování a jednání (Jandourek, 2001, str. 97). Jde o určitou vlastnost, kterou člověk přisuzuje nějakému objektu, činnosti nebo situaci, která je spojená s uspokojováním jeho potřeb a zájmů (Hartl, Hartlová, 2004, str. 192).

Po psychologické stránce je hodnotová orientace každého člověka součástí energetické stránky jeho osobnosti. Právě hodnotová orientace vytváří společně s potřebami, zájmy a postoji motivaci k jednání. Svou roli zde zaujímá ale i stránka sociologická, neboť také společnost přenáší na jednotlivce své hodnoty a naopak (Sak, 2000, str. 65).

Smékal rozumí hodnotě jako a) obecnému cíli, o který člověk usiluje, b) prostředku, jehož užíváním dosahuje jedinec něčeho, co je pro něj významné, c) něčemu, o co stojí usilovat nebo se tomu vyhýbat, d) kritériu, které poměřuje objekty a události (Smékal, 2002, str. 256).

Jednání každého člověka je ovlivněno právě žebříčkem jeho hodnot. Je však mnohdy velice obtížné formulovat, co pro daného jedince hodnotou vůbec je, neboť si ji sám ani nemusí uvědomovat. Tento hodnotový systém by měl být ale vnitřně celistvý a měl by být v souladu s osobností člověka. Dále by neměl postrádat dynamičnost a realističnost a měl by přinášet uspokojení. Pokud bude všechny tyto podmínky splňovat, bude mít velmi silný vliv na chování člověka a na jeho vztahy (Homola, in Vacek, 2008, str. 102).

Spojení nebo dokonce závislost mezi hodnotou a chováním však nemusí být vždy pravidlem. K tomu, abychom dokázali určité hodnoty realizovat, potřebujeme také jisté schopnosti, dovednosti a kompetence (Sak, Saková, 2004, 2004, str. 9).

Významnou roli v uspořádání hodnotového systému člověka hraje samozřejmě jeho věk, pohlaví, vzdělání, zaměstnání, materiální podmínky, vliv politické a ekonomické situace a také výchova a sociální okolí, ať už se jedná o rodinu nebo jiné instituce (Sak, 2000, str. 87).

Sak ve své knize Proměny české mládeže uvádí, že hodnotová orientace vzniká z jednotlivých hodnotových preferencí. Ty dělí na několik typů:

- egoisticko-materialistická (majetek, plat, společenská prestiž)
- profesně-rozvojová (vzdělání, rozvoj vlastní osobnosti)
- reprodukční (životní partner, rodina, děti)
- globální (zdraví, mír, životní prostředí, svoboda, demokracie)
- sociální (veřejně prospěšná práce)
- hédonistická (láska, přátelství, zájmy)

(Sak, 2000, str. 78 - 79).

V souvislosti se sociálními skupinami slouží hodnoty jako jakési identifikátory. Jsou zdrojem identity uvnitř těchto skupin a zároveň vodítkem k diferenciaci zvenčí. Hodnoty též vykonávají funkci kořenů společenské hierarchie, jsou náplní sociálních rolí a mají veliký vliv na sociální začlenění a vyloučení. V té nejobecnější rovině tvoří základní složku kultury a stejně tak i subkultur (Prudký a kol., in Kolářová, 2011, str. 36).

## 1.4 ŽIVOTNÍ STYL

Termín životní styl je velice rozsáhlý významový celek a dá se vysvětlovat různými způsoby. Samotný pojem styl Jandourek popisuje jako „*způsob projevu v myšlení, chování, jednání nebo činnosti, který má charakteristické rysy, vymezující ho vůči jiným stylům*“ (Jandourek, 2001, str. 243). Nositeli těchto projevů v myšlení, chování, jednání nebo činnosti mohou být jednotlivci nebo celá společnost.

Duffková v knize Sociologie životního stylu tento termín obecně chápe jako způsob, jakým lidé žijí. Zahrnuje životní zvyklosti, praktiky, hodnoty, jednání, činnosti a vztahy. Nejvýznamnější složku životního stylu dle jejího názoru tvoří volný čas. Ten definuje jako dobu, kterou nevyplňuje práce ani mimopracovní povinnosti, ale která naopak dává prostor

pro svobodná rozhodnutí na základě individuálních zájmů a hodnot. Člověk se během této doby osvobozuje od společenských závazků a věnuje se vlastním aktivitám a seberealizaci. Největším množstvím volného času disponují především mladí lidé, které mají tendenci trávit ho spíše mimo domov.

Životní styl může být také vymezen jako souhrn životních podob, jež jedinec nebo společnost aktivně prosazuje. Jednotlivé části tohoto souhrnu jsou navzájem v souladu, neboť vycházejí ze stejného základu a mají společné jádro (Duffková, Urban, Dubský, 2008, str. 55).

V současné době je hodně diskutovaným výrazem tzv. konzumní životní styl. Ten, jak vypovídá jeho název, označuje způsob života, který je založen na vysoké míře spotřeby. Peníze se stávají univerzálním ekvivalentem, neboť ke koupi je již téměř vše, a nejvyššími možnými hodnotami jsou bohatství a luxus. Spotřeba, která byla původně pouze prostředkem, se najednou stává životním cílem (Linhart, Urbánek, 2017).

Co se subkultur týče, bývá termín životní styl často doplňován přídomkem alternativní. Alternativním životním stylem rozumíme takový styl, který se odklání od obvyklého, většinovou společností oceňovaného životního stylu, nebo se vůči němu přímo vymezuje. Lze o něm hovořit jako o nekonvenčním stylu. Jedinec se pro něj rozhoduje dobrovolně na základě své hodnotové orientace a to především tehdy, když nesouhlasí s obecně platnými společenskými hodnotami (Duffková, Urban, Dubský, 2008, str. 121).

## 2 SUBKULTURA A JEJÍ PODOBY

Tato kapitola se bude zabývat významem slova subkultura. Důraz bude kladen na to, jak subkultury vznikají, jakým způsobem lidé získávají určitou subkulturní identitu a jakou roli hraje uvnitř těchto skupin autenticita. Dále bude vysvětlen termín kontrakultura a rozdíl mezi subkulturou a hnutím z důvodu velice časté záměny těchto pojmů.

### 2.1 SUBKULTURA

V předchozí kapitole byla kultura popsána jako souhrn hodnot, norem, způsobů chování, rituálů, tradic, znalostí a dovedností, které si člověk osvojuje během svého života. Pokud se tyto prvky kultury liší od běžných prvků většinové kultury, používá sociologie termín subkultura. Ten vyjadřuje soubor určitých kulturních znaků, který je typický pro menší, vyhraněnou skupinu, a to v rámci jednoho národa, státního útvaru či širšího společenství. Právě díky těmto zvláštnostem se daná skupina a její kultura odlišuje od ostatních skupin a jejich kultur či od komplexní kultury v daném prostoru (Petrušek, 1992, str. 36).

Pojem subkultura se ve společenských vědách objevoval již ve 40. letech 20. století a nesl několik významů. Zatímco někteří toto slovo používali pro označení typologické kategorie, tedy dílčí varianty či podmnožiny kultury, jiní si pod ním představovali přímý protiklad dominantní kultury, negující její hodnoty (Smolík, 2010, str. 30 - 31).

V Sociologickém slovníku je subkultura definována jako „*kultura dílčí skupiny, která se více či méně odlišuje od převládající, většinové a oficiální kultury. Škála projevů vyjadřujících distanci od převládající kultury je široká, od drobných změn až k radikálnímu popření. Zcela izolovaná však subkultura není od dominantní kultury nikdy*“ (Jandourek, 2001, str. 243).

Profesor kulturních studií Chris Barker shrnuje výstižně subkultury takto: „*Subkultury tedy tvoří skupiny lidí, kteří sdílejí zvláštní hodnoty a normy, v nichž se rozcházejí s dominantní nebo mainstreamovou společností a které nabízejí mapy významů, díky nimž je svět pro členy subkultury srozumitelný.*“

Právě předpona „sub“ má dle něj představovat jakousi svébytnost a odlišnost. Existují však tací, kteří ji odmítají, neboť jsou toho názoru, že vypovídá o nižším společenském postavení. V některých textech je subkultura dokonce popisována jako prostor pro deviantní a

okrajové skupiny, přesto používá většina sociologů právě tento výraz (Barker, in Smolík, 2010, str. 31).

Míra rozdílnosti subkultury od celkové kultury může být různá. Některé subkultury vykazují jenom minimální rozdíly, některé jsou vůči zbytku společnosti zcela opoziční. Takové subkultury nazýváme kontrakulturami (viz následující podkapitola). Velikost a charakter rozdílů je ovlivněn celou řadou faktorů, mezi které patří např. věk, profese, vzdělání, náboženské vyznání, původ, národnost, etnikum apod. (Hebdige, in Smolík, 2010, str. 31).

Podle Brakeho vznikly první subkultury jako pokusy o vyřešení kolektivně zažívaných problémů, jejichž příčinou byly vnitřní rozpory v sociální struktuře (Brake, 1980, str. 2). Stejný názor má i významný sociolog a teoretik subkultur Cohen. Pokud má určitý počet lidí s obdobnými problémy se sociálním přizpůsobením dostatečný počet interakcí, dochází k vytvoření vlastního pohledu na společnost. Řešení kolektivních problémů je tedy hlavním předpokladem pro vznik subkultury (Cohen, in Smolík, 2010, str. 32).

Kromě specifických problémů vedou jedince ke sdružování i jiné motivy, a to např. sdílené zájmy a činnosti či podobný životní styl. Velikou motivací pro příslušnost k subkultuře je také fakt, že nabízí vhodné prostředí pro získání vytouženého statusu a adekvátní role v určité sociální skupině. To probíhá skrze zvnitřnění se s alternativními hodnotovými vzorci, které nejsou oceňovány většinovou společností (Smolík, 2010, str. 32).

Ústředním pojmem v souvislosti se subkulturami je subkulturní identita. O identitě obecně můžeme hovořit jako o totožnosti či vědomí totožnosti. Jedná se o sociální konstrukt, který je výrazem postoje člověka k sobě samému i ke svému okolí. Pojí se jak s vědomím vlastní jedinečnosti a neopakovatelnosti, tak i s vyhraněností vůči ostatním. Odpovídá na otázky „kdo jsem“ (osobní aspekt identity) a „kam patřím“ (sociální aspekt identity) a potvrzuje tak člověku jeho specifické místo na světě. Některé složky lidské identity jsou pevně dané (pohlaví, věk, barva kůže), jiné jsou získané a jedinec si může nebo musí volit mezi jednotlivými alternativami (náboženství, politická příslušnost, životní partner).

V souvislosti se sociálními skupinami je používán termín kolektivní identita. Ten je vymezován jako ztotožnění člověka s určitým souborem jiných lidí, jako pocit spřízněnosti a sounáležitosti s nimi a sdílení stejných myšlenek a názorů. Členové této skupiny mají jasnou představu o tom, jaké jsou její hlavní charakteristické rysy, kdo do ní patří a kdo nikoliv a co by měla skupiny dělat a co ne.



Subkulturní identita je tedy příslušnost k určité subkultuře a je především situační, neboť je proměnná v čase a podmíněná okolnostmi (srov. Duffková, Urban, Dubský, 2008, str. 105, Jandourek, 2001, str. 104 - 105).

Jak již bylo zmíněno, subkultura stojí vždy v protikladu k mainstreamu, neboli hlavnímu, populárnímu proudu. Zatímco je masa popisována jako snadno zmanipulovatelná a nediferencovaná část společnosti, subkultury jsou naopak líčeny jako vysoce různorodé, aktivní a kreativní. Z toho důvodu považují příslušníci subkultur masovou kulturu za neautentickou a sami se vůči ní vymezují (srov. Kolářová, 2011, str. 17, Smolík, 2010, str. 36).

Právě autenticitě je v oblasti subkultur přikládán nesmírný význam, neboť slouží k vytváření vnitřní hierarchie uvnitř skupiny. Jedinci by neměli být pokládáni za příslušníky subkultur pouze na základě toho, jak se stylizují navenek (specifická image, vystupování, argot). Přestože je symbolika důležitým subkulturním aspektem, mnohem větší váhu má ztotožnění se s ideologickým smýšlením ostatních aktérů skupiny. V každé subkultuře je dáno, co je pro ni autentické a co nikoliv. Čím je aktér „opravdovější“, tím větší má prestiž a není považován za „pozéra“.

Míru autenticity lze posuzovat na základě stupně angažovanosti jedince. Kromě aktivních příznivců, kteří pořádají akce, koncerty nebo jiným způsobem šíří svou tvorbu či přesvědčení, se na subkulturách podílejí i pasivní příznivci, tzv. konzumenti. Ti se do dění zapojují méně, ale přesto je pro ně daná subkultura velice důležitá. Nejnižší postavení zauímají členové, kteří se pohybují mimo „scénu“<sup>1</sup> a pouze sledují módní trendy. Pro tuto frakci příznivců je atraktivní styl subkultury, ale nemají zájem o hlubší proniknutí do jejího jádra (Smolík, 2010, str. 41).

Subkultury jsou spojené především s hudebními žánry. Zejména v minulosti se lidé identifikovali se subkulturami právě na základě hudby - navštěvovali nejrůznější hudební události či byli sami muzikanty. V současnosti identifikace probíhá už i „on-line“, a to nejčastěji prostřednictvím diskuzních fór nebo sociálních sítí. Pro většinu aktérů je však stále autentičtější osobní kontakt, nežli virtuální. Výjimkou jsou např. hráči počítačových her, jejichž působišti jsou herní servery.

---

<sup>1</sup> „Scéna je moderní městská forma společenského styku, ve které mají účastníci stejný zájem na trávení volného času nebo se zaměřují na stejný životní styl, ale nemusí se vzájemně znát. Místo organizace je podstatné pouze místo a čas střetávání“ (Smolík, 2010, str. 37).

Příslušníci jednotlivých subkultur se tedy pohybují v určitých fyzických prostorech (ulice, kluby), ale subkultury jako celky chápeme především jako translokální sítě, které jsou propojeny např. distribucí hudby, informačními kanály na internetu nebo tzv. „ziny“, neboli fanouškovskými magazíny. Tyto neformální časopisy jsou vydávány vlastními náklady členů jednotlivých subkultur a šíří se hlavně v jejich kruzích (Kolářová, 2011, str. 16).

V dnešní době je subkultura pojmem běžně používaným v každodenním životě. Jeho význam již není formován pouze samotnými aktéry subkultur, ale z velké části na něm mají svůj podíl i média. V každém případě je stále živý a vyvolává v lidech nejrůznější asociace, od pocitů fascinace až po nelibost.

## 2.2 KONTRAKULTURA

Výraz kontrakultura je složeninou latinských slov „contra“, což znamená proti, a již vymezeného „colere“. Poprvé byl použit v roce 1951 Talcottem Parsonsem. Vyjadřuje „kontrastní, opoziční typ kultury, resp. subkultury vůči oficiálnímu typu kultury majoritní“ (Srov. Syrový, in Smolík, 2010, str. 37).

Za ústřední charakteristický rys kontrakultury je tedy považován ostrý kontrast s obecně platnými normami a hodnotami s výrazným prvkem negace. Mezi hlavní příčiny vzniku kontrakultur patří především nespokojenost se společensko-kulturním systémem, touha po změně a snaha o protest. Pro jejich aktéry bývá taktéž typický politický radikalismus, který může v krajních případech přerůst až v násilné metody boje (Smolík, 2010, str. 37).

## 2.3 SUBKULTURA VS. HNUTÍ

Sociální hnutí je v Sociologickém slovníku definováno jako „velké seskupení lidí, které je organizováno proto, aby způsobilo nějakou změnu v systému, nebo jí naopak zabránilo“ (Jandourek, 2001, str. 97). Na rozdíl od subkultury, v rámci které může zároveň působit i několik protikladných proudů (např. Skinheads), a která nemusí nutně souviset s prosazováním politických, společenských nebo kulturních změn, je hnutí více názorově a ideologicky jednotné, a usiluje o dosažení konkrétního, předem definovaného cíle.

Zásadní rozdíl spočívá také v již zmíněné organizovanosti. Příslušníci subkultur tráví svůj volný čas v partách či gancích a setkávají se neformálně. Pro hnutí je oproti tomu typická existence formálních organizací. Aktivity ve prospěch dosažení stanovených cílů vykonávají skrze nejrůznější spolky a další organizace. Mezi nejčastější témata hnutí patří např. lidská

práva, občanská práva a svobody, ženská práva nebo ochrana životního prostředí (Smolík, 2010, str. 42).

### **3 HIPSTEŘI JAKO MODERNÍ MĚSTSKÝ KMEN**

V poslední a zároveň nejrozsáhlejší kapitole teoretické části této bakalářské práce bude pozornost již přímo zaměřena na lidi, které společnost označuje jako hipstery, moderní městský kmen, jehož vizuální stránka je pro ostatní natolik atraktivní, že se stala globálním módním trendem, při čemž skutečná podstata hipstersví většině populace uniká. Nejprve bude nastíněn současný mediální obraz této skupiny lidí a to především ve snaze poukázat na to, že ačkoliv jsou hipsteři chápáni mnoha způsoby, nejrozšířenější vysvětlení jsou chybná, zavádějící nebo přinejmenším jenom malým střípkem většího celku. Smyslem dalších podkapitol bude s ohledem na omezené množství odborné literatury na toto téma co nejsrozumitelněji popsat, co doopravdy dělá hipstera hipsterem, čím se vyznačuje jeho smýšlení a způsob života a jak se tento člověk projevuje v oblékání, umění a dalších kulturních aspektech. Avšak aby bylo možné tuto problematiku zcela plně pochopit, je třeba podívat se na celou věc komplexněji - ohlédnout se do minulosti k samotným kořenům slova hipster a k subkulturám, které tomu, čemu by se dnes dalo říkat hipsterská scéna, předcházely.

#### **3.1 FENOMÉN HIPSTERSTVÍ - MEDIÁLNÍ OBRAZ**

Digitální éra, jejíž úskalí a rizika jsou v současnosti velice častým předmětem diskuze, s sebou nepochybně přinesla i celou řadu výhod. Jednou z nich je rychlý a spolehlivý přenos dat, který člověku umožňuje efektivně získávat nové informace. Po zadání výrazu hipster do internetového vyhledávače se nám tak naskytne nespočet dostupných článků a definic.

Co se jejich obsahu týče, převládá jasná představa - hipster je člověk, který na první pohled vypadá jako bezdomovec, vlasy a vousy má však pečlivě upravené a díry na upnutých kalhotách si natrhl sám nebo mu je nastříhla švadlena na Tchaj-wanu. Nosí brýle se silnými obroučkami a svetry po prarodičích a brázdí ulice na stylovém retro kole s plátěnou taškou plnou vinylů přes rameno. Většinu svého času tráví v kavárnách, kde s ostatními hipstery - kteří se stejně jako on vyžívají ve výběrové kávě - debatuje na téma kácení deštných pralesů, při čemž stíhá vést paralelně ještě druhý, intenzivní život na sociálních sítích. Byt má plný pokojových rostlin a jeho nejoblíbenější pochoutkou je avokádový toast.

Velice často se v textech také opakují nálepky typu „pseudo-intelektuál“, „pseudo-umělec“ nebo „pozér“.

Pro většinu dostupných zdrojů jsou příznačné dva charakteristické jevy - generalizace a ironický až výsměšný podtón, který evokuje neobjektivitu a předpojatost.

Podle Volka, autora knihy Mediální gramotnost: Jak rozumět obsahům médií, má mediální obraz povahu zjednodušeného znaku či sestavy symbolů, které reprezentují konkrétní objekty a události. Kromě reality zahrnuje tento obraz i individualizovanou zkušenost složenou z dílčích atributů, jako jsou názory, postoje a představy, a to jak jeho tvůrce, tak i příjemce (Volek, 2013, str. 6).

Protože mohou být tyto atributy opakovaně používány, tedy vkládány do dalších mediálních rámců, nelze si nevšimnout, že média zpravidla prezentují některé osoby nebo sociální skupiny určitým ustáleným způsobem. Během procesu reprezentace, který vychází z opakované selekce a zvýraznění určitých charakteristik a vynechání jiných, dochází ke konstrukci vztahů a identit. Právě v důsledku toho se může mediální obraz od reality výrazně lišit.

V souvislosti s ustáleností způsobu prezentace a vztahu k realitě je možné rozlišovat tři základní úrovně reprezentace, při čemž každá z těchto úrovní představuje rozdílnou intenzitu ustálenosti a rozdílný vztah mezi popisovaným a skutečným. Těmito úrovněmi jsou typy, stereotypy a archetypy (Trampota, 2006, str. 91- 92) a jsou uváděny především v tomto pořadí, neboť v každé další z nich je *„reprezentace o něco zjednodušenější, hrubší a obecnější a více orientovaná na hodnotové poselství stojící v druhém plánu mediovaného textu“* (Burton, Jiráček, 2001, str. 188).

Typy jsou kategoriemi patrnými převážně v beletrii a projevují se v klasické typizaci postav. Autor je podává jako reálné, ale protože je ustanovuje to, co představují, a ne to, čím sami o sobě jsou, ve skutečnosti neexistují. Typy nemohou nikdy přejít do stereotypů, protože jsou příliš prokreslené na to, aby u nich došlo k eliminování prvku jedinečnosti.

Stereotypy na rozdíl od typů realitu opravdu deformují. Ve snaze uspořádat ji tak, aby bylo snazší jí porozumět, zjednoduší subjekt na několik jeho rysů, což vede k tomu, že ho následně vyobrazují zkráceně. Právě stereotypy jsou předpokladem vzniku předsudků.

Archetypy jsou poté popsány jako nejhluběji zakořeněné kategorie vnímání reality. Jsou nejobecnější až „klišovité“, avšak v porovnání s předsudky jde pouze o prostá a neutrální schémata pro sdružování subjektů s podobnými rysy, nezkrslující společenský konstrukt (Burton, Jiráček, 2001, str. 188 - 191).

Média jsou nástrojem, který má obrovský vliv na formování názorů a vztahů ve společnosti. Je však třeba brát v potaz, že nereflektují reálný svět takový, jaký je, nýbrž předkládají jenom určitou verzi reality.

Jinak tomu není ani co se hipsterů týče. Ačkoliv pro ně mohou být některé z výše uvedených specifik skutečně vlastní, většina zdrojů je popisuje z hlediska konkrétních objektů, které konzumují (jak se oblékají, co jedí atd.) nebo pomocí štítků („elitní snobové“), ale nesnaží se proniknout hlouběji do problematiky této subkultury a pochopit ji v širších souvislostech.

### **3.2 KDE SE VZAL HIPSTER? - STRUČNÁ GENEALOGIE HIPSTERA**

V knize Kmeny jsou kořeny termínu hipster zasazeny do druhé poloviny padesátých let minulého století, kdy jím bývali označováni bělošští fanoušci jazzu, kteří se snažili napodobit životní styl svých černošských vzorů. V této souvislosti ho použil i spisovatel Norman Mailer ve své eseji Bílý černoch z roku 1957 (Brož, Veselý, 2011, str. 496).

Odpověď na otázku původu lze však hledat již mnohem dříve, a to na přelomu 18. a 19. století ve Francii. Po průmyslové revoluci a zavedení kapitalismu se s nástupem modernity začal přesouvat veškerý život z venkova do měst. Právě města poskytovala ideální podmínky pro rozvoj bohémství.

Bohémem byl v tu dobu nazýván člověk - velice často umělec -, který byl známý pro svůj netradiční či neuspořádaný způsob života. Smýšlením se podobal romantikům, ale lišil se od nich tím, že přijal urbanizaci.

V důsledku expanze kapitalismu se tehdy svět umění zásadně proměnil. Ti, kteří dříve spoléhali na stát a institucionální sponzorství, museli z důvodu úpadku aristokratických tříd a vzestupu buržoazie se svými produkty na trh. Aby obstáli konkurenci, bylo třeba vytvářet umělecká díla, která byla originální a jedinečná. Ve spojitosti s tím byli čím dál tím častěji popisováni jako „šílení géniové“ nebo jako „ti, kteří stáli sami a křičeli do tmy, nejisti vlastní ozvěnou“.

Právě bohémové jsou považováni za prvního subkulturního předchůdce hipsterů (srov. Kinzey, 2012, str. 11-12, Hobsbawm, 2008, str. 316).

Mezi další proudy, které kromě volnomyšlenkářských bohémů a jazzových nadšenců ovlivnily hipsterskou komunitu takovou, jaká je dnes, patří umělecká hnutí všeobecně známá jako „Avantgarda“ a „Beat Generation“.

Tato dvě hnutí spojovala především snaha o propojení umění a každodenního života, vášeň pro osobité a autentické a odvaha experimentovat. Zatímco se Avantgarda projevovala v nejrůznějších kulturních aspektech, beatníci ovládli poválečnou newyorskou undergroundovou scénu vymazáním hranic mezi vysokou a nízkou literaturou. Otevřeně se věnovali tématům jako drogy, homosexualita, volná láska či spiritualita, která byla v tu dobu chápána jako kontroverzní. Mezi nejproslulejšími beatníky vynikají básníci Allen Ginsberg a Gregory Corso nebo prozaik Jack Kerouac (Kinzey, 2012, str. 14 - 18).

Právě v Ginsbergově básni Kvílení se znovu objevilo označení hipster: „*Viděl jsem největší hlavy své generace zničené šílenstvím, hystericky obnažené a o hladu, vlekoucí se za svítání černošskými ulicemi a vztekle shánějící dávku drogy, hipstery s andělskými hlavami, celé žhavé po prastarém nebeském kontaktu s hvězdným dynamem ve strojně noci...*“ (Ginsberg, 2015, str. 11).

Kolem roku 1980 začala vznikat vycházejíc z punku a DIY (Do It Yourself) hudební vlna, která měla oproti svým předchůdcům hladší strukturu, složitější texty a nesnažila se hned na poprvé zalíbit publiku hlavního proudu. Díky své nezávislosti na velkých komerčních vydavatelstvích si vysloužila název „indie“.<sup>2</sup>

V tomto hudebním prostředí, zahaleném myšlenkami odlišnosti a nezávislosti, se na počátku 90. let ve Williamsburgu v Brooklynu začal formovat novodobý hipster - mladý městský člověk střední třídy, který se zajímá o alternativní umění a hudební scénu (Kinzey, 2012, str. 24 - 28).

### **3.3 INDIVIDUALISTA A NEZAŘADITELNÝ JEDINEC**

Jednoznačně definovat hipstera je však stejně problematické jako ho bez přemýšlení zařadit do subkultury, a to především z důvodu, že hipsterem je v původním slova smyslu myšlen jedinec, který jde proti proudu a snaží se vymanit veškerým společenským dogmatům a kategorizacím. Henke uvádí, že vnímání hipstera jako osoby, která následuje přesvědčení „hipsterismus“ je naprosto chybné (Henke, 2013).

---

<sup>2</sup> Odvozeno z anglického slova „independent“ = nezávislý.

Stejný názor zazněl i v dokumentárním cyklu Kmeny, ve kterém byla hipsterům věnována epizoda natočená režisérem Janem Látalem, absolventem FAMU a členem kreativního studia Družina v Krymské ulici: „*Hipster přemejšlí tak, aby nebyl jakoby součástí nějakýho mainstreamu. To je hrozně složitý, protože ono to nemá stanovený takový mantinely jako, dejme tomu, punk. Tady k tomu může mít každéj nějaký svůj individuální přístup a nejde to globalizovat*“ (Kmeny, ČT2, 2015).

O hipsterovi lze tedy hovořit jako o individualistovi, který nespadá pod nikoho a pod nic. Je jednoduše sám sebou.

S pravou podstatou toho být hipsterem koresponduje i popis člověka v Baumanově díle Individualizovaná společnost, které pojednává o tom, že se z lidské přirozenosti stává v současnosti úkol. Proto, že přirozenost nahradila identita, která není předurčena a je třeba ji vhodně utvářet, člověk přebírá roli jakéhosi sebetvůrce (Bauman, 2004, str. 169).

Aby tento člověk obstál v tekuté modernitě, ve které není téměř nic jisté, musí se spoléhat jenom sám na sebe. Právě vytváření vlastní identity se jeví jako jediná jistota, na které může stavět (Bauman, 2004, str. 173).

Jako sebetvůrce chápe hipstera i Henke. Popisuje ho jako sběratele změn v rámci odlišení všech konzumentů. Svým životním stylem tvoří určitý druh umění, který poté žije (Henke, 2013).

### **3.4 HIPSTER JAKO STIGMA**

Fakt, že se hipsteři distancují od jakékoliv konceptualizace a kategorizace, vede k zajímavému paradoxu, a to že opravdový hipster nikdy nepřizná, že je hipster. Přestože by teoreticky existoval člověk, který by naplňoval vlastnosti uvedené v předešlé podkapitole, tím, že by se s označením hipster ztotožnil, by ztratil veškerou autenticitu a popřel, že jím je.

V důsledku toho je toto pojmenování chápáno především v negativním slova smyslu, mnohdy dokonce jako výsměch nebo urážka. Je tedy možné považovat ho za jakési stigma.

Podle Goffmana je stigma atributem, který silně znevýhodňuje jeho nositele, a to hlavně v oblasti sociálních vztahů. Jedinci, jež by byl za normálních okolností v běžném společenském styku zcela bez problémů přijat, má jeho okolí na základě této nedokonalosti sklon připisovat celou řadu nedokonalostí, čímž snižuje jeho životní šance (Goffman, 2003, str. 11 - 13).



### 3.5 HUDBA, MÓDA, UMĚNÍ

Proto, že jsou hipsteři kreativními lidmi, kteří nemají strach hledat si své vlastní cesty, a to ať už ve způsobu života, oblékání či tvorbě, jejich největší přínos lze jednoznačně zaznamenat v oblasti umění.

Co se hudby týče, jsou spojováni především s hudebním žánrem indie rock, pro který je typické experimentování se zvuky a emocemi. Jinak se však snaží jakémukoliv zařazování vyvarovat. Na místo toho se nechávají ovlivňovat nejrůznějšími styly, od elektronické hudby až po soul, a ty posléze kombinují.

Ikonický pro ně byl časopis Vice, který byl od roku 1999 vydáván v New Yorku a který se o deset později dočkal i své české verze. V současné době je spíše na ústupu a jeho místo nahradily blogy a severy jako The Pigeon Post, Pitchfork, Stereogum nebo No Conclusion, které recenzují desky a udávají hudební trendy (Brož, Veselý, 2011, str. 503 - 509).

V knize Club Cultures: Music, Media and Subcultures Capital pracuje Sarah Thornton s pojmem subkulturní kapitál. Během zkoumání anglické klubové scény ho připsala schopnostem dobrého undergroundového vkusu a toho „být o krok napřed“. Právě pomocí tohoto kapitálu si i hipsteři chrání svou exkluzivitu a jedinečnost (Thornton, 1996, str. 200 - 207).

Alternativní přístupy preferují hipsteři i ve vztahu k módě. Typický je pro ně elektický styl - kombinace vintage stylu s aktuálními módními trendy. Při odívání také velice často dbají na ekologickou stránku věci a jednotlivé kousky pořízují převážně v second handech, na bleších trzích, anebo v menších buticích, čímž podporují pomalou módu.

Pomalá móda neboli „slow fashion“ je móda, která není založena na bázi času, ale kvality. Klade důraz na řemeslnou práci a bere ohledy na sociální a environmentální dopady. Kromě respektování biodiverzity a lidských práv prospívá i lokálním výrobcům a tuzemskému trhu (Fletcher, 2007).

Tuto udržitelnou módu lze nalézt např. pod českými značkami Czech Labels & Friends, Jakoby, Sistersconspiracy nebo Rycycle with Love.

Pokud jde o další kulturní aspekty, projevují se hipsteři hlavně jako grafičtí designéři, pouliční umělci či tatěři, tradiční umění je jim spíše cizí (Greif, 2010, str. 10 - 11)

### 3.6 OD ORIGINALITY K MAINSTREAMU

V posledních pár letech prošel význam slova hipster výraznou proměnou. Z původního hipsterství spojovaného s alternativním způsobem života a s netradičními zájmy se stal dominantní estetický filtr, kterého využívají nejrůznější podniky, mezi nimiž vynikají kavárny, bary, bistra a barber shopy.

Na komercializaci tohoto fenoménu měly nepochybně největší vliv sociální sítě, a to především Instagram a Tumblr, neboť jsou obě zaměřené primárně na sdílení vizuálních obsahů. Za distributory lze považovat ale i lifestylové magazíny, blogy nebo televizní pořady (Elley, 2014, str. 12 - 13).

Studentka umělecké školy z dokumentu Kmeny transformaci hipstera vyjádřila takto: *„Původní hipster měl podle mě blíž spíš k nerdovi, k takovému outsiderovi, kterému se všichni smáli, a časem se to posunulo spíš do takovýh geeka, který má rád současný technologie, používá iphony, internety. Klasickej vtíp - kolik váží jeden hipster? Jeden instagram“* (Kmeny, ČT2, 2015).

O hipsterech se proto v současné době začíná mluvit jako o městském kmenu neboli neo-kmenu. Tento přístup se objevil poměrně nedávno a je odezvou na čím dál složitější subkulturní stratifikaci. Neo-kmen se vyznačuje nepevnými hranicemi a fluidním členstvím a je založený převážně na vizuálním stylu a hudebním vkusu (Bennett, 1999, 608 - 613).

Aleksandra Litorowicz shledává nynějšího hipstera člověkem, jehož život je založen na vyhledávání trendů a konzumaci. Dělí ho poté ještě na dva typy - hipstera inovátora a hipstera následovníka. Rozdíl mezi nimi dle jejího názoru spočívá v tom, že hipster inovátor využívá vědomou spotřebu k posílení vlastního kreativního potenciálu, zatímco s hipsterem následovníkem spojuje shopaholismus (Litorowicz, 2012, str. 89 - 90).

Kinzey dokonce přirovnává dnešní hipsterskou komunitu k dílu Andyho Warhola Campbell's Soup Cans, které se skládá z třiceti dvou pláten, při čemž je na každém z nich vyobrazená stejná konzervovaná polévka, kterou v tu dobu společnost produkovala. Warhol ho vytvořil pomocí metody polo-mechanizovaného sítotisku, což vyvolalo rozsáhlou diskuzi o jeho zásluhách a o etice takové práce, neboť šlo o přímý přechod od tradičních metod k technice, a je určen - jako všechna art-popová díla - široké veřejnosti. Masová produkce a kopie vedle kopie, přesně to měl Kinzey na mysli (Kinzey, 2012, str. 3).

Na základě těchto poznatků lze napsat, že se hipsteři snažili být tak extrémně jiní, aniž by si uvědomili, že docílí přesně opačného efektu. Snaha o individualitu a originalitu se proto pomalu překlenuje do mainstreamu a stala se jakousi normou.

Jako vhodné řešení nabízí aktéři dokumentárního cyklu *Kmeny* návrat k normocoru - takovému stylu, ze kterého není zřejmý žádný vnitřní názor. Právě vůči němu se chtěli původní hipsteři nejspíš vymezit (*Kmeny*, ČT2, 2015).

## 4 PRAKTICKÁ ČÁST

Když jsem před více než rokem vyplňovala zadání své bakalářské práce, pojmenovala jsem ji Hipster - moderní subkultura v předpokladu, že hipsteři subkulturou opravdu jsou. Ostatně většina zdrojů je tak skutečně prezentuje, tudíž jsem neměla pochyb. Stejně tak jsem do zadání práce uvedla, že sběr dat bude probíhat prostřednictvím rozhovorů s lidmi, kteří se s tímto stylem života ztotožňují.

Čím hlouběji jsem do problematiky subkultur mládeže a fenoménu hipsterství pronikala, tím více jsem si začala uvědomovat, že jednoduše zařadit hipstery mezi ostatní subkultury je poněkud sporné a že už vůbec nemohu za člověkem jen tak přijít a zeptat se ho, jestli náhodou není hipster a neposkytne mi rozhovor.

Proto bude v praktické části této bakalářské práce metodou kvalitativního výzkumu přiblížen specifický způsob myšlení a styl života skupiny lidí, které za hipstery považuje jejich okolí.

Vzhledem k tomu, že se jedná o fenomén, který nelze příliš globalizovat, více nežli teoretickou část této práce lze dost možná považovat za přínosnější následující analýzu rozhovorů se sedmi informanty ve věku od 18 do 27 let, kteří se rozhodli vyjít mi v rámci výzkumu vstříc.

### 4.1 CÍL VÝZKUMU

Cílem bakalářské práce bylo ze získaných rozhovorů s hipstery nashromáždit co nejvíce informací ohledně jejich identity a způsobu života k zodpovězení výzkumných otázek, které jsem si na samém začátku výzkumu stanovila.

Jako hlavní výzkumnou otázku jsem si zvolila:

*„Jaké jsou hlavní charakteristické znaky této subkultury?“*

Poté jsem si určila ještě dvě vedlejší výzkumné otázky:

*„Jaký je současný stav hipsterů na území České republiky?“*

*„Jak se subkultura projevuje v hudbě, módě a dalších kulturních aspektech?“*

## 4.2 METODA SBĚRU DAT

Pro svůj výzkum jsem vzhledem k tématu shledala jako nejvhodnější variantu kvalitativní metodu sběru dat, a to především z důvodu, že jsem více než o stručné statistické údaje usilovala o porozumění mentality této vybrané skupiny lidí. V návaznosti na to jsem si poté připravila kostru polo-strukturovaného rozhovoru, seřazenou od neobecnějších otázek po ty konkrétnější. Koncept obsahoval tyto otázky:

- Kolik ti je let?
- Co si představíš pod pojmem subkultura?
- Jak si mylíš, že člověk získá nějakou subkulturní identitu?
- Označují tě lidé v tvém okolí jako hipstera?
- Považuješ sám sebe za příslušníka této subkultury?
- Jak bys tuto skupinu lidí vůbec definoval? Jaké jsou hlavní charakteristické znaky? Co je pro hipstera typické?
- Jak se příslušnost k této komunitě projevuje v hudbě, módě a dalších kulturních aspektech?
- Jak se dostáváš k nové muzice?
- Kolik v průměru utratíš za hudbu a za módu?
- Podporuješ slow fashion nebo nakupuješ i v obchodních řetězcích typu H&M, Zara atd.?
- Kde hledáš inspiraci? Popřípadě jak ji zúročuješ?
- Projevuješ se nějakým způsobem na sociálních sítích?
- Jak bys popsal současný stav hipsterské scény v České republice?
- Napadají tě nějaké konkrétní osoby, které jsou podle tvého názoru pro tuto subkulturu klíčové?
- Kam bych měla vyrazit, abych se dostala mezi hipstery?

Na rozdíl od strukturovaného rozhovoru jde polo-strukturovaný rozhovor více do hloubky a umožňuje získat detailnější a komplexnější informace o studovaném jevu. Výhodou je, že výzkumník není vázán pevnou strukturou otázek, tudíž může dle libosti měnit jejich pořadí, některé vynechat nebo naopak položit další doplňující otázky (srov. Švaříček, Šedřová, 2007, str. 13, Sedláková, 2014, str. 211).

### 4.3 VÝBĚR VÝZKUMNÉHO VZORKU

Při hledání potenciálních informantů jsem ze všeho nejprve využila okruh svých přátel a známých. K velkému překvapení jsem velice rychle dostala tip na prvního kandidáta, který se posléze ukázal jako vzorový příklad hipstera. Dále jsem ve výběru výzkumného vzorku postupovala pomocí metody sněhové koule, kterou jsem znala z předmětu Metody výzkumu též jako řetězový či referenční výběr. Tato metoda spočívá v tom, že jedinci, kteří splňují požadovaná kritéria a již vybráni jsou, nominují další hodící se osoby. Tímto způsobem jsem získala kontakt na všechny své další informanty, s výjimkou jednoho, kterého jsem oslovila sama během průzkumu v terénu. V pražské kavárně Oblak nedaleko Krymské ulice, vyhlášené zvýšeným výskytem hipsterů, jsem se dala do řeči s místní obsluhou ohledně jejich podniku a klientely, načež jsem po chvíli přiznala motivy, které mě na místo přivedly. Slečna i její kamarád byli velmi přátelští a ochotní a poradili mi navštívit kavárnu Mezičasy, jejíž baristi jsou prý všichni do jednoho hipsteři. Právě tam se mi podařilo domluvit si schůzku s posledním informantem, kterého jsem oslovila především na základě jeho zevnějšku a stylu, jakým byl oblečený.

Pro výzkum se mi tedy podařilo zajistit sedm vhodných informantů. Vzhledem k paradoxu, který jsem popsala v teoretické části této práce, jsem k nim však ze začátku nemohla být zcela upřímná. Rozhodla jsem se proto využít strategii „ptát se hipsterů na hipstery“. Informanti byli obeznámeni s tím, že se bude můj výzkum soustředit na problematiku subkultur mládeže se zaměřením na hipstery, vynechala jsem však skutečnost, že za ně považují je.

Ze stejného důvodu není možné jednoznačně nalézt správný výzkumný vzorek. Jak jsem již popisovala, pravý hipster nikdy nepřizná, že jím je, a kdyby to náhodou udělal, automaticky by jím být přestal.

### 4.4 SBĚR DAT

Schůzku jsem si s každým z informantů domluvila prostřednictvím facebooku, který jsem využila jako komunikační kanál. Místo setkání si mohli dotyční zvolit dle vlastního uvážení, neboť mi záleželo především na tom, aby se během rozhovoru cítili příjemně. Jelikož byli všichni plnoletí, nebyl třeba souhlas rodičů.

Všechny rozhovory nakonec proběhly na veřejných místech. Jednalo se zpravidla o kavárny a „hospůdky“, které informanti běžně navštěvují a jsou jim nějakým způsobem blízké. Na začátku každého rozhovoru jsem jim ještě jednou zopakovala, k jakým účelům jejich odpovědi využiji. Snažila jsem se mluvit co nejsrozumitelněji a působit přátelsky.

Co se etického hlediska výzkumu týče, všichni informanti souhlasili s nahráváním rozhovoru na diktafon. Ujistila jsem je, že nahrávky budou sloužit jenom pro mě a že je v žádném případě nebudu šířit dál. Taktéž jsme se domluvili na tom, že nebudu ve své práci z důvodu ochrany osobních údajů uvádět jejich jména.

Švaříček a Šed'ová o etických zásadách kvalitativního výzkumu píše jako o „*obecných principech, se kterými se můžeme konfrontovat, nikoli přesných pravidel. Na každém badateli zůstává pečlivé zvažování všech etických aspektů jeho výzkumu. Morálnímu souzení a rozhodování se nelze vyhnout*“ (Švaříček, Šed'ová, 2007, str. 44).

Někteří z informantů dokonce projeví zájem si mou práci po jejím dokončení prohlédnout. Tuto možnost jsem jim přislíbila.

## **4.5 PŘEDSTAVENÍ INFORMANTŮ**

Pro bližší představu o mých informantech jsem se rozhodla o každém z nich zpracovat krátký medailon na základě informací, které mi sám poskytl. Jedná se především o údaje týkající se jeho práce, zájmů nebo vlastností pro něj typických.

### **Informant č. 1**

Informant č. 1 je muž ve věku 23 let. O hudbu se zajímá díky otci odmala, přestože se teorii nikdy neučil. V minulosti hrával na kytaru, měl vlastní kapelu a dva roky pracoval jako hudební dramaturg v komunitním rádiu. Aktuálně působí jako DJ a tzv. „bedroom producer“ lo-fi house hudby. Mimo to dělá editora a zástupce šéfredaktora v časopise a externě pracuje pro Český rozhlas. Označení hipster prý zaslechne od známých čas od času, ale spíše v ironickém a pejorativním smyslu.

### **Informant č. 2**

Informant č. 2 je muž ve věku 27 let. Pracuje v reklamní agentuře, kam dle jeho slov nastoupil spíše z potřeby, nežli by o místo opravdu usiloval. Posledního půl roku přežíval jako barman a recepční v „gymu“. Do toho se věnoval ještě tetování, což je prý jediná věc, která ho baví a zůstala mu. Kromě kreslení a navrhování „kérek“ provozuje ve volném čase

„klasickou povalečskou trojici“, čímž měl na mysli filmy, hry a knihy, nebo zajde na alkoholický drink s přáteli. Právě ti ho nazývají hipsterem.

### **Informant č. 3**

Informant č. 3 je mým nejmladším informantem. Je mu 18 let a studuje gymnázium. Více než studiu se však věnuje svým zájmům, a to především focení a skládání hudby. Hraje na několik hudebních nástrojů, při čemž největší slabost má pro piano a violoncello. Ve svém volném čase chodí vypomáhat do kavárny a vinárny Bílej Kocouř v historickém centru Pardubic nebo navštěvuje nejrůznější koncerty.

### **Informant č. 4**

Informant č. 4 je muž ve věku 22 let. Právě jeho jsem oslovila sama v podniku Mezičasy, kam jsem vyrazila na doporučení obsluhy z Oblak coffee. Nepodařilo se mi o něm nashromáždit tolik informací jako o ostatních informantech, ale v oboru pracuje již čtvrtým rokem, při čemž začínal jako brigádník. Dnes je hlavním baristou a se svým „latté artem“ objíždí soutěže.

### **Informant č. 5**

Informant č. 5 je žena ve věku 24 let. Ze všeho nejvíc prý miluje japonské animé, dobrou kávu a svou přítelkyni. Sama sebe považuje tak trochu za nerda, protože hraje počítačové hry více než kluci v jejím okolí, a je hrozný knihomol, a to ať už se jedná o mangu či klasickou literaturu. Svěřila se mi též se svou vášní pro barety, klobouky a pokrývky hlavy obecně. Sama sebe by se za hipstera neoznačila, ačkoliv přiznává, že jejich mentalita a vizáž je jí ze všech subkultur nejbližší.

### **Informant č. 6**

Informant č. 6 je muž, kterému je 23 a od útlých let se věnuje tanci a umění. Rád vyjadřuje pocity skrze hudbu a pohyb. Přiznává, že je odmalička spíše pod kontrolou své hlavy, než že by ji dokázal úplně ovládat, a tak většinou dělá, co ho napadne, co se mu líbí a co zrovna chce. Dle jeho slov ho lákají netradiční věci a tíhne k „podivnu“ a „nejasnu.“ Stejně jako informant č. 5 se čas od času podívá na japonský animovaný film, a ve volném čase napomáhá ke zdraví planety. Uklízí lesy, chodí bos, zkrátka se snaží spojit s přírodou, jak jen to jde. Lidé ho prý občas zařadí do škatulky hipster, protože se obléká odlišněji než ostatní, ale sám si jako hipster nepřipadá. Je prostě jen rád sám sebou.



## **Informant č. 7**

Informantem č. 7 je žena, které je 24 let. Ačkoliv vypadá na první pohled jako extrovert, ze všeho nejrady se schovává mezi regály plnými knih v knihkupectví, kde již několik let během studia pracuje. Knihy pro ni nejsou jenom náplní práce, ale i největším zálibou, která ji umožňuje únik z reality. Zároveň se snaží věnovat psaní, zatím však píše poezii hlavně sama pro sebe. Když už se rozhodne s něčím vyjít na povrch, učiní tak skrze anonymní instagramový profil, který si založila za tímto účelem. Časem by ráda překonala svůj strach a propracovala se k autorskému čtení.

## **4.6 ANALÝZA ROZHOVORŮ**

Po nashromáždění veškerých potřebných informací jsem jednotlivé výpovědi přepsala do textových dokumentů a následně mezi sebou odpovědi informantů začala porovnávat. Pro zpracování dat jsem tedy využila metodu zakotvené teorie (Strauss, Corbin, 1999, str. 24). Vzhledem k velkému počtu otázek jsem se rozhodla odpovědi uspořádat do několika tematických kategorií, při čemž zde některé informace, které zazněly, nebudu uvádět z důvodu odklonění informanta od tématu nebo z důvodu jejich irelevantnosti vůči mým výzkumným otázkám.

První z kategorií se zaměřuje na vymezení pojmu subkultura a na způsoby, kterými se jedinec může stát jejím příslušníkem. V druhé kategorii je shrnuto, co pro informanty znamená hipsterství a jak se dle nich hipsteři projevují v hudbě, módě a dalších kulturních aspektech. Třetí kategorie se soustředí na vnímání jich samotných jako hipsterů. Čtvrtá kategorie má poté za cíl popis současného stavu hipsterů na území České republiky.

### **Subkultura a subkulturní identita**

Jako první ze všeho mne zajímalo, co si informanti představují pod pojmem subkultura. U této otázky se všichni do jednoho shodli na tom, že se jedná o jakousi užší formu kultury, kterou tvoří určitý okruh lidí. Informant č. 1 subkulturu popsal jako „*sociální bublinu lidí s podobnými zájmy a znaky*.“ Se společnými zájmy a charakteristickými znaky souhlasila většina informantů, přičemž informant č. 3 doplnil, že tito lidé inklinují ke stejným hodnotám, názorům a životnímu stylu. Podle informanta č. 5 může tuto skupinu osob též spojovat hudební vkus či politické a náboženské vyznání.

Osobně mne zaujala poznámka informanta č. 6, že příslušníci subkultury fungují nezávisle na sobě. Zajímavé bylo taktéž tvrzení informanta č. 2, že „*subkultura má vždycky nějaký téma nebo podnět, ze kterýho vznikla. Má svoje společenský rituály, žebříček hodnot a škálu, podle který soudí ostatní ve skupině.*“

Informant č. 7 shrnul subkulturu takto: „*Je to okruh lidí, kteří jsou podobně myšlenkově ladění, mají stejné zájmy a přesvědčení. Nejde ani tak o nějaké vizuální prvky, které by měli všichni společné, i když je styl pro subkultury taky důležitý, jde spíš o jednotnou ideologii.*“

Právě tato poslední výpověď mne nutí zpochybňovat existenci hipsterů jako „plnohodnotné“ subkultury. Ačkoliv hipsteři vykazují některé z výše zmíněných subkulturních znaků, nelze potvrdit, že by sdíleli ideologii, která by byla pro všechny z nich společná.

U otázky ohledně subkulturní identity už se odpovědi informantů rozcházel. Několikrát se ve výpovědích objevilo pouze to, že k identifikaci dochází v období dospívání. Tuto skutečnost zmínil i informant č. 2: „*Myslím si, že se to často stává, když člověk dospívá, způsobem - to je cool, to chci být. To, co ho do té subkultury vtáhne, jsou hlavně lidi a nějaká image, kterou prezentují a kterou by chtěl on sám prezentovat. Podle mě jde z části o sebeidentifikaci a částečně o infantilní představu, kterou chce ten dotyčný naplnit.*“

Na základě všech odpovědí lze konstatovat, že identifikace se subkulturou probíhá dvěma hlavními způsoby, a to cíleně a náhodně. „*Existují různé způsoby, jak se člověk může stát součástí subkultury. Buď to může být cíleně, protože je pro něj daná subkultura atraktivní, tak se do ní infiltruje, nebo se stane jejím členem na základě svých názorů a zájmů, aniž by o to usiloval,*“ vysvětloval informant č. 7.

Dalšími motivy vedoucí jedince ztotožnit se s určitou subkulturou mohou být podle informanta č. 3 „*nedostatek podnětů, protest, přejímání názorů nebo frustrace z mainstreamové společnosti a ztráty individuality.*“

## **Hipsterství**

U otázek zaměřených přímo na hipstery se informanti rozpovídali. Když jsem informanta č. 2 požádala, aby mi popsal hipstera, vylíčil ho takto: „*Potkal jsem se s tímhle označením u bezdomovce, i u perfektně uhlazeného člověka s kostkovanou košilí a navoskovaným knírem. Spoustu lidí soudí hipstera podle vzhledu, ale pro mě se hipster víc*

*vyznačuje tím, jaký je. Popsal bych ho jako vysoce sociálního nerda. To, že například nosí vintage košile, svetry po dědečkovi a má tetování, je možná příznak, ale ne podstata.“*

Na tento názor navazuje odpověď informanta č. 6: *„Podle mě je to hlavně jeho smýšlení a chápání světa, co ho odlišuje od ostatních. Média vidí hipstery jako týpky s fousama, co nosej flanelky s ohrnutějma rukávama, aby byly vidět kérky a namakaný předloktí. Hipsteři sami sebe nevidí asi nijak, když se tak nechápou. Ale pro mě to jsou alternativní lidé, krapet umělecky talentovaní, s myšlením outside of the box.“*

Informant č. 7 si rovněž představuje hipstery jako lidi s otevřenou myslí: *„Jsou to volnomyšlenkáři a bohémové. Dost často vyznávají nezávislý způsob života - nejsou součástí nějakýho krysího závodu, ale žijí na volné noze.“*

Alternativní životní styl jako jednu z hlavních charakteristik uvedli i informanti č. 3, 4 a 5. Ve výpovědích byla také několikrát zmíněna snaha o nekonfliktnost a etický způsob života, který se projevuje především v zájmu o ekologii a v propagaci vegetariánství a veganství. V tomto ohledu vyslovil informant č. 5 jistou podobnost s hippies. Stejně jako květinové děti jsou prý hipsteři ohleduplní k planetě i k sobě navzájem akorát s tím rozdílem, že jsou dle slov informanta č. 4 neodmyslitelně spjati s městem.

Postoj k hudbě, módě a umění vyjádřil informant č. 1 heslem: *„I knew it before it was cool. Hipsteři si zakládají na tom, že mají netradiční zájmy, poslouchají neznámou hudbu a nosí oblečení, který se vymyká mainstream trendům.“*

*„Typické je pohrdání populární kulturou a návrat ke kořenům - uznávání jen starých nebo neznámých umělců, filmů, knih. Odpor k popové hudbě, kapitalismu a konzumerismu,“* vyjmenovával dále informant č. 5.

Co se hudby týče, ve většině odpovědí zazněl hudební žánr indie rock a experimentování s více různými styly. Kreativité hipsteři meze nekladou ani v oblasti módy - podle informanta č. 2 potrpí si na excentrickém oblečení a mixováním starších kousků s novými. Tyto informace doplnil informant č. 7: *„Jediný, co podle mě moc nemusí, je fast fashion - takový ty věci, co se prodávají ve velkých obchodních řetězcích a může je mít každý.“*

### **Vnímání sebe sama**

Každý z informantů se již setkal s tím, že ho někdo z jeho okolí nazval hipsterem. Na otázku, zda se jím cítí, reagovali s výjimkou informanta č. 4 dvěma způsoby - buď tuto

možnost okamžitě popřeli, nebo se vyhnuli odpovědi s odůvodněním, že si nemyslí, že to je subkultura.

Z rozhovorů paradoxně vyplývá, že vnímají hipstera především jako člověka, kterému je vlastní jít proti proudu a nechce být škatulkován, přičemž v podstatě popsali sami sebe. Nicméně o hipsterech mluví jako o něčem, co je „tam venku“ a co se jich netýká.

Jediný informant č. 4 bez okolků přiznal, že pouze využívá „hipster image“, a to především na pracovišti: *„Když vidím v kavárně nějakýho takovýho rádoby hipstera, působí to na mě strašně profesionálně. Ale jezdit na kole, ať je to jakkoliv daleko a nepoužívat všechno, co přišlo do styku s nějakým zvířetem, takovej já nejsem. Jen se tak oblíkám a chci tak působit. Za čistokrevnýho hipstera se určitě nepovažuju.“*

Dle rozdělení Aleksandry Litorowicz ho lze proto zařadit mezi hipstery následovníky - lidi, kteří pouze přebírají trend dané skupiny.

### **Současný stav hipsterské scény v České republice**

Během rozhovorů zmínila velká část informantů neurčitost hranice mezi tím, kdo ještě hipster je a kdo už ne. Z tohoto důvodu je poněkud problematické spolehlivě vystihnout současný stav hipsterů na území České republiky.

Informant č. 3 je názoru, že *„to pravé hipsterské jádro tvoří studenti uměleckých škol a filozofických fakult.“* Mezi ostatními informanty však převládá představa, že hipsterství v původním slova smyslu je spíše přežitě a na ústupu.

*„Myslím, že se hipsterská scéna během pár let dost rozrostla, ale také dost rozmělnila. To, co dřív hipster nebylo, teď je a částečně i naopak. Mám pocit, že to je jedna z těch subkultur, co je dost lákavá, a tím se vlastně sama zničí a integruje se do běžného života všech lidí,“* zhodnotil situaci informant č. 2.

S tímto tvrzením se ztotožnil i informant č. 7, který dodal, že hipsterského vizuálu v poslední době dost zneužívají hlavně módní značky a podniky.

Dle informanta č. 5 hipsterská scéna *„existuje a neexistuje. Nikdo si o sobě nemyslí, že je hipster, protože je to společensky vnímáno jako urážka. Nicméně lidi, odpovídající popisu hipstera, existují a ovlivňují nejrůznější odvětví, módy, kavárenství i umění. Žijeme, myslím si, všichni ve vzájemné symbióze.“*

Expanze hipsterských podniků a značek tedy nemusí být chápána jenom v negativním slova smyslu, naopak má i pozitivní dopad na ekonomiku. Hipsteři taktéž přispívají k revitalizaci průmyslových budov a upadajících městských čtvrtí. Podle informanta č. 1 je příkladem pražská Meetfactory, která dnes funguje jako galerie a hudební a divadelní scéna.

Ve výpovědích se také několikrát objevil víceúčelový prostor Vnitroblok. Informant č. 4 se k němu však vyjádřil: *„Od té doby, co tam udělali footshop, je to tam akorát samej sneakerhead a trendsetter. Tyhle holešovický hipster placy už jsou celkově provařený. Hipstery potkávám teď spíš na Vinohradech.“*

Jako další hipsterská místa informanti uvedli kavárny a bary Café v lese, Bullerbyn, Kavárna co hledá jméno nebo artová kina Aero, Bio Oko a Světozor. Co se Brna týče, zmínili SKØG a Industry.

Otázka ohledně osob, které jsou pro hipsterskou scénu klíčové, informanty zaskočila. Odpověděl na ni pouze informant č. 2: *„Ne, pro mě je hipsterství věc čistě vnitřní, generovaná vlastním vkusem a vlastním názorem.“*

#### **4.7 VYHODNOCENÍ ZÍSKANÝCH DAT A ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK**

Na základě rozhovorů, které byly vedeny tak, aby měli informanti dostatečný prostor k projevu a mohli své odpovědi rozvést, nyní zodpovím výzkumné otázky, které jsem si na začátku této práce stanovila.

Hlavní výzkumná otázka zněla:

*„Jako jsou hlavní charakteristické znaky této subkultury?“*

Z mého zkoumání vyplývá, že hipsteři subkulturou nejsou. Většina informantů se v tomto ohledu shodla na tom, že jsou subkultury založené především na subkulturní ideologii. Proto, že hipsteři jednotný subkulturní základ nemají, nelze je za subkulturu považovat.

Hlavním charakteristickým znakem této skupiny lidí je touha po autenticitě a originalitě. Ta se projevuje v podobě alternativního způsobu života a inklinace k netradičním věcem a činnostem. Ústředními motivy, vedoucí hipstery k vymezování se vůči většinové společnosti, mohou být obavy ze ztráty individuality nebo nesouhlas s obecně platnými normami.

Typické je pro tyto jedince distancování se od označení hipster. Z tohoto důvodu je možné hipstery pokládat za společenský fragment, jejíž existenci lze potvrdit jenom zvenku, nikoliv zevnitř skupiny.

Hipsteři jsou též všeobecně spojováni s vyústěním městského života. Zároveň tíhnou k šetrnému životnímu stylu, tudíž bývají často přezdívaní „městskými hipíky“.

Druhá výzkumná otázka zněla:

*„Jaký je současný stav hipsterů na území České republiky?“*

Zde bylo z výpovědí informantů patrné, že kvůli nepevným mantinelům hipsterství lze jen stěží určit přesný stav. Aktuálně jsou hipsteři chápáni jako moderní kmen, který je založen hlavně na vkusu a konzumaci, nad čím informanti projevíli lítost.

Celkově byli informanti ohledně současné hipsterské scény spíše skeptičtí. Většina z nich konstatovala úpadek v důsledku vlivu komerce a rozšíření hipsterů do mainstreamu.

I když se mezi nimi našli i tací, kteří ocenili jejich kladný vliv v oblasti ekonomiky. V posledních letech se zrodilo nespočet hipsterských bister a kaváren, které dokáží upoutat pozornost nejen svým výběrovým sortimentem, ale i zajímavými interiéry.

Třetí výzkumná otázka:

*„Jak se subkultura projevuje v hudbě, módě a dalších kulturních aspektech?“*

Hipstery lze jednoznačně označit jako průkopníky, a to ať už v hudbě, módě či dalších odvětvích. Z výpovědí informantů vyplývá, že rádi objevují. To, co jim někdo podsouvá, u nich většinou neuspěje.

Novou hudbu hledají převážně přes aplikaci Spotify nebo na zahraničních blozích. Přestože je s nimi z minulosti spjatý hlavně indie rock, nechávají se ovlivňovat celou škálou hudebních žánrů, které navzájem kombinují.

Stejný přístup uplatňují i ve vztahu k módě. Pokud je možnost, snaží se odívat šetrně, aby co nejméně zatěžovali planetu. Někteří z informantů však uvedli, že je pro ně pomalá móda finančně nedostupná.

U vizuálního umění je to dle slov informantů sporné. Toto odvětví obsahuje široké spektrum tvorby, které je zajímavé.

## ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo na základě literárních pramenů a kvalitativního výzkumu zmapovat moderní a stále se vyvíjející fenomén hipsterství.

Hipsterem byl v původním slova smyslu člověk, který stál spíše na okraji společnosti. Usiloval o oproštění od veškerých společenských dogmat a nechtěl být kategorizován. Za jeho prvního předchůdce je pokládána bohéma 18. a 19. století, jež byla spojována s netradičním způsobem života a sklonem k pokleslým mravům.

Postupem času se chápání hipстера změnilo. Současný hipster je vnímán jako příslušník městského kmene, neboli neo-kmene, subkulturního útvaru, který klade důraz hlavně na hudební a vizuální styl.

Shledávat hipстера členem subkultury je však chybné, a to ze dvou důvodů. Prvním důvodem je skutečnost, že subkultura stojí především na subkulturní ideologii. Hipsteři jednotnou ideologií nemají, tudíž nemohou být subkulturou. Druhým důvodem je fakt, že když by hipsteři přijali subkulturní identitu, byli by naprosto v protikladu původní myšlence vymanit se kategorizaci.

V návaznosti na tento paradox lze konstatovat, že hipsterství v současné době ztrácí svou skutečnou podstatu a rozptyluje se do většinové společnosti. Přesto jsem měla během některých rozhovorů s lidmi, jež se rozhodli podpořit můj výzkum, pocit, že ještě nezaniklo úplně.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BAUMAN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta, 2004. ISBN 80-204-1195-X.

BENEDICT, Ruth. *Kulturní vzorce*. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-212-7.

BRAKE, Mike. *The sociology of youth subcultures: Sex and drug and rock*. London: Routledge & Kegan, 1980. ISBN 0-7100-0363-3.

BROŽ, Vladimír, VESELÝ, Karel. *Kmeny: Současné městské subkultury*. Praha: Bigg Boss & Yinachi, 2011. ISBN 978-80-903973-2-3.

BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

DUFFKOVÁ, Jana, URBAN, Lukáš, DUBSKÝ, Josef. *Sociologie životního stylu*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-123-6.

ELLEY, Benjamin. *The New Gnostics: The Semiotics of the Hipster*. Nový Zéland: University of Canterbury, 2014.

GINSBERG, Allen. *Kvílení a jiné básně*. Praha: Argo, 2015. ISBN 978-80-257-1424-9.

GOFFMAN, Erving. *Stigma: Poznámky k problému zvládnutí narušené identity*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2003. ISBN 80-86429-21-0.

GREIF, Mark. *What Was The Hipster?: A Sociological Investigation*. New York: N+1 Foundation, 2010. ISBN 9780982597712.

HARTL, P., HARTLOVÁ, H. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-303-X.

HOBSBAWN, Eric. *The Age of Revolution*. London: Abacus, 2008.

HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5.

JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-535-0.

KABÁTEK, Aleš. *Sociologie generace*. IN KABÁTEK, Aleš a kol. *Sociologické texty II. (Speciální a aplikovaná sociologie)*. Praha: Univerzita Karlova, 1995.



- KINZEY, Jake. *The Sacred and The Profane: An Investigation of Hipsters*. Winchester, UK: John Hunt Publishing, 2012. ISBN 978-1-78099-034-7.
- KOLÁŘOVÁ, Marta. *Revolta stylem: Hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. ISBN 978-80-7419-060-5.
- LITOROWICZ, Aleksandra. *Subkultura hipsterów*. Varšava: Katedra, 2012. ISBN 978-83-63434-01-4.
- MACEK, Petr. *Adolescence*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-17178-747-7.
- MATOUŠEK, Oldřich, KROFTOVÁ, Andrea. *Mládež a delikvence: Možné příčiny, současná struktura, programy prevence kriminality mládeže*. Praha: Portál, 1998. ISBN 80-7178-226-2.
- NAKONEČNÝ, Milan. *Základy psychologie*. Praha: Academia, 1998. ISBN 80-200-0689-3.
- PETRUSEK, Miloslav. *Sociologie. Občanská nauka (základy společenských věd)*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1992. ISBN 80-04-25981-2.
- SAK, Petr. *Proměny české mládeže*. Praha: Petrklíč, 2000. ISBN 80-72229-042-8.
- SAK, Petr, SAKOVÁ, Karolína. *Mládež na křižovatce: sociologická analýza postavení mládeže ve společnosti a její úlohy v procesech evropeizace a informatizace*. Praha: Svoboda Servis, 2004. ISBN 80-86320-33-2.
- SEDLÁKOVÁ, Renata. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.
- SMĚKAL, Vladimír. *Utváření a vývoj osobnosti: psychologické, sociální a pedagogické aspekty*. Brno: Barrister & Principal, 2002. ISBN: 80-85947-83-8.
- SMOLÍK, Josef. *Subkultury mládeže: uvedení do problematiky*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2907-7.
- STRAUSS, Anselm L., CORBIN, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce, 1999. ISBN 80-85834-60-X.
- ŠVARŤÍČEK, Roman, ŠEĐOVÁ, Klára. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-313-0.
- THORTON, Sarah. *Club cultures: music, media, and subcultural capital*. Hanover: University Press of New England, 1996. ISBN 0819562971.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

VACEK, Pavel. *Rozvoj morálního vědomí žáků*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7376-386-4.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie I: Dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8.

VOLEK, Jaromír. *Mediální gramotnost: Jak rozumět obsahům médií*. St. Louis, Webster university: DIMLE, 2013. ISBN 0-275-96727-1.

## **ELEKTRONICKÉ ZDROJE**

ec.europa [online]. 24. 11. 2011, [cit. 2011-11-24]. *Bílá kniha Evropské komise, Nový podnět pro evropskou mládež*. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/pdf/press/ks8ekbk.pdf>

BENNETT, Andy. *Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste*. *Sociology*, 33(3), 1999. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/S0038038599000371>

FLETCHER, Kate (2007). *Slow fashion*. [cit. 2007-06-01]. Dostupné z: <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion>

HENKE, Kelsey. *Postmodern Authenticity and the Hipster Identity*. *Forbes & Fifth* [online]. 2013, vol. 3, issue 0 [cit. 2015-03-12]. DOI: 10.5195/forbes5.2013.12. Dostupné z: <https://archive.forbes5.pitt.edu/ojs/index.php/forbes5/article/view/12/16>

LINHART, Jiří, URBÁNEK, Eduard (2017). *Způsob života konzumní*. *Sociologická encyklopedie*. 11. 12. 2017. Dostupné z: [https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Způsob\\_života\\_konzumní](https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Způsob_života_konzumní)