

Uvod: Eksplozija posebnega

Kamorkoli v sodobni družbi pogledamo, vidimo, da tisto, kar se vse bolj pričakuje, ni *obče*, temveč *posebno*. Institucije in posamezniki svojih upov, interesov in naporov ne usmerjajo v standardizirano in regulirano, pač pa v edinstveno, v singularno.

Turistični kraji denimo ne smejo biti več zgolj enolične počitniške destinacije množičnega turizma. Nasprotno, zdaj turisti pozornost namenjajo edinstvenosti kraja, posebnosti mesta z avtentično atmosfero, izjemni pokrajini in posebni lokalni kulturi. In to je zgolj eden od mnogih primerov, kajti trend je zajel celotno poznomoderno globalno ekonomijo. Povsod, naj gre za materialne dobrine ali storitve, velja, da množično proizvodnjo uniformnih proizvodov odrivajo dogodki in stvari, ki niso za vse enaki ali identični, ampak naj bi bili enkratni, se pravi *singularni*.¹ Tako imajo ljudje strasten odnos do nevsakdanjih dogodkov, kot so koncerti v živo in glasbeni festivali ter športni in umetniški dogodki, pa tudi do *lifestyle* športov in navideznih svetov računalniških iger. Novodobni t. i. etični potrošnik je zmožen razviti tolikšno občutljivost za razločevanje

¹ O kulturnem kapitalizmu prim. Jeremy Rifkin, *The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism*, New York 2000; Pierre-Michel Menger, *The Economics of Creativity. Art and Achievement under Uncertainty*, Cambridge 2014.

med vrstami kruha ali kave, kakršna je bila nekoč značilna kvečjemu za poznavalce vina. Namesto da bi kupil serijski kavč, zdaj išče vintage kos; blagovna znamka, kakršna je Apple, pa poleg najnoveše tehnologije ponuja nič manj kot atraktivno in edinstveno okolje, ki ga ne bi zamenjal za prav nič drugega. Navsezadnje smo priča tudi različnim psihološkim svetovanjem s ponudbo terapevtske ali duhovne storitve po meri.

Poznomoderna ekonomija je vse bolj usmerjena v singularne stvari, storitve in dogodke, dobrine, ki jih proizvajajo, pa niso več zgolj funkcionalne, temveč nosijo tudi ali sploh samo kulturno konotacijo in so afektivno privlačne. Ne živimo več v industrijskem kapitalizmu, živimo v *kulturnem kapitalizmu*. To pa ni brez daljnosežnih posledic za temelje dela in poklicnega sveta: medtem ko so bile v stari industrijski družbi v ospredju jasno določene formalne kvalifikacije in zahteve glede dosežkov, morajo v novi ekonomiji znanja in kulture delovni subjekti razviti neki izjemen »profil«. Nagrajeni so samo tisti, ki dosežejo kaj izjemnega ali kaj takega obetajo, ki presegajo povprečje, delojemalci z vsakdanjimi rutinskimi opravili pa lahko vse skupaj le opazujejo z dolgim nosom.

Brez dvoma družbi narekuje tempo ekonomija, a tudi na drugih področjih, denimo pri izobraževanju, se že dlje časa kaže premik poudarka z občega na posebno.² Šolam danes ne zadošča več, da kakor še pred 20 leti učencem dobro posredujejo državno predpisano učno snov. Vsaka šola mora in hoče biti drugačna, mora in hoče izoblikovati svoj lasten izobraževalni profil ter učencem (in staršem) omogočiti, da si sestavijo svojo lastno izobraževalno pot.

² Pojme »singularnost« oziroma »enkratnost« in »posebno« tukaj uporabljam kot sinonime, bom pa v nadaljevanju knjige začel razločevati med družbenimi oblikami posebnega (prim. pogl. I.2).

In tudi posameznega otroka njegovi starši – vsaj če so del novega, visoko izobraženega srednjega sloja – obravnavajo kot človeka, čigar posebne darove in lastnosti je treba dejavno razvijati.

Med področji, na katerih lahko že lep čas spremljamo prodor singularnega, je tudi arhitektura: internacionalni stil s svojim serijskim načinom gradnje deluje monotono in že v postmoderini osemdesetih let 20. stoletja ga je v veliki meri nasledila arhitektura osamljenih izjemnih zgradb, tako da so današnji muzeji, koncertne dvorane, ikonične veleblagovnice in stanovanjske hiše zgrajeni v včasih presenetljivem, včasih pa čudno izvirem slogu. Za tem se skriva korenita preobrazba prostorskih struktur: v globalizirani in urbanizirani pozni moderni naj bi zamenljive prostore klasične moderne nadomestili prepoznavni posamezni kraji, vsakemu od njih pa lahko pripišemo neko svojsko atmosfero in ga povežemo še s specifičnimi zgodbami in spomini. Tako se mesta in metropole trudijo razviti – med drugim v imenu t. i. *kultume regeneracije* – nekakšno značilno lokalno logiko, ki naj bi obetala kakovostno življenje in edinstveno ponudbo. V ta privlačna mesta se vse bolj zgrinja novi srednji razred, medtem ko drugim pokrajinam, ki veljajo za neatraktivne, grozi opustelost – pa naj bodo v Združenih državah Amerike ali v Franciji, v Veliki Britaniji ali Nemčiji.

Nič čudnega torej, da tudi in še posebej poznomoderni subjekt, ki se v tem okolju giblje, zase in za svoje življenje išče zadovoljitev v posebnem. Do sedemdesetih let 20. stoletja prevladujoči tip subjekta na Zahodu, ki ga je David Riesman označil za »družbeno prilagojeno osebnost«, tj. povprečen uslužbenec s povprečno družino v predmestju,³ zahodne družbe vse bolj zavračajo kot konformističnega

³ Prim. David Riesman, *The Lonely Crowd. A Study of the Changing American Character* [1949], New Haven 2001.

in kot nekakšen kontrast, od katerega želi poznomoderni subjekt odstopati. Ulrich Beck in drugi govorijo o individualizaciji, s čimer imajo v mislih, da so subjekti osvobojeni splošnih družbenih zahtev in tako rekoč prepuščeni lastni odgovornosti.⁴ A singularizacija je več kakor samostojnost in samooptimizacija. Osrednjega pomena zanjo je bolj zapleteno stremljenje k edinstvenosti in izrednosti, doseganje katerih pa seveda ni le subjektivna želja, temveč je postalo tudi paradokсно družbeno pričakovanje. Posebej izrazito se odraža v novem, visoko kvalificiranem srednjem razredu, se pravi v tistem družbenem proizvodu ekspanzije izobraževanja in postindustrializacije, ki je postal vodilni milje pozne moderne. Vse se ocenjuje po merilu posebnosti: kako se živi, kaj se jé, kam in kako se potuje, kako se skrbi za lastno telo ali kakšen je krog prijateljev. V modusu singularizacije se življenja preprosto ne le živi, pač pa se ga kuratira. Poznomoderni subjekt svoje (zahtevam ustrezno) posebno sebstvo pred drugimi, ki postanejo njegovo občinstvo, *performira*. In samo če deluje avtentično, je tudi atraktivno. Pri tem izgrajevanju lastne posebnosti so eno od osrednjih prizorišč vsenavzoči družbeni mediji s svojimi profili. Subjekt se tu giblje na obširnem družbenem trgu atraktivnosti, na katerem poteka nenehen boj za vidnost, ki jo prinaša zgolj nenavadnost. Pozna moderna se je tako izkazala kot *kultura avtentičnega*, ki je obenem *kultura atraktivnega*.

Dejstvo, da staro logiko občega iz industrijske družbe v pozni moderni nadomesti družbena logika posebnega, je končno in v posebej veliki meri povezano z oblikami družbenega, kolektivnega in političnega zgodnjega 21. stoletja. Nikakor se namreč ne singularizirajo zgolj posamezniki ali stvari, singularizirajo se tudi kolektivi!

⁴ Prim. Ulrich Beck, *Družba tveganja: na poti v neko drugo moderno*, slov. prev. Mojca Savski, Založba Krtina, Ljubljana 2001.

Seveda še vedno obstajajo formalne organizacije, ljudske stranke in birokratska država, a so v prid partikularističnim in začasnim oblikam družbenega, ki obetajo več identifikacije, potisnjene v ozadje, v defenzivo. Te začasne oblike spodkopavajo univerzalna pravila in standardizirane postopke ter namesto tega gojijo neki lasten svet z lastno identiteto. Mednje sodijo kolaboracije ter projekti v poklicnem in političnem svetu, ki so kot afektivne enote z določenimi udeleženci in omejenim rokom trajanja vsak zase singularni. Spadajo pa tudi scene, politične subkulture ter rekreacijske in potrošniške skupnosti tako v realnem kakor v virtualnem svetu, ki so kot estetske ali hermenevtične izbirne skupnosti z zelo specifičnimi interesi in svetovnimi nazori precej oddaljene od množične kulture in političnega mainstreama.

Singularizacija družbenega navsezadnje velja tudi za tiste globalno pojavljajoče se politične in subpolitične *neoskupnosti*, v katerih se posvečajo zgodovinski, prostorski ali etični posebnosti neke kulture, zamišljene kot skupne. Gre za zelo široko polje: vključuje identitetne politike etničnih skupnosti in skupnosti diaspore, ki so se izoblikovale med globalnimi migracijskimi tokovi. Prav tako se marsikje, predvsem v krščanstvu in islamu, širijo nove verske, tudi fundamentalistične skupnosti in se zunaj uradnih cerkva postavljajo v položaj nekakšnega verskega ekscelencializma. Desni politični populizem, ki je v postopnem porastu vse od preloma tisočletja, se v tem okviru sklicuje na kulturno avtentičnost lastnega ljudstva in njegove nacionalne kulture. Obenem in na drugačen način pa je ta »kulturna raznolikost« na začetku 21. stoletja postala tudi vodilo liberalne družbene in kulturne politike.

Našteti, na prvi pogled zelo heterogeni fenomeni sodobne kulture skupaj, kakor v kalejdoskopu, sestavijo vzorec, ki ga želim v tej knjigi natančneje preučiti. Moja vodilna teza je naslednja: v

poznomoderni družbi potekajo strukturne spremembe, pri katerih nekdaj prevladujočo vlogo družbene logike občega prevzema *družbena logika posebnege*. To posebno, edinstveno, torej to, kar se zdi nezamenljivo in neprimerljivo, bom označil s pojmom singularnosti.⁵ Za mojo teorijo pozne moderne in moderne v celoti je torej vodilno razlikovanje med občim in posebnim. Razlikovanje ni ravno enostavno, odpira pa pogled, ki nam bo pomagal razložiti sodobnost. Razlika med občim in posebnim je izvorno filozofska in je sistematično razdelana pri Kantu.⁶ Toda sam bi jo rad osvobodil korzeta epistemologije in jo sociologiziral. Seveda v človeškem svetu vedno obstaja tako obče kakor tudi posebno; gre za vprašanje zomega kota. Po Kantu so »pojmi« vselej obči, »zor« pa je usmerjeno v posebno. Tako je mogoče sleherni element sveta interpretirati bodisi kot konkretno posamezno bodisi kot primerek nekega občega tipa. Sociološko gledano je to trivialno. Družbenoteoretsko je zanimivo nekaj drugega: obstajajo družbene strukture in cele družbene ureditve, ki sistematično spodbujajo in nagrajujejo izdelovanje občega, medtem ko singularnosti zavirajo in razvrednotijo. Obstajajo pa tudi družbene strukture in družbe, ki, nasprotno, singularnosti porajajo in poudarjajo, torej izvajajo prakso singularizacije – na

⁵ Za ta pojem v nekem ožjem kontekstu ekonomske sociologije prim. Lucien Karpik, *L'économie des singularités*, Pariz 2007; v kontekstu kulturne antropologije prim.: Igor Kopytoff, »The Cultural Biography of Things«, v: Arjun Appadurai (ur.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge 1986, str. 64–91. Kopytoff in Karpik sta moja najpomembnejša vira navdiha. Pojem singularnega in singularnosti sam uporabljam drugače, kakor se uporablja v kontekstu raziskovanja umetne inteligence ali med transhumanisti, kakršen je Ray Kurzweil v: *The Singularity is Near. When Humans Transcend Biology*, New York 2005.

⁶ Prim.: Rainer Kuhlen, Art. »Allgemeines/Besonderes«, v: Joachim Ritter (ur.), *Historisches Wörterbuch der Philosophie*, 1. zv., Basel 1971, str. 181–183. Prim.: Immanuel Kant, *Kritika čistega uma*, slov. prev. Zdravko Kobe, Društvo za teoretsko psihoanalizo, Ljubljana 2019, zlasti str. 63–70; ter Immanuel Kant, *Kritika razsodne moči*, slov. prev. Rado Riha, Založba ZRC, Ljubljana, 1999, zlasti str. 240–249.

račun občega. Niti obče niti posebno torej ne obstajata enostavno kot taka. Oba sta družbeno sfabricirana.

Poznomoderna družba, se pravi oblika moderne, ki se razvija od sedemdesetih ali osemdesetih let 20. stoletja naprej, je *družba singularnosti*, saj postavlja družbeno logiko posebnega na prvo mesto. Je tudi prva družba, kar je treba posebej poudariti, ki je to kar najširše uveljavila. Družbena logika posebnega pri tem zadeva vse vidike družbenega: tako stvari in objekte kakor subjekte in kolektive, tako prostorskosti kakor časovnosti. »Singularnost« in »singularizacija« sta presečna pojma in označujeta presečni pojav, ki prepreda celotno družbo. Še posebej moramo poudariti sicer sprva morda težko sprejemljivo misel: singularizacija je zagotovo vezana tudi, nikakor pa ne *samo* na človeške subjekte, torej klasičen, samo za ljudi rezerviran pojem individualnost ni več primeren. Singularizacija pač zajema tudi in v prav posebni meri proizvajanje in prilaščanje stvari in objektov kot posebnih. Zadeva oblikovanje in zaznavanje tako prostorskosti kakor časovnosti in ne nazadnje kolektivov.

Struktura družbe singularnosti je nenavadna in presenetljiva, zdi se celo, da nimamo primernih pojmov in pogledov, da bi jo v vsej njeni kompleksnosti zmogli razumeti. Kako je mogoče, da se neka družba organizira po takšnem, na videz bežnem in nesocialnem merilu posebnega? Katere strukture vzpostavlja družba singularnosti, kako so v njej oblikovani gospodarstvo in tehnologija, družbeni ustroj in življenjski slogi, poklicni svet, mesta in politika? In kako se more in mora družbene logike singularizacije lotiti sociološka raziskava, ki jo želi vzeti pod drobnogled? Za začetek je pomembno, da se taka raziskava poskuša izogniti dvema napačnima pristopoma: mistifikaciji in razkrinkavanju.

Kdor prevzame držo *mistificiranja* posebnosti, kar je razširjeno v družbenem svetu poznavalcev umetnosti in pobožnih vernikov,

občudovalcev karizme in zaljubljenec, glasbenih navdušencev, fetišistov blagovnih znamk in neomajnih lokalpatriotov, predpostavlja, da so stvari, ki so jim pomembne in jih fascinirajo, tako rekoč v svojem naravnem bistvu in neodvisno od opazovalca *zares* avtentični in edinstveni pojavi. V luči takšne mistifikacije avtentičnega sociološka analiza opravlja funkcijo pojasnjevanja. Edinstvenosti ne moremo kar predpostavljati kot preddružbeno danost, temveč je treba najprej vse procese in strukture družbene logike singularnosti rekonstruirati. »Družbena logika« pomeni, da singularnosti ne obstajajo enostavno objektivno ali subjektivno, temveč so skoz in skoz *družbeno sfabricirane*. Kakor bomo še videli, se to, kaj obvelja in kar se doživlja kot edinstvenost, izkaže izključno znotraj in prek družbenih praks zaznavanja, vrednotenja, proizvajanja in prilaščanja, v katerih se ljudje, dobrine, skupnosti, slike, knjige, mesta, dogodki ipd. *singularizirajo*. Ne gre za logično protislovje, pač pa za resničen paradoks, da je namreč možno raziskovati *obče* prakse in strukture, v središču katerih je proizvajanje *posebnosti*. Točno to je naloga te knjige: poskuša opredeliti vzorce, tipe in konstelacije, ki nastanejo pri družbenem proizvajanju edinstvenosti. Singularnosti so s tem vse drugo kakor antidružbene ali preddružbene; metaforika osamitve in izolacije bi bila v tem kontekstu povsem zgrešena. Singularnosti so, nasprotno, to, okoli česar se v pozni moderni vrta *družbeno*.

A po drugi strani poskus seciranja družbene logike posebnega brez mistificiranja bistvenosti ne pomeni, da singularnostim odrekamo njihovo realnost in jih razkrivamo kot gole privide ali ideološki konstrukt. Ta drža razkrinkavanja se sicer pogosto pojavlja pod preobleko kulturne kritike. Kulturni kritiki uživajo, ko – kakor menijo – pokažejo, da so dozdevne edinstvenosti drugih dejansko le dodatni primerki občnih tipov, da so primeri množičnega okusa ali večnega kroženja blaga: proizvodi firme Apple, filmi bratov Coen