



ER IS LEVEN
NA DE
hipster

Nu de hipster op sterven na dood is, is het wachten op de volgende subcultuur. Wat blijkt? Spelen met meerdere identiteiten is de trend.

Tekst Marloes Berghege



‘Hé, leuk die bloes! Ook H&M?’ De hipster moet het niet makkelijk hebben gehad de laatste tijd. Ineens in de rij moeten staan bij zijn favo barista voor een bak koffie (uiteraard van een zeer specifieke boon met een wolk melk, of eigenlijk niet echt melk, en een drizzle van het een of ander), door de vele knotten het bos niet meer zien en overall omringd worden door zijn ‘authentieke’ noncha stijl. Want wat blijkt? Daar hoeft je niet meer voor naar vintage winkels en onafhankelijke boetiekjes nu de mainstream ketens ook ‘de hipster memo’ hebben gehad. Balen is dat. Worden opgepikt door de mainstream kan nooit zijn bedoeling zijn geweest en is dan ook meteen de doodsteek voor de hipster. Want hoe kun je nog lekker authentiek zijn als je achterlicht uit een of ander onduidelijk gehucht (niets tegen gehuchten) dezelfde dingen doet? Ja, dat kan dus niet. En dus is de hipster dood. Jammer. Vooral van de koffie.

Alternatief, kakkers, sporters

Laten we vooropstellen dat dit een heel natuurlijk proces is. Natuurlijk. Dat moet voor een hipster toch fijn zijn om te horen. ‘Als je kijkt naar de grotere subculturen uit het verleden – denk aan hippies en punkers – dan is dit proces zeer normaal,’ vertelt Linda Duits, sociaalwetenschapper gespecialiseerd in populaire cultuur aan de Universiteit Utrecht. ‘Een subcultuur is een

‘De jeugd van nu wil uniek zijn. Bij één grote groep horen is saai’

groep die zich onder de dominante cultuur bevindt en deze uitdaagt, die zich daarvan wil onderscheiden. Dat gebeurt op basis van bijvoorbeeld taal, kleding, mediagebruik en onderling gedeelde normen en waarden. Dit stopt als een subcultuur populairder wordt en meer mainstream, want je kunt natuurlijk niet tegendraads zijn met iets wat iedereen doet. Dan verzet je je eigenlijk nergens meer tegen. Het onderscheid tussen de sub- en de dominante cultuur valt weg en dan komt er weer een nieuwe groep.’ En hoewel het geheel afhankelijk is van de tijdgeest wat die nieuwe groep wordt en wat op dat moment mainstream is, is er wel degelijk een lijn te zien. Duits: ‘Historisch gezien waren veel subculturen jeugdculturen. Als je in verschillende landen door de jaren heen aan jongeren vraagt welke groepjes er bij hen op school zijn, krijg je vaak hetzelfde te horen: alternatief, kakkers, sporters, et cetera. Die klikjes zijn stabiel gebleven. Er zijn altijd groepjes alternatievelingen. Vroeger heetten die dan de nozems, later waren dat de hippies en nu zijn dat de hipsters.’ Nou ja, dat wáren dus de hipsters, want ook die zijn inmiddels passé. De namen van de groepen en hun gebruiken en ideologie zijn met de tijd anders geworden, maar aan die verschillende klikjes is in het algemeen niet veel veranderd.

Mixen en matchen

Wat wel veranderd is, is dat de subculturen vloeiender zijn geworden. Waar de subculturen vroeger meer een reactie waren op de gevestigde maatschappij en een middel om je daartegen af te zetten, gaat het behoren tot een subcultuur nu meer om jezelf en je eigen identiteit. Dat maakt ze minder uitgesproken en meer open. Janna Michael, cultuursocioloog aan de Erasmus Universiteit, legt uit: ‘De traditionele subcultuur ontstond vaak doordat jonge mensen het niet eens waren met hoe de maatschappij was en van die onvrede hun identiteit maakten. Denk aan de punkers. Dat maatschappelijke, meer politiek gedreven en meer ideologische is nu wat minder. De jeugd van nu is heel erg bezig met wie ze zijn en wie ze willen zijn. Uniek zijn is belangrijk. Dan past het ook niet om bij één grote groep te horen. Dat is saai. Dus speel je met meerdere identiteiten en de symbolen die daarbij horen. We hebben nu minder uitgesproken subculturen en meer verschillende, kleinere scenes. Mensen mengen meerdere identiteiten.’ Goed nieuws dus. Je mag ze mengen. Dat was vroeger uitgesloten. Je kon niet, bij wijze van spreken, op maandag een punker zijn en op vrijdagavond helemaal losgaan op disco. Je koos er één en die deed je totaal. Inclusief haar, kleding, symbolen, muziek en taalgebruik. Tegenwoordig pik je uit een subcultuur wat jou aanspreekt. Dat betekent dat je wél die goede koffie erin kan houden (jee!),

Dat hoefde je vroeger niet te proberen: de ene dag punker zijn en de volgende disco

De feminist is gespot door grote merken: je vindt haar boodschap al op T-shirts

maar die bril af kunt zetten (die had je toch niet echt nodig). En je kunt eindelijk gewoon naar dat concert van Tino Martin in de Ziggo Dome zonder dat je daar ironisch over hoeft te doen. Tino is ook gewoon een kant van jou en dat maakt je uniek. De hipster 2.0 mixt en matcht zijn eigen identiteit bij elkaar. En laten we eerlijk zijn, dat is pas écht hipster.

Dit zijn de trends

Maar welke nieuwe groepen dingen naar dat plekje van de hipster, nu deze in de mainstream afgrond is gestort? Misschien vegan zijn? Ontzettend hip, toch? De groep vegans wordt almaar groter en groter en dat kan nog weleens gaan escaleren. *World domination*, zeg maar. En de fitgirl dan? Nog zo'n hippe die er toch ook al een tijdje vrij hardnekkig is. Of een yuccie, een 'young urban creative'? Een soort van afgeleide van de hipster door die met een yup te combineren. Is dat dan niet de nieuwe hipster? Nee, nee en nee. 'Allemaal alweer enigszins over hun hoogtepunt heen,' zegt trendwatcher Marijke Bleijswijk van A Trend Story. Welke dan wel? Als trendonderzoeker kan Bleijswijk precies vertellen wat de vijf nieuwe, opkomende subculturen zijn. Handig. Dan hoeft jij alleen nog maar je eigen unieke mix te maken. Et voilà, je gaat een niet-mainstream leven tegemoet. Althans: voorlopig dan.



DE FEMINIST BALT HAAR VUIST

Jij bent een feminist, jij bent een feminist en jij bent een feminist! *We should all be feminists!* Met kleding waarop statements staan als 'Support your local girl gang' en vulva's en borsten in de vorm van sieraden laat de feminist zien waar ze voor staat. Ook via social media verspreidt ze graag haar feministische gedachtegoed. Ze laat vaak bewust haar lichaamshaar groeien en/of verft het knalroze. Niet alleen steeds meer vrouwen, ook mannen profileren zich als feminist. Ook zij zijn te herkennen aan shirts met teksten om een feministisch statement te maken, zoals: *'This is what a real feminist looks like'*. 'Femvertising' en de mainstream liggen voor de feminist op de loer, want de grote modeketens hebben haar in de smiezen. Shirts bedrukt met 'Feminist' zijn al gespot bij grote ketens als H&M en Primark. Begrijpelijk. Want, zoals de shirts al zeggen, zouden we niet allemaal feminist moeten zijn?

BALANCEREN MET DE YOGI

Adem diep in door je neus... en adem uit door je mond. De stad is druk, druk, druk en de yogi onttrekt zich op haar yogamat aan alle hectiek. Deze moderne hippie is mentaal en lichamelijk ontzettend in balans. Ze leeft duurzaam, in harmonie met de wereld om zich heen en staat open voor bijzondere ontmoetingen en spirituele ervaringen. Afgezien van de obsessie met haar yogamat is ze zeer geïnteresseerd in het uitdragen van specifieke elementen uit het sterrenstelsel, symbolen of edelstenen met een dieperliggende betekenis. Het alziend oog is zeer belangrijk en zichtbaar in sieraden, kleding en tatoeages. Zoek je een yogi? Je vindt haar op stilte-retreat in Azië of op de moderne hippiemarkt. Namasté. →



HET SUCCES VAN DE GIRLBOSS

Everyday I'm hustlin'. Laat de girlboss maar schuiven. Ze is niet bepaald het afwachterende type en neemt de leiding over haar eigen leven en carrière.

Ze timmert keihard aan de weg naar succes door zich te onderscheiden door middel van haar werk. Of ze nou een eigen onderneming heeft of freelance voor verschillende opdrachtgevers werkt, ze doet het altijd vanuit passie. Dat vindt ze belangrijk. Door het gebruik van de wereldberoemde hashtag #girlboss op social media genereert ze meer bekendheid én breidt ze haar netwerk uit. Deze subcultuur leeft vooral online, maar offline kan je haar ook herkennen aan een 'powersuit'.



DE QUEER VERVAAGT DE GRENZEN

De queer laat zich niet in hokje duwen. De seksuele geaardheid en/of het biologische geslacht? Het blijft een vraagteken. Het doet er ook niet toe voor de queer. Ze zet zich af tegen de standaard en viert diversiteit. Terwijl er onder veel subculturen een vast stijlbeeld heerst, kenmerkt de queer zich juist door een enorme verscheidenheid aan outfits en individuen.

Glitterbaarden versus zwart leer en veel naakt tegenover kleurrijke stoffen galore. Eén schoonheidsideaal? Daar doet ze niet aan. Waarom zou je ook. Je kan de queer vinden op queer festivals zoals Milkshake.

EEN LESJE VAN DE (INSTA) ART-GIRL

De Instagirl kennen we al een tijdje. Die doet het goed en dus zijn er inmiddels alweer variaties op haar gesignaleerd. Meet de (insta) art-girl. Nu nog een niche, maar ze heeft de potentie om een heel grote te worden. Ook de art-girl zit op Instagram, alleen deelt ze niet de koffie die ze die dag gedronken heeft, maar liever haar zelfgemaakte kunst en die van anderen. Geen edgy expositie is voor haar veilig en ze neemt haar volgers via Instagram graag aan de hand. Ze volgt een opleiding op de kunstacademie en is druk bezig met fotografie. Je herkent haar aan een extravagant uiterlijk, vaak met een combinatie van veel kleurrijke kledingstukken. #art #expressyourself •

