

Sloveniji. Gre za področje, na katerem se je v Sloveniji v zadnjem letu v relativno zaprtem znanstvenem krogu sicer odprla razprava, a je še vedno izrazito zanemarjeno in nedotaknjeno in na katerem je kritični pristop z vidika načela subsidiarnosti še toliko bolj koristen.

Kljub vsemu doslej zapisanemu menim, da je srčika znanstvenega dela sklepni del, v katerem so podane kritične ugotovitve dejanskega stanja nadgrajene z avtorjevim mnenjem o prihodnjem razvoju lokalne samouprave v Sloveniji ter celo mrežo predlogov nadaljnjih smeri razvoja slovenske lokalne samouprave. S sklepnim delom knjige dobi presoja celotne reforme lokalne samouprave z vidika načela subsidiarnosti, katerega bistvo je, da daje prednost lokalnemu nivoju pred državnim, logično zaokroži-
tev.

Delo dr. Staneta Vlaja "Lokalna samouprava s poudarkom na načelu subsidiarnosti" je uspela znanstvena razprava tako o lokalni samoupravi na splošno, kot tudi o sami reformi lokalne samouprave, katere pomanjkljivosti in slepe ulice odkriva s pomočjo specifičnega vidika načela subsidiarnosti, kar je avtorju tudi omogočilo, da ni ostal zgolj pri kritikah in slabostih reforme, temveč je ponudil tudi konkretne predloge in ideje za nadaljnjo pot slovenskega sistema lokalne samouprave. Tako recenzirano delo ni samo kakovosten pripomoček za študente družboslovnih fakultet, temveč tudi delo, ki ga vsi, ki se kakorkoli - teoretično raziskovalno ali praktično - ukvarjamo z lokalno samoupravo v Republiki Sloveniji, enostavno ne moremo in tudi ne smemo prezreti.

Blaž LENARČIČ

Slavko Kurdija

Družbene identitete in pomen potrošnje

(Potrošnja kot produkcija)

Znanstvena knjižnica FDV 2000, 168 str.

Devetdeseta leta prejšnjega stoletja so minila v znamenju dveh procesov, globalizacije in individualizacije. Ena izmed posledic

teh dveh procesov je prav gotovo upadanje pomena velikih zgodb, ki so prevladovala do tedaj. Z velikimi zgodbami mislimo predvsem na ideologije, velike nacionalne države, religije, narode... Poleg velikih zgodb pa so se začeli radikalno spreminjati tudi sistemi, ki delujejo med posamezniki in družbo, in so še vedno aktualen problem, s katerim se srečujejo posamezniki v vsakdanjem življenju. Taki sistemi so na primer zaposlovanje, družina, javni in zasebni prostor, produkcija...

Vsi ti procesi modernizacije povzročajo probleme družbene identitete, kajti posamezniki nepripravljeni naletijo na novosti, pri katerih se ne počutijo več suvereni in zaradi tega morajo začeti na novo postavljati svojo identiteto.

Ko govorimo o modernizaciji pa nikakor ne moremo mimo potrošništva, kajti ravno potrošništvo se kaže kot njen vzrok in posledica. Za sodobno potrošnjo je namreč značilno, da uveljavlja specifične, simbolno kulturne determinante družbene pripadnosti oziroma družbenega razlikovanja. Potrošnja v smislu čiste uporabniške utilitaristične oblike v realnosti nikakor ne obstaja, obstaja pa kot kulturna praksa tako, da nima opravka z materialnim ali predmetnim, temveč z esenco simbolnega. To dejstvo pa pomeni, da lahko ravno z obravnavo potrošništva verjetno najlažje opredelimo nekatere značilnosti modernih družb, kar je v svoji knjigi z naslovom Družbene identitete in pomen potrošnje tudi naredil Slavko Kurdija.

Uvodoma avtor nakaže smer razprave, ki vodi tja, kjer velja nematerialno kot simbolno kulturna dimenzija in jo večina sodobnega družboslovja prepoznava kot pomembno merilo oblikovanja družbenih identitet. V tem smislu, kot merilo družbenega razlikovanja za izhodišče razprave avtor vzame poklic in ekonomske temelje ter se opre na osrednji pojem, ki označuje razlikovanje, in neenakost v sociologiji, to je pojem diferenciacije.

Če je diferenciacija eno izmed meril družbenega razvoja, je po avtorjevem mnenju za Webra to merilo racionalizacija, in sicer kot kalkulabilno, neosebno, profitabilno ravnanje. Drugače pa racionalizacija pomeni tudi

to, da družbene razmere ustvarjajo posameznike, ki oportuno prisegajo na materialno dobrobit in ekonomski uspeh, tako da po avtorjevem mnenju takšen tip subjektivnosti pooseblja subjekt protestantske etike, ki izhaja iz Webrove klasike *Protestantska etika in duh kapitalizma*.

Vzporedno z družbenim napredkom se pojavi demistifikacija in ponovna (posvetna) interpretacija prej religiozno interpretiranega sveta, namreč, oblikuje se odnos do sveta, opredeljenega z vednostjo in poznavanjem sveta. Tako, da je sedaj nova racionalnost razumljena kot instrumentalna racionalnost.

V nadaljevanje razprave avtor vpelje pojem statusa, ki se ga danes po njegovem mnenju opredeljuje kot stanje stvari neke posameznikove objektivnosti oziroma zamejenost njegovih življenjskih možnosti. Torej je status potemtakem skupnost enake zavesti ali skupne kulture, kot določena potrošniška kategorija oz. kategorija življenjskega stila kot skupka kulturnih praks.

Avtorjevo razmišljanje se nadaljuje z individualizacijo identitet, kajti spremembe, ki so močno zaznamovale sodobne družbe v drugi polovici dvajsetega stoletja, so tudi v temelju spremenile način vzposajljanja družbenih identitet. Tok teh sprememb in uveljavitev nove družbenosti po avtorjevem mnenju označuje pojem postmoderne, ki jo opredeli kot visoko moderno oz. razvito moderno. Nato s pomočjo Becka, Jamesona in Harveya predstavi značilnosti tega obdobja.

Materialna in nematerialna produkcija sta postali množični. Značilnost postmodernosti pa je prav v soobstoju množičnosti na eni ter povečanju diferenciacije in individualizacije na drugi strani. To pa po avtorjevem mnenju v družbenem kontekstu omogoča soobstoj med seboj zelo različnih si kulturno-identitetnih praks, ki povzročajo razvoj množične kulture, ki ji sledi delitev na množično potrošniško kulturo in nekomercialno elitno visoko kulturo.

Pojav, s katerim se je družba srečala v procesu modernizacije, je bil tudi že uvodoma omenjeni pojav individualizacije. Avtor se tukaj opre na Becka, ki pravi, da povečana diferenciacija v individualnih življenjskih zgodbah močno zaznamuje pomen posameznikovih odločitev, ki določajo njegovo biografijo. Skratka vzpostavljajo se razmere, v katerih je posamezniku prepuščeno, da v večji meri in odgovorneje vpliva na svojo družbeno usodo. Tako okoliščine, ki določajo posameznikovo identiteto (kot socialno usodo), niso več tradicionalizem, objektivna vezanost na neposredno družbeno okolje ali pa socialni izvor posameznika. Nasprotno, posameznikova socialna usoda je v veliki meri posledica načrtno izbire, ki usmerja njegovo delovanje v skladu z njegovimi predstavami, željami in potrebami tako, da z razvrščanjem preferenčnih kriterijev on sam ustvarja svojo lastno mrežo in določa svoje komunikacijsko okolje, skratka oblikuje svojo lastno identiteto.

Iz tega je tudi razvidno, da individualizacija ni zgolj individualno afirmativni proces, ampak odpira tudi pasti posameznikove močno povečane odgovornosti. Avtor tudi razmišlja o moči sociosimbolnih identitet. Izhodišče tega razmišljanja mu predstavlja vloga raziskovanja življenjskega stila, saj naj bi širše razumljen življenjski stil poleg individualnosti, samozavedanja in samoizražanja izražal tudi tisto, kar imenujemo potreba ali želja. Tako razumevanje življenjskega stila pa zajema tako ekonomske kot kulturna ravnanja, kar predstavlja zgodbo družbene identitete.

Nato nas avtor seznanja s konceptom habitusa, za katerega pravi, da je splošnejša oznaka posameznikovih dispozicij, ki vplivajo na njegovo družbeno ravnanje. Povzame tudi eno izmed pomembnejših ugotovitev Bourdieuevega referenčnega dela *Distinction* (1992), in sicer, da se sodobne oblike razrednosti vzpostavljajo skozi razmerje ekonomskega, kulturnega, socialnega in simbolnega kapitala. Poudari pa, da Bourdieu v splošnem te različne vrste kapitalov razdeli na ekonomski in kulturni kapital, ki sta skupaj z vrstami habitusov podlaga za oblikovanje družbenih razredov.

Oblike družbenega razlikovanja se danes kažejo predvsem na ravni potrošnje kot specifične oblike kulture, v tem smislu se tudi potrošniška diferenciacija kaže kot kulturna diferenciacija. Tako kot posameznikova identiteta se tudi identiteta družbenih skupin še posebej jasno oblikuje z redom

potrošnje in to tako, da se z izbiro dobrin in njihovo potrošnjo vse bolj določa končna identiteta sodobnega družbenega subjekta. ?... potrošništvo v post-tradicionalnih družbah ne temelji na potrošnji predmeta kot predmeta z atributi, ki poteši realno potrebo, temveč predmeta, ki se kaže kot znak? (str. 60).

Avtor bralcu pojasni opredelitev potrošnje kot ekonomije znaka na dveh nivojih. In sicer, temeljni nivo označuje razliko med potrebo in željo, kjer je pa po njegovem mnenju potrebno poudariti, da potreba in želja ne pogojujeta neposredno druga druge, marveč, da se gibljeta na različnih ravneh, saj je zadovoljevanje potrebe v prvi vrsti odvisno od želje. To pomeni, da je v osnovi potrebe želja, ki se izraža z označevalcem, ta je pa medij, katerega artikulacija je odvisna od želje. Drugi nivo pa je posredovanje učinka označevalca, namreč izkaže se, da je preferenca do konkretnega objekta izrednega pomena, če v izhodišče postavimo to, da prek socialno pripoznanih meril okusa vzpostavljamo identiteto oz. pripadnost. Avtor na podlagi tega zaključí, da potrošnja ne temelji na potrošnji realnih objektov, marveč na izbiri znaka.

V sociologiji je potrošništvo v zadnjih letih postalo priljubljena tema, in tako se tudi avtor v drugem delu knjige posveti sociologiji potrošnje. Verjetno bi že s samo analizo potrošništva lahko opisali temeljne značilnosti in dinamiko modernih družb, če pa razkrivamo še elemente sodobnega potrošništva, lahko odkrijemo prenekatero resnico sodobnih družb.

Razpravo o družbenih razsežnostih potrošnje avtor začne s predstavitvijo dveh postopkov statusnega samoprikazovanja, in sicer razkazovalnega brezdelja, ki označuje možnost določene družbene skupine, da svoj čas trati v brezdelju, lagodju, kar samo po sebi označuje oziroma dokazuje moč in bogastvo in razkazovalne potrošnje, saj je tako kot neproduktivna raba časa tudi neproduktivna raba dobrin podoben statusni označevalec.

Kdor trdi, da se o okusih ne razpravlja, se moti, kajti avtor nam s pomočjo dialektike mode in družbenih identitet, Mc Crackenovim konceptom patine,

Bourdieujevim konceptom okusa kot ?match-makerja? in antropologijo ust dokaže, da se o okusih še kako razpravlja. Okus namreč združuje predmete in ljudi, ki sodijo skupaj, gre za družbeno funkcijo okusa, da pripadnikom določenega kroga posreduje afirmativne informacije, ki utrjujejo pripadnost in obstoječa identiteta izhodišča, ki izhajajo iz okusa.

Individualna razsežnost potrošnje se kaže v potrošnji kot produkciji smisla, individualizaciji potrošnje in modernem hedonizmu. Ena najpomembnejših stvari, ki označuje novo dobo potrošnje, pa je po avtorjevem mnenju želja, saj subjekt potrošnje ne potrebuje več dobrin, ampak si jih le želi. Uresničitev te želje pa mu predstavlja užitek, vendar ne za dolgo.

Na koncu avtor opozori, da dosedanji pristopi k sociološkemu razumevanju potrošništva še vedno ne ponujajo neke obče teorije, ki bi v diskurzivnem smislu skušala celostno pojasniti fenomen potrošnje ali razmerje med potrošnjo in potrošniško identiteto.

Potrošnja se po avtorjevem mnenju kaže kot oblika dela na objektu potrošnje. Saj je delo, ki ga potrošnik opravi, podobno delu, ki ga opravi človek v naravi z namenom pridelati si del narave. Tako da potrošnik s posredovanjem na blagu opravi specifično obliko dela, ki je čisto dejanje kulture. Potrošnikov izbrani cilj je po avtorjevem mnenju povezati samega sebe v posebno sociosimbolno mrežo, ki ji lahko rečemo identiteta. Potrošnja je postala nekakšno nasprotje svoje pomenske opredelitve, postala je namreč produkcija posameznikove identitete.