

Mestne kulture in postmoderni življenjski stili*

Kako naj razumemo povečan interes za mestne kulture in urbane življenjske stile? Po eni strani lahko upravičeno trdimo, da so imela mesta vedno izoblikovane kulture, tako da so oblikovala značilne kulturne izdelke, artefakte, zgradbe in specifične načine življenja. Če smo še bolj "kulturološki", lahko trdimo, da je vsaka organizacija prostora, vsaka oblika zgradb sama po sebi manifestacija določenih kulturnih kodov. V tem primeru nam še posebej "globoki" kulturni kodi omogočajo, da na primer vidimo mesta predvsem kot gospodarske, funkcionalne ali estetske celote. Če se pomaknemo od bolj gospodarskega in funkcionalnega pogleda h kulturnemu in estetskemu, si pri tem morda lahko pomagamo tako, da to povežemo s premikom od moderne in modernizma k postmoderni in postmodernizmu. Pustimo to vprašanje zaenkrat ob strani in se najprej osredotočimo na idejo, da so mesta vedno imela kulture. Ob tem namreč lahko pokažemo na dva pomena pojma kultura: kultura kot način življenja (antropološki pomen) in kultura kot umetnost, kulturni izdelki in izkustva, ki nas duhovno plemenitijo (visoka kultura). Ena osrednjih tem, o kateri bom govoril v tem poglavju, je brisanje meja med omenjenima pomenoma kulture. To je razširilo vrsto kulturnih fenomenov od umetnosti (visoka kultura) in vključilo širok spekter popularnih in vsakdanjih kultur, kjer lahko praktično vsak objekt ali izkušnja velja za predmet kulturnega zanimanja. Istočasno se je pozornost pomaknila od življenjskih stilov, pojmovanih kot relativno fiksni dispozicij, kulturnih okusov in praks prostega časa, ki ločijo skupine med seboj, k domnevi, da so v

** Iz Mike Featherstone (1991): Consumer Culture and Postmodernism, Sage, London.*

sodobnih mestih življenjski stili oblikovani bolj aktivno. Tako se pozornost obrne od življenjskega stila, ki je utemeljen na razredu ali mestu prebivanja, k življenjskemu stilu kot aktivni stilizaciji življenja, kjer povezanost in enotnost prepuščata mesto igrivemu raziskovanju začasnih izkustev in površinskih estetskih učinkov. Tisto, kar fascinira številne kulturne kritike, so sestavljeni učinki teh premikov, ki jih le-ti obravnavajo kot indikatorje bolj temeljnih družbenih in kulturnih premikov. Te premike vedno pogosteje poimenujejo postmodernizem.

V tem poglavju bomo poskušali razumeti te spremembe tako, da se bomo osredotočili, prvič, na transformacije življenjskih stilov in mestnih kultur, do katerih prihaja in ki predvidoma ustvarjajo postmodernizacijo in, drugič, na spremembe v družbenih strukturah in odnosih, zaradi katerih posebne skupine kulturnih specialistov in posrednikov izrabljajo in razvijajo nove trge kulturnih dobrin in izkustev. Pozornost je skratka potrebno usmeriti na vlogo interpretov, nosilcev in promotorjev novih kulturnih dobrin kot izkustev in na sprejemanje teh dobrin in izkustev kot pomembnih, smiselnih in vrednih investiranja.

Preden se bolj podrobno lotimo teh vprašanj, bomo na kratko obravnavali številne faktorje, zaradih katerih so kultura mest in urbani življenjski stili postali predmet obravnave. Najprej omenimo predpostavko, da so določena mesta (na primer Firenze, Benetke) kulturna središča z umetnostnimi zakladi in kulturno dediščino preteklosti, ki domujejo tako v muzejih in galerijah kot v podobi zgradb in prostorski ureditvi, ki predstavljata osnovni vir njihovega kulturnega kapitala. Skupaj z idejo, da je mesto lahko "umetniško delo" (Olsen 1986) kot v zgornjem primeru ali v primeru izredne naravne lepote pokrajine (na primer Rio de Janeiro, San Francisco), ki jo lahko obravnavamo kot alternativni vir prestiža ali kulturnega kapitala, vidimo, da so mesta lahko tudi kulturna središča v smislu prostora za prosti čas in zabavne industrije. Še posebej močan kulturni kapital imajo lahko metropole (kot so New York, Pariz, Los Angeles, London), saj so središča kulturne produkcije, kjer ne domuje le umetnost (področje, ki se še širi), temveč tudi množična kulturna industrija – industrija mode, televizije, kina, založništvo, industrija popularne glasbe, turizem in industrija prostega časa. Z uporabo pojma kulturni kapital (Bourdieu 1984) želimo v tem kontekstu pokazati na vire bogastva, ki so alternativni ekonomskemu (finančnemu in industrijskemu) kapitalu in katerih vrednost je navsezadnje lahko spremenjena nazaj v ekonomsko vrednost na vrsto posrednih ali neposrednih načinov. Tu gre za pripravljenost nacionalnih politikov, mestnih administracij in zasebnih kapitalistov, da spodbujajo vlaganja v kulturo, in za njihovo dojemljivost za podobo mesta v pogojih intenzivne konkurence.

Drugič, zaradi splošnega razmaha kulturnega področja znotraj sodobnih zahodnih družb ne pride le do povečanega trga kulturnih

dobrin in informacij, temveč tudi do tega, da materialni akt, ki ga sestavljata nakup in potrošnja dobrin, vedno bolj posreduje razpršene kulturne podobe (oglaševanje, razkazovanje in promocija), v katerih postane glavni vir zadovoljstva potrošnja znakov ali simbolni vidik dobrin. Tu lahko opozorimo na povečano pomembnost oblik potrošnje prostega časa, kjer je poudarek na potrošnji izkustev in zadovoljstva (kot so tematski parki, turistični in rekreacijski centri) in na načinih, na katere se več tradicionalnih oblik potrošnje visoke kulture (kot so muzeji, galerije) preoblikuje v dobavitelje za širši krog publike. Ti trgujejo s kanonično in auratično umetnostjo in z izobraževalno-vzgojnimi pretenzijami s poudarkom na spektakularnem, popularnem, ugodje vzbujajočem in takoj dostopnem. Obenem bi lahko trdili, da obstaja še zblíževanje med tema dvema kulturnima oblikama in tretjo – razvojem nakupovalnih središč in kompleksov.

Tretjič, več vrst kulturnih aktivnosti in prostočasnih aktivnosti ni le povečalo števila možnih življenjskih stilov prostega časa, temveč je povzročilo tudi vrsto kvalitativnih premikov. Kot smo že omenili, pri določenih skupinah (posebno pri mladih, visoko izobraženih in srednjem razredu) obstaja tendenca, da bi zavzeli bolj aktiven odnos do življenjskega stila in do stilizacije življenja. Naj tu omenimo imitacijo in priljubljenost življenjskih stilov umetniških subkultur (boemi, avantgardisti) v sodobnih metropolah, obenem pa opozorimo tudi na tako imenovane "umetnike življenja" – na slikarje, ki ne slikajo, vendar umetniško senzibiliteto uporabijo za to, da bi iz svojega življenja naredili umetniško delo. Skrb za modo, samoprezentacijo, "the look" s strani novega vala urbanih *flâneurjev* kaže na proces kulturne diferenciacije. Ta velikokrat predstavlja nasprotje stereotipnih podob množičnih družb z vrsto podobno oblečenih ljudi, združenih v množico. Ko sodobno dobo označimo za obdobje "brez stila", če si sposodimo Simmlovo frazo, potem to govori o naglem kroženju novih stilov (moda, videz, dizajn, potrošno blago) in na nostalgичno uporabo preteklih stilov.

V procesu stilizacije in estetizacije vsakdanjega življenja smo obenem priča zblíževanju med popularnostjo umetniških življenjskih stilov in stilistično prezentacijo ter med prezentacijo ter razvojem diferencirane in sofisticirane vrste potrošnih dobrin, dejavnosti prostega časa in izkustev. Zanje je značilen poudarek na dizajnu, stilu ter na umetniških in modnih kulturnih podobah. Lahko bi tudi trdili, da so določeni modernistični umetniški tokovi (kot sta dadaizem in nadrealizem), ki so za postmodernizem postali osrednji v šestdesetih letih, poskušali podreti mejo med umetnostjo in vsakdanjim življenjem. Hoteli so pokazati, da je mogoče najbolj banalne potrošniške kulturne objekte, kič in delčke množične kulture estetizirati in predstaviti kot subjekt formalne strukture umetniških del ali kot elemente, vključene v ta dela. Postmoderna umetnost se je prav tako osredotočala na telo, živo umetnost in na

happening. Tako lahko opazujemo križanje številnih tokov: večje vlaganje v stil, dizajn in kulturne podobe potrošnih dobrin, v prostore prostega časa in potrošnje, ter v podobo mesta; razmah umetniških poklicev, posrednikov in pomožnih delavcev z rastjo umetniških enklav in sosesk (npr. Soho v New Yorku). Opazujemo lahko tudi premik k postmodernej umetnosti z njeno estetizacijo vsakdanjega življenja in kultur množične potrošnje, vedno večji pomen družbenih skupin, ki se zanimajo za artistično razkazovanje, modno oblačenje in samoprezentacijo. To pogosto zahteva igriv ali parodičen poudarek, ki naj bi domnevno presegal tradicionalne statusne igre, ko se ljudje premikamo po mestnih prostorih in prostorih za potrošnjo, prosti čas in zabavo. V nadaljevanju bomo to obravnavali podrobneje.

POSTMODERNE MESTNE KULTURE

Nekateri kritiki so posamezne tendence, ki smo jih obravnavali, razumeli kot postmoderne. Medtem ko pojem "postmoderno" in njegove najbolj običajne derivate "postmodernizem" in "postmodernost" na splošno uporabljajo na mnoge različne načine, pa nas vodijo k vrsti kulturnih sprememb, ki so lahko znamenje bolj temeljnih transformacij družbenih struktur in medsebojnih odnosov. Med najbolj pogosto omenjenimi značilnostmi, povezanimi s postmodernizmom, so: (1) antiuniverzalistično stališče v filozofiji ter družbeni in kulturni teoriji, ki kaže, da so univerzalistične metanaracije, ki utemeljujejo zahteve zahodne moderne po privilegirani univerzalnosti v svojem pojmovanju znanosti, humanizma, socializma, itd., premagane in da moramo stremeti k oblikovanju manj pretenzionoznih načinov vedenja, bolj občutljivih za lokalne razlike, ko intelektualci zamenjajo svojo vlogo zaupnih zakonodajalcev z vlogo interpretov (glej Lyotard 1984; Kellner 1988; Bauman 1988); (2) privilegiranje lokalnega in domačijskega se kaže v demokratičnem in populističnem razbijanju simboličnih hierarhij znotraj akademskih ter intelektualnih in umetniških krogov, kjer je izpodrinjeno razlikovanje med visoko kulturo in popularnimi ali množičnimi kulturami, umetnostjo in vsakdanom – preprosto rečeno, "učiti se moramo od Las Vegasa" (Venturi et al. 1977); (3) premiki od diskurzivnih k figurativnim oblikam kulture, ki se manifestira v prevladi vizualnih podob pred besedami, v primarnih procesih tega nad sekundarnimi in bolj v potopitvi kot pa v distanciranem občudovanju odmaknjenega gledalca; in (4) ti vidiki so zajeti v frazi "plitka postmoderna kultura" (Jameson 1984) in ideji, da bi moral urejen zgodovinski razvoj odstopiti prostor percepciji preteklosti kot konglomerata podob, fragmentov in predstav, ki so neštetokrat kopirane in simulirane brez možnosti, da odkrijemo osnovni red ali pogled, ki bi nam omogočal vrednostno sodbo. Te značilnosti so omenjali kritiki na raznih akademskih področjih. Toda ne glede na to, kako uporabno je

govoriti o premiku, ki presega moderno, in ki ga implicira pojem "postmodernizem", nas uporaba pojma usmerja, da zaznavamo pomembne spremembe v umetniških in popularno-kulturnih praksah, režimih pomenov in načinih orientacije znotraj vsakdanjega življenja. Duh populizma in rušenja hierarhij v postmodernizmu usmerja našo pozornost na način, s katerim je kultura prišla na površje kot predmet razprave, kot nekaj, o čemer se teoretizira in kar se raziskuje skupaj z demonopolizacijo uveljavljenih simbolnih hierarhij. Minula nadvlada teh simbolnih hierarhij je pomenila, da so bile določene ideje kulture same po sebi umevne in jih niso tematizirali. Zato lahko, kot DiMaggio (1987), Zahod obravnavamo kot svet, ki vstopa v fazo "kulturne deklasifikacije", v kateri bo prišlo do intenzivne konkurence med širokim izborom konceptov kulture in do zmanjšane možnosti vsiljevanja vrednostne hierarhije.

Za naše lastne potrebe je zanimiva ugotovitev, da so kritiki prevzeli retoriko postmodernizma, da bi lahko razumeli spremembe v kulturi mest in urbanih življenjskih stilih, na katere smo opozorili. Posebej vpliven je bil Baudrillard s svojo idejo simulacijske kulture. S tem ko je trdil, da je potrošno blago v poznem kapitalizmu razvilo širok izbor imaginarnih in simbolnih asociacij, ki prikrivajo njegovo osnovno uporabno vrednost in tako postanejo blagovni znaki, je razkril kvalitativen premik v intenziviranju tega procesa. To vodi k izgubi občutka za konkretno realnost, ko potrošniško-televizijska kultura s svojo lebdečo množico znakov in podob proizvaja neskončno vrsto simulacij, ki med seboj tekmujejo. Baudrillard to imenuje "hiperrealnost" – svet, v katerem se kopičenje znakov, podob in simulacij preko potrošništva in televizije odraža v destabilizirani, estetizirani halucinaciji realnosti. Po Baudrillardovem mnenju je postala kultura praktično prosto plavajoča, kultura, ki povsod aktivno posreduje in estetizira družbeni ustroj in družbene odnose. To je premik od diskurzivne refleksivne nadvlade jezika k figuralnim kulturnim oblikam. Te poudarjajo takojšnjost in intenzivnost oralnih in vizualnih senzacij, ki nudijo inkoherentna in disperzna zadovoljstva razsrediščenim subjektom.

Če to prevedemo v urbani kontekst, je očitno, da se staro pojmovanje o predmodernih mestnih kulturah – ki predpostavlja, da so določena mesta utelešena tradicija, zgodovina in umetnost, prostor za mnoge slavne zgradbe in znamenitosti, ki nudijo močan občutek za prostor in kolektivno identiteto, in pa "dekultivirano" mesto, modernistično funkcionalno ekonomsko mesto, v katerem prevladuje vesoljski izgled modernistične arhitekture z visokimi zgradbami, mrežasto železno podobo – umika postmodernemu mestu, ki zaznamuje povratak h kulturi, stilu in dekoraciji. Vendar gre za poudarek v okviru meja "no-place space", kjer se tradicionalni pomeni kulture ne pojavljajo več v svojem izvornem kontekstu, ampak ga spreminjajo in simulirajo, podvajajo in obnavljajo. Post-moderno mesto ima zato veliko močnejšo zavest o svoji podobi in

kulturi; je tako središče kulturne in splošne potrošnje. Tega ne moremo ločevati od kulturnih znakov in podob. Tako so urbani življenjski stili, vsakdanje življenje in dejavnosti prostega časa bolj ali manj pod vplivom postmodernih simulacijskih tendenc.

Če pogledamo nekaj primerov: postmoderne tendence v arhitekturi lahko razumemo kot upor proti arhitekturnemu modernizmu z njegovim strogim mesijanskim funkcionalizmom in abstraktnim formalizmom, s ponovnim uvajanjem dekoracije, mešanja stilov in z igrivo pop-art simulacijo potrošniškega blaga (tako kot poslopje Philipa Johnsona Chippendale ATT v New Yorku). Prav tako postmodernizem uvaja to, kar Venturi in njegovi sodelavci (1977) v *Learning from Las Vegas* imenujejo "obcestni eklekticizem" – eklektično stilizirano zbirko velikih napisov in majhnih zgradb ob avtocesti. Besede, slike, plastika in neon se mešajo med seboj. Tu je v nasprotju z modernistično strogostjo znova uporabljen simbolizem, ki oblikuje pokrajino hedonistične potrošniške kulture. Pop-art parodična duplikacija množičnih potrošniških kulturnih objektov je vržena nazaj v naročje urbane pokrajine in kulturne industrije. Virov inspiracije ne nudijo samo panoji, temveč še posebej podobe iz elektronskih medijev. Pri večbarvnih fasadah, prekritih s pretiranim številom ornamentov in kodov, je vtis takojšen brez možnosti distanciranja.

Če si arhitektura in umetnost izposojata citate iz vsakdanje potrošne kulture in jih reciklirata, da bi oblikovali postmoderna mesta, "kjer je vse večje od življenja", kjer so označence izpodrinili znaki, "kjer je umetno bolj 'resnično' kot resnično" (Chambers 1987: 1), kaj lahko rečemo o ljudeh, ki se gibljejo v teh urbanih prostorih? Ljudje naj bi bili vpleteni v kompleksno igro znakov, ki oponaša in je v sozvočju z znakovno nasičenostjo urbanega okolja. Sodobno popularno kulturo (modo, glasbo, televizijo, video, ples, zahajanje v klube) obvladuje "kot če ..." svet oglaševanja. Obleke, telesa, obrazi postanejo "čitati, vzeti iz druge, imaginarne strani življenja: iz mode, kina, oglaševanja in neskončne sugestivnosti urbane ikonografije" (Chambers 1987: 7). S temi znaki, ki so vzeti iz konteksta tradicije ali subkulturnega sistema, se poigrava na tako površen način, da ljudje naravnosti uživajo v meglenosti, "plitkosti" in pomenski nerazberljivosti ter znakov. Vsakdanje življenje postane "fantastična mešanica fikcije in čudnih vrednot", za katerega so občutek nadrealnega, eksces, stil in eksperimentiranje ter slučajnost, banalnost in ponavljanje uličnih podob nekaj samoumevnega. Sodobnik je "dandy novega in bolj demokratičnega boemstva", novi vele mestni lik, ki "raziskuje poti, ki jih je umetnost že prehodila, prestopi mejo med muzejem in množično kulturo, vendar premesti igro iz umetniške galerije v modno revijo na ulici" (Del Sapio 1998: 206–7).

Očitno je, da ta skupina ljudi, ki poskuša prečkati, znova prehoditi in prestopiti meje med umetnostjo in vsakdanjim življenjem, sestoji predvsem iz mladih ljudi in dedičev tradicije mladinskih subkultur. Le-

te so delovale kot fiksne simbolne strukture, ki jih sedaj zavračajo ali ironično parodirajo in kombinirajo v kolaže. Vendar kritiki predvidevajo, da so te nove tendence indikatorji procesov, ki lomijo tradicionalne vzorce družbene regulacije, kjer so življenjski stili neposredno povezani z razredom, starostjo in normativnostjo (Baudrillard 1983a; Chambers 1987: 7). Zato Chambers (1987: 2) citira Roberta Elmsa, pisca moderne revije za mlade *The Face*, ko pravi, da "nihče ni več najstnik, zato ker so to vsi". Gotovo obstajajo znamenja, da se mladinski življenjski stili selijo navzgor po starostni lestvici, da starajoča se generacija šestdesetih s seboj nosi nekatere od svojih mladostnih dispozicij in da je odraslim sedaj bolj dovoljeno kvazi otroško obnašanje in obratno.

Odnos med življenjskim stilom, habitusom in razredom bomo obravnavali ob koncu tega poglavja.

Zanimiv vidik novih urbanih življenjskih stilov in plitkega stilističnega eklekticizma, ki ga kritiki označujejo za postmoderna, je povezan z idejo o preseganju individualizma in gibanju k razsredičenemu subjektu. Razsredičeni subjekt se je bolj sposoben vključiti v nadzorovan nenadzor emocij in preiskovanja figuralnih tendenc, takojšnje senzacije in afektivnih izkustev, ki so včasih veljala za ogrožujoča, za nekaj, kar je potrebno strogo nadzorovati. Maffesoli (1988) je dejal, da v postmodernem mestu lahko govorimo o preseganju individualizma, o nastajanju skupnostnega občutka, o novi "estetski paradigmi", v kateri se množice ljudi združijo v začasne emocionalne skupnosti. Le-te je potrebno obravnavati kot začasna spremenljiva "postmoderna plemena", kjer ljudje doživljajo intenzivne trenutke ekstaze, razumevanja in afektivno takojšnost. Seveda je potrebno poudariti, da omenjene tendence same po sebi niso nov pojav. Primere mešanice znakov, ki onemogočajo orientacijo in estetizacijo vsakdanjega življenja, najdemo na karnevalih in sejmihi v srednjem veku, v Parizu sredi devetnajstega stoletja s *flâneurji* ali na velikih svetovnih razstavah v metropolah, kot sta Berlin in Pariz. Nova pa je sposobnost podvajanja in simulacije teh omenjenih primerov estetizacije vsakdanjega življenja – in seveda kakršnih koli drugih kulturnih izkustev, intenzivnost in živost reprodukcije ter odnos intelektualcev in teoretikov do tega procesa. Medtem ko je Simmla skrbela grožnja izgube umetniške aure, ko zaradi stilizacije vsakdanjih objektov ni več distanciranega občudovanja, ki ga zahteva umetniško delo, je Benjamin, še posebej v svojem delu *Passagen-Werk*, slavil fragmentarne podobe množične kulture ter šoke in tresljaje percepcij v vsakdanu mestnega življenja. Nanj so s teoretične perspektive očitno vplivali surrealizem, dadaizem in monataža, ki se dobro vključujejo v postmodernizem.

Če so postmoderna mesta postala središča potrošnje, igre in zabave, zasičena z znaki in podobami do te mere, da je vse možno predstaviti, tematizirati in vzpostaviti kot objekt zanimanja, objekt "turističnega zijanja", potem lahko pričakujemo, da dejavnosti

prostega časa, kot je obiskovanje tematskih parkov, nakupovalnih centrov, muzejev in galerij, kažejo na nekakšno zблиževanje. Če omenimo nekaj primerov: Disneyworld pogosto velja za prototip postmodernih simulacijskih izkustev (Baudrillard 1983) in zanimivo je, da so oblike gibanja med spektakularnimi izkustvi (vlaki smrti, hologramskimi iluzijami itd.) in simulacije zgodovinskih nacionalnih tem ali otroških svetov (Čarobno kraljestvo) ali sprehajanja po simulacijah zgradbe, ki simbolizirajo izbrane nacionalne kulture ali futuristične scenarije v klinično čistih, zelo nadzorovanih okoljih, imitirali tako tematski parki po svetu, obenem pa so se ti spojili tudi z drugimi oblikami, kot so npr. muzeji. Nastajanje muzejev na prostem, ki so namenjeni širokemu krogu ljudi, je povečalo število in vrsto objektov, ki naj bi jih bilo vredno ohranjati (delujoče rudnike premoga, nadstropne hiše rudarjev, tramvaje, kovinske oglasne napise, imenovane "ulični nakit", kot v Beamish Open Air muzeju v Tyne and Wear na severovzhodu Anglije). Prav tako je prišlo do novega odnosa gledalcev do igralcev (pogosto nezaposleni s podporo za brezposelne), ki igrajo zgodovinske vloge in ki oživljajo prostorske lokacije, tako da se način sprehajanja po scenografiji razširi tudi na gledalčevo sodelovanje pri oživljanju simulacije življenja (Urry 1988). Razpon prostorov, vrednih turističnega ogleda in raziskovanja, se je razširil. Vedno bolj se živi v "deželi dediščine", kjer se smisel za zgodovinsko preteklost umika mitom. Zato se, če prečkamo sever Anglije, hitro premikamo iz dežele Wordswortha, dežele Brontëjeve, Herriota, do dežele kapitana Cooka – in da bi pokazali, da je popularna kultura delavskega razreda prav tako vredna spoštovanja – do dežele Catherine Cookson. Vsaka dežela ima svoje vodiče, načrte za potovanja, muzeje in spominke. Celo nekatere neatraktivne lokacije stojijo v vrsti – kot npr. Bradford, kjer bi radi izkoristili svojo, "na severnjaški" trni utemeljeno industrijsko preteklost in številno azijsko skupnost, da bi mesto postalo prostor za "sprostitve ob koncih tedna". Tu gre za značilna področja, imenovana "postturistična" (Feifer 1985; Urry 1988) – namenjena ljudem, ki so sprejeli postmoderno decentralizirano usmeritev do turističnega izkustva. Postturisti nimajo časa za avtentičnost in uživajo v zgrajeni simulaciji narave sodobnega turizma, za katero vedo, da je samo igra. Pozdravljajo možnost raziskovanja zakotnih regij in se izkustva lotevajo z različnih strani.

Podobne usmeritve najdemo v mnogih sodobnih muzejih, ki v prid bolj populističnemu etosu opuščajo svojo zavezanost kulturnemu kanonu in izobraževalnemu poslanstvu, kjer sta bila staro in novo organizirana v smislu hierarhije napredka, značilne za devetnajsto stoletje. Ta naj bi odsevala vrednote zahodne moderne. Na ta način naj bi muzeji ne bili več dolgočasni prostori izobraževanja. Vključevali naj bi poteze postmodernizma in postali "neverjetni prostori" s spektakularnimi vizualnimi podobami in simulacijami. To spodbuja drugačno, bolj igrivo usmeritev veliko širše množice, katere per-

cepcije so pod vplivom množičnih medijev. Blizu jim je opuščanje simbolnih hierarhij in igriv pristop sestavljenih razstav, ki ponujajo izkustvo, organizirano v smislu pluralizma stilov in opuščajo civilizacijsko poslanstvo in hierarhično vizijo enotne kulture. O tem govori Baudrillardov (1982) opis muzeja Beabourg v Parizu, ki privablja množice v t. i. "kulturni hipertrg". Baudrillard pravi:

Ljudje želijo sprejeti vse, pojesti vse, se dotakniti vsega. Gledanje, dešifriranje, proučevanje jih ne gane. Tisti poglobitni množični učinek je dotikanje ali upravljanje. Organizatorje (umetnike, intelektualce) skrbi ta neobvladljiv impulz, saj so računali zgolj na vajeniški odnos množic do *spektakla* kulture. Nikoli niso predvideli te aktivne, dejavne destruktivne fascinacije – tega originalnega in brutalnega odziva na dar nedoumljive kulture, te privlačnosti, ki je podobna vlamu ali ropu svetišča. (Baudrillard 1982: 10)

Konflikt med populizmom in elitizmom je večna značilnost muzejev, toda populistične tendence so v osemdesetih letih gotovo začele prevladovati.

Težko bi rekli, da je ta populizem nepričakovana značilnost nakupovalnih centrov in veleblagovnic. Znotraj teh prostorov je očitno, da je nakupovanje redko le preračunljiva ekonomsko racionalna transakcija z namenom povečanja uporabnosti, temveč je primarno kulturna prostočasna dejavnost, v kateri ljudje postanejo občinstvo, ki se premika skozi spektakularne vizualne podobe. Te so oblikovane tako, da konotirajo razkošje in obilje ali da povzemajo konotacije zaželenih eksotičnih oddaljenih lokacij in nostalgijo po pretekli emocionalni harmoniji. Na kratko bi dejali, da je nakupovanje postalo izkustvo. Ena izmed tendenc v sedemdesetih in osemdesetih letih, ko so se mesta deindustrializirala in postala središča potrošnje, je bila sprememba oblike in širitev nakupovalnih središč, ki s svojo notranjo arhitekturo in s simuliranim okoljem povzemajo mnoge značilnosti postmodernizma. Uporaba iluzij, ki so podobne sanjam, spektaklov, eklekticizma in mešanih kodov, ki nagovarjajo javnost z mnogovrstnimi kulturnimi besednjak, ne nudi možnosti distancirane nevpletenosti ter spodbuja občutek takojšnosti, čustvene nenadzorovanosti in otročjega začudenja. Eden glavnih severnoameriških primerov je trgovski center West Edmonton – ali bolje "mega trgovski center" – ki ima na dodatnih 64 akrih zabavišni center z lunaparkom "Fantasyland" in vodni park z notranjim slanim jezerom in delfini, z majhnimi podmornicami in španskimi galejami. Največji evropski nakupovalni center je Metrocenter v Gatesheadu, na severovzhodu Anglije. Metrocenter je dober primer, kako prihaja do deindustrializacije in spremembe mest tako, da le-ta postajajo središča potrošnje, zgrajena na zapuščeni industrijski zemlji v ekonomsko opustošeni velemestni regiji. Metrocenter je sam sebe

promoviral kot turistično atrakcijo s svojo "antično vasjo", sanjsko pravljico "Kraljestvo kralja Wiza", z galerijo starorimskega foruma in splošnimi eklektičnimi koščki simbolizma, ki naj bi priklicali v spomin mite skupne preteklosti s pomočjo ikonografije božičnih razglednic in čokoladnih bonbonier (Chaney 1990).

Tako imajo nakupovalni centri, muzeji, tematski parki in turistična izkustva v sodobnem mestu, v katerem kulturni nered in stilistični eklekticizem postaneta obči značilnosti prostora, in kjer sta potrošnja in prosti čas zasnovana kot "izkustvo", mnogo skupnega. Lefebvre (1971: 114) pravi, da so za sodobno mesto značilne "potrošniške prezentacije, prezentacije potrošnje, potrošnja znakov, znaki potrošnje". To zблиževanje se ne dogaja le na ravni izkustev, ki jih poskušajo oblikovati oglaševalci, dizajnerji, arhitekti in drugi kulturni posredniki, temveč tudi na ravni zaveznitva med lastniki, mecen, skrbniki in financerji teh institucij. Tako je na primer newyorška veleblagovnica promovirala kitajski teden, ko so v trgovini razstavili kitajska umetniška dela in muzejske zaklade. Metropolitanska opera v New Yorku gosti modne revije, japonske veleblagovnice redno razstavljajo umetniške zaklade in prirejajo slikarske razstave. Take promocije in razstave zameglijo razlikovanje med visoko kulturo in nizko kulturo ter razlikovanje med trgovino in kulturo.

Omenjeno prepletanje ima svoje predhodnike, njihova novost pa je v tem, da sedaj do mešanja kodov in dekonstrukcije simbolnih hierarhij, ki zadevajo odnos med visoko in množično kulturo, prihaja na širšem področju kulturnih oblik, tam, kjer so prej vcepljali visoke kulturne vrednote, in v prostorih, ki so veljali kot del izobraževalno-vzgojnega procesa (muzeji). Predhodnice teh zблиževanj so bile veleblagovnice, ki so se razvile najprej v Parizu, kasneje pa tudi v drugih mestih v drugi polovici devetnajstega stoletja. Zasnovane so bile kot "palače potrošnje", "sanjski svetovi" in "svetišča", kjer so potrošno blago slavili novi potrošniki (v glavnem ženske), ki so se lahko sprehajali skozi razstavne prostore, kjer so najprej uvajali simulacije in sugestivne eksotične podobe (R. H. Williams 1982; Chaney 1983). Podobna izkustva so proizvajale tudi svetovne razstave, ki so jih po veliki razstavi v Kristalni palači leta 1851 pa do zgodnjih let dvajsetega stoletja redno organizirali. Tu so bile predstavljene simulacije z nagačenimi živalmi in etnografskimi scenariji, stojnicami za različne narode, kjer so razstavljali kopije kulturnih zakladov iz vsakdanjega življenja (npr. mavrska palača, kitajska hiša) in celo simulacije izkustev (npr. potovanje s transsibirsko železnico) (glej R. H. Williams 1982). Dodatno je ta fantazmagorična zmedena preobremenjenost z znaki in vtisi, o katerih govori Simmel (1978) v *Filozofiji denarja*, oblikovala mnoga izkustva, podobna postmodernim. Gre za podoben poudarek na igri in razstavljanju. In kot je učila "kratka pridiga obiskovalcem" na panameriški razstavi leta 1901: "Ko boste vstopili skozi vrata, si, prosim, zapomnite, da ste postali del predstave" (Bennet 1988: 81).

Dejansko je množica sama postala del spektakla, spektakel pa vzrok tako za obisk velike razstave leta 1851, berlinske trgovske razstave leta 1896 kot pariškega muzeja Beaubourg, o čemer je v osemdesetih govoril Baudrillard. Vendar pa *flâneur*, sprehajalec, ki gleda druge in se kaže pred drugimi, zahteva urejen prostor – tako kot pariške arkade, tako ljube Baudelairu v štiridesetih in petdesetih letih devetnajstega stoletja, ki so postale osrednja tema v Benjaminovem *Passagen-Werk*. Zahteva prostor, kot so bile razstave in veleblagovnice v poznem devetnajstem stoletju in kot so danes tematski parki, nakupovalna središča in muzeji. Na kratko, sprehaja med razstavljenim blagom ali umetniškimi zakladi zahteva disciplino. Podobe lahko povzemajo zadovoljstvo, karnevalsko razposajenost in nered, vendar pa mora biti emocionalna razpuščenost, ki jo povzročajo, samonadzorovana. Za tiste, ki tega nadzora nimajo ali so bili v nevarnosti, da ga izgubijo, je obstajal eksterni nadzor, oblikovan po principu panoptičnosti (Foucault 1977), ki vključuje nadzorovanje in izključitev. Osnovno načelo tematskih parkov in nakupovalnih središč je, da so to javni prostori v zasebni lasti, kjer je javnost pod pozornim očesom videokamer, razgrajaški in težavni elementi pa so izključeni, preden bi lahko nered zmotil druge.

Preden sprejmemo tezo o tem, da sta deindustrializacija mest in preoblikovanje mest v središča potrošnje privedla do akumulacije spektaklov, mešanja kodov in zlivanja visokih in nizkih kultur, premik k postmodernim življenjskim stilom, si moramo zastaviti nekaj specifičnih vprašanj. Prvič, o predhodnikih teh praks, in drugič, vprašanje, če taki življenjski stili predstavljajo izkustva omejenih enklav, v življenju skupin ljudi v določenih urbanih okoljih.

Na kratko bi dejali, da si je potrebno zastaviti čisto sociološka vprašanja ne le o tem, kje prihaja do postmodernih življenjskih stilov, temveč tudi o tem, koliko ljudi in iz kakšnih skupin pri tem sodeluje in koliko časa. Prav tako moramo razumeti silnice, ki povzročajo, da kultura znotraj sodobnega mesta postaja pomembnejša, ter raziskati soodvisnosti in konflikte med specifičnimi skupinami (kulturni specialisti, ekonomski specialisti, politiki).

KULTURNI KAPITAL, GENTRIFIKACIJA IN STILIZACIJA ŽIVLJENJA

Zadnja leta vedno bolj prihajamo do spoznanja o vrednosti kulturnih industrij za ekonomijo mest in do spoznanja o koristih, ki jih na posredni in neposredni način prinašajo kulturne dejavnosti, aktivnosti ter splošna senzibiliteta za poudarjanje, obnovo in ponovni razvoj kulturne podobe in ustroja mestnega prostora. Zavest, da kulturne industrije, kot so založništvo, snemanje glasbe, radio in turizem, ki jih oblikujejo umetnostne in kulturne institucije, lahko igrajo vedno večjo vlogo v nacionalnih in lokalnih ekonomijah, je

zrasla skupaj s splošno širitvijo proizvodnje in potrošnje simbolnih dobrin v sodobnih zahodnih družbah. Tu lahko uporabimo koncept *kulturnega kapitala*, ki ga je razvil Pierre Bourdieu (1984, 1987). Koncept kaže, da poleg paralele z ekonomskim kapitalom, ki ga je mogoče takoj izračunati, zamenjati in realizirati, obstajajo tudi vrste moči in procesov akumulacije, ki temeljijo na kulturi, katere vrednost (kultura je lahko kapital) je pogosto skrita in nerazpoznavna. Bourdieu (1987: 243) govori o treh oblikah kulturnega kapitala. Ta lahko obstaja v *utelešenem stanju* (stil prezentacije, način govora, lepota itd.), v *objektiviziranem stanju* (kulturno blago, kot so slike, knjige, stroji, zgradbe, itd.) in v *institucionaliziranem stanju* (kot izobrazbene kvalifikacije). V zvezi z mesti je še posebej zanimivo objektivizirano stanje. Omenil sem že, da imajo lahko določena mesta akumuliran kulturni kapital zaradi svojega zglednega ohranjanja zgradb, artefaktov in blaga, ki so postali "umetniške zakladnice" (Olsen 1986). Iz te perspektive bi lahko izdelali simbolno hierarhijo mest glede na njihov akumuliran ugled v smislu kulturnega kapitala, s Firencami, Parizom, Rimom čisto pri vrhu. Za kulturne industrije konvencionalno velja, da proizvajajo tiste množične kulturne dobrine (Horkheimer in Adorno 1972, Garnham 1987), ki so se tradicionalno uvrščale nizko na lestvici kulturnega kapitala. Vendar bi lahko ugovarjali, da legitimnost določenih oblik kulturnega kapitala in legitimnost obstoječe simbolne hierarhije ter strukturnih značilnosti polja kulturnega kapitala ne bi smele biti razumljene kot večne. Morali bi jih razumeti kot proces, ki je rezultat namernega in nenamernega delovanja določenih skupin, ki so med seboj soodvisne in konfliktno, pogosto neprepoznavne ali prikrite, kot da bi bile nezainteresirane, da bi povečale vrednost svoje lastne oblike kulturnega kapitala. Zato je mogoče, da določene oblike kulturnega kapitala, kot sta popularna in množična kultura (jazz, rock glasba, kinematografi, tematski parki), postanejo bolj legitimne in ugledne ter se povzpnejo na lestvici simbolne hierarhije. Tako lahko New Orleans in predeli velikih mest pridobijo na privlačnosti in kulturnemu kapitalu kot področja, ki so prej veljala za "nizka", sedaj pa so se povzpela do spoštovanih in turističnega ogleda vrednih objektov.

Obstaja vrsta kriterijev, po katerih mesta uvrščamo glede na kulturni kapital. Premik k postmoderini kulturi predstavlja odmik od dogovorjenih univerzalnih kriterijev kulturnega okusa k bolj relativistični in pluralni situaciji, kjer je prej dovoljeno vstopiti izključenemu, čudnemu, drugačnemu, vulgarnemu. V tem smislu prihaja do pojava, da dolgo obstoječo zahodno simbolno hierarhijo nadomešča večja strpnost do drugačnosti in raznolikosti. Iz perspektive ekonomske uporabnosti kulturnega kapitala to pomeni, da čeprav tradicionalna dimniška industrijska mesta "zarjavelega pasu" Velike Britanije veljajo za mesta z nizkim kulturnim kapitalom (z izjemo tistih, ki so sposobna to podobo prodati in v novi embalaži muzejsko razstaviti kot prednost), sedaj izbor poleg tradicionalnih zgodovinskih vrednosti in

zakladov vključuje tudi na novo ustanovljena in simulirana okolja. Ta okolja prevzemajo nekatere od postmodernih in bolj popularnih kulturnih oblik, ki smo jih omenili (tematski parki, trgovski centri, muzeji, kot tudi prostori popularne kulture), ki veljajo za privlačne in prodajane. Na tiste, ki želijo vlagati v nove storitve, informacijsko in visokotehnološko industrijo, bi torej lahko vplivalo ozračje in kulturni kapital mest. Pomagali naj bi pospešiti strategije preureditve, kot je na primer ponoven razvoj in gentrifikacija pristaniških dokov in mestnih središč. V globalnih pogojih intenzivne konkurence in osvobojanja tržnih mehanizmov za vlaganja in kapitalske tokove so mesta postala bolj podjetna ter se bolj zavedajo svoje podobe in načinov, na katere le-ta ustvarja delovna mesta za lokalno ekonomijo. Harvey (1988) pravi, da morajo mesta mobilizirati kulturo tako, da bo ta postala "vaba za kapital". Tako je na primer Seattle v zgodnjih sedemdesetih, ko je poskušal zmanjšati množično nezaposlenost, združil poslovneže in urbaniste, ki so lobirali za vlaganja v širitev umetniške infrastrukture, in s tem pridobil zelo ugodno publiciteto kot samooklicana "prestonica kvalitetnega življenja". Baltimore razvija svoj Harbor Place, Hamburg postaja "medijsko mesto", Gateshead ima svoj Metrocenter in tako dalje.

Ta proces, poimenovan *postmodernizacija* (Cooke 1988; Zukin 1988b), kaže na globalno prestrukturiranje družbeno-prostorskih odnosov z novimi vzorci vlaganja, kar skupaj s ponovnim razvojem mestnih središč predstavlja nasprotje nekaterim tendencam urbane decentralizacije. Ta proces zahteva deindustrializacijo mestnih središč in pristaniških dokov, ki jih člani novega srednjega razreda gentrificirajo in ki se razvijejo v prostore za turizem in kulturno potrošnjo. Istočasno izselijo delavski razred in revne, ki so prej prebivali v teh predelih, ali pa jih potisnejo v enklave. Vzorčni primer tega procesa je Battersea v Londonu, kjer so velika občinska blokovska naselja delavskega razreda prodali in ponovno razvili za juppijski trg. V tem primeru so nove prebivalce pred sosednjimi nižjimi razredi zaščitili z varnostnimi ograjami in stražarji. Proces povečane segregacije, ko se srednji razred seli nazaj v središča, simbolizira tudi postmoderna arhitektura s stolpi, trdnjavskimi jarki, dviznimi mostovi, ki ustvarijo branjene privatizirane prostore brez nezaposlenih, revnih, uporniške mladine in drugih ostankov "nevarnih razredov". Ustvarijo, kot pravi David Harvey (1988) t. i. "voodoo mesta", kjer je postmoderna fasada ponovnega kulturnega razvoja kot karnevalska maska, ki prekriva propad vsega drugega. V Los Angelesu se na primer v neposredni bližini, vendar strogo ločeno od finančnega vozla Pacific Rim, ki je ekonomsko in gentrificirano področje, nahaja hispansko-azijska enklava z enim milijonom ljudi. Nastala je z migracijo iz tretjega sveta zaradi povpraševanja po delovni sili, rezultat tega pa je ilegalno delo na domu in otroško delo. Ti procesi so pomagali uničiti krhek konsenz znotraj srednjih razredov, ki so podpirali visoko kulturo in kulturne

industrije, odpirali problem politične rabe umetnosti in ostalih oblik kulturnega kapitala znotraj mesta in zastavljali vprašanja o tem, ali obstaja možnost za bolj demokratično kulturno politiko. V širšem smislu se je prav tako razvilo vprašanje o odporu do ponovnega razvoja, kar nekateri imenujejo "urbana samomorilnost".

Proces gentrifikacije je zanimiv ne le zaradi tega, ker kaže na ponoven razvoj kulturne strukture mestnih središč, temveč tudi zato, ker obenem nudi višji status skupinam znotraj novega srednjega razreda. Te so v mnogih preoblekah oblikovalci, nosilci in potrošniki življenjskih stilov, kar zahteva kulturno občutljivo "stilizacijo življenja". Razvili so sposobnosti, zaradi katerih so dojemljivi za postmoderne kulturne dobrine in izkustva. Zato imajo posredni in neposredni interes za akumulacijo kulturnega kapitala, tako na osebni ravni kot na ravni, ki zadeva njihovo soseseo in širše mesto.

Predel, ki so ga pogosto proučevali in ki najbolje ilustrira ome-njeni proces, je Soho v New Yorku (Zukin 1987, 1988a; Simpson, 1981; Jackson 1985). Zukin pravi, da je prenova Soha v umetniško kolonijo in potem v gentrificirano soseseo novega srednjega razreda z novimi prišleki, ki jih privablja ozračje umetniškega življenjskega stila, kompleksna zgodba. Temelji na vzponu investicijske vrednosti umetnosti v obdobju po vojni, ko je umetnost sama po sebi postala del močnega mednarodnega trga. Prav tako temelji na povišanju statusa umetnika in sekundarnih poklicev do te mere, da ostale skupine postanejo bolj naklonjene povezovanju z umetniškimi življenjskimi stili. Zgodba o Sohu temelji obenem na dejstvu, da so se mestne oblasti začele zavedati potenciala za ponovni razvoj in preobrat negativne plati deindustrializacije in splošnega izboljšanja mestne podobe tako, da so takim enklavam dodelile zaščiten status. New York je kot središče moderne umetnosti v obdobju po vojni in z ogromnim povečanjem števila umetnikov, galerij, muzejev in prodajnih galerij nadomestil Pariz. Prav tako je prišlo do bolj splošne spremembe pri lokalnih oblasteh, ustanovah in korporacijah, ki so umetnosti začele razumeti kot družbeno koristne. Na kratko bi dejali, da se je ekonomska vrednost kulturnega kapitala povečala. Od šestdesetih let dalje je umetniška avantgarda prenehala veljati za težavno in transgresivno boemsko protikulturo ter je pri mestnih politikih, trgovcih z nepremičninami, urbanistih veljala za drugačno vrsto avantgarde – za tisto, ki z gentrifikacijo preoblikuje obsežna izčrpana stanovanjska območja z nizko najemnino, ki so zrela za prenavo.

Temu se je pridružila bolj splošna sprememba vrednotenja statusa umetnika v ameriški družbi, ko je umetnost postala manj visoka kultura, manj elitistična in bolj demokratična. Umetniki sedaj služijo denar; nekateri od umetnosti dobro živijo. S prehodom od umetniškega modernizma k postmodernizmu so se njihove opozi-cijske pretenzije in stroga zakodiranost umetniških del umaknile. Slavni umetniki, kot je Andy Warhol, so bili deležni velike medijske

pozornosti. Umetnik je postal privlačna oseba in njegov studio – podstrežje – zanimiv prostor za obiske in bivanje. Nove srednje razrede, še posebej tisti del, ki ga Bourdieu (1984) imenuje “novi kulturni posredniki”, so fascinirali življenjski stili umetnikov in intelektualcev ter stilizacija njihovih življenj. Njihov življenjski stil je stil, ki se zelo osredotoča na identiteto, pojavnost, samoprezentacijo, modni dizajn, dekoracijo; veliko časa in napora je potrebno vložiti v kultiviranje smisla za okus, ki je fleksibilen, razločevalen in zmožen slediti množici novih stilov, izkustev in simbolnih dobrin, ki jih neprestano oblikujejo potrošniška kultura in kulturne industrije.

Habitus kulturnih specialistov novega srednjega razreda kaže na fleksibilen odnos do življenja in pripravljenost na učenje. Novi kulturni posredniki imajo pomembno vlogo pri prenosu novega stila. Njihovo zanimanje ni toliko usmerjeno k poskusu vsiljevanja določenega stila potrošniški publiki kot k splošnemu zanimanju za stile različnih kultur, civilizacij in tradicij, ki jih lahko igrajo in preigravajo. Določene frakcije znotraj novih srednjih razredov, t. i. “paraintelektualce”, zaradi njihove vloge občudovalcev intelektualnih in umetniških poklicev in življenjskih stilov zanima stilizacija in estetizacija življenja. Ti so sposobni prenesti najnovejši stil, kot je postmodernizem, širšemu občinstvu in sami predstavljajo del razreda recipientov postmodernega blaga in izkustev.

ZAKLJUČEK

Za zagovornike postmodernizma je glavni premik v kulturi, ko se obstoječe simbolne hierarhije razgradijo in pride do manifestacije bolj igrivega, popularno demokratičnega impulza. Gre za odmik od prej bolj trdno strukturiranih simbolnih hierarhij. Te so znotraj zahodne moderne postale prevladajoči vzorci in so utemeljile ideje univerzalne zgodovine, napredka, kultiviranega posameznika, državnih političnih struktur in estetskih idealov. V sodobnem zahodno-evropskem mestu lahko postmoderne in postmodernistične tendence opazimo v novih urbanih prostorih, kjer se kaže večja estetizacija urbanega ustroja in vsakodnevnega življenja ljudi, razvoj novih potrošniških enklav in enklav za prosti čas (kot so nakupovalni centri, tematski parki, muzeji) in selitev populacije novega gentrificiranega srednjega razreda nazaj v mestna središča. Ti postmoderni impulzi govorijo o šibkejši identifikaciji s soseditvom in manj fiksnem habitusu ali trdni zbirki dispozicij in klasifikacij, znotraj katerih prihaja do družbenih stikov. Nekateri novi urbani življenjski stili kažejo na razsredičenje identitete in na večjo sposobnost ukvarjanja z nenadzorovanimi čustvi in estetizirano igro. Prav tako lahko trdimo, da smo na globalni ravni priča koncu nadvlade nekaj velemestnih središč nad umetniškim in intelektualnim življenjem (R. Williams 1983). Pariz in New York kot središči kulture, umetnosti, mode, kulturnih in zabav-

nih industrij, televizije, založništva in glasbe se sedaj soočata z večjo konkurenco z vseh smeri. Nove oblike kulturnega kapitala in širši izbor simbolnih izkustev so na voljo znotraj vedno bolj globaliziranega področja svetovnih mest – tj. lažje dosegljivega preko financ (denar), komunikacij (potovanja) in informacij (televizija, založništvo, mediji).

Tisti, ki poudarjajo novost in zgodovinske dogodke, ki naj bi jih prinesel postmodernizem, bi lahko dejali, da vstopamo v fazo, v kateri stare kulturne hierarhije postajajo zastarele. Impulz spreminjanja hierarhij kaže, da vertikalne klasifikacijske hierarhije kot so: visoko/nizko, elitno/popularno, manjšinsko/množično, okus/neokus, umetnost/življenje, ki naj bi bile endemične poteze družbenega življenja, ne obstajajo več.

Zapeljivi, toda preveč poenostavljeni postmoderni zgodbi o koncu zgodovine se lahko postavimo po robu tako, da opozorimo na vztrajanje klasifikacij, hierarhij in segregacij znotraj mesta. Novi srednji razred in novi bogataši živijo v enklavah gentrifikacije in ponovnega razvoja, ki so ustvarjene zato, da bi lahko izključili outsiderje. V teh enklavah so veliko vlagali v oblikovanje okolja, stilizirane oblike in estetizacijo vsakdanjega življenja. Omenjene skupine iščejo zabavo v nakupovanju in v prostorih za zabavo. Prizadevajo si za kultiviranje stila življenja, zanimajo jih umetnosti in zabavno estetizirano življenjsko okolje. Pri življenjskemu stilu določenih frakcij novega srednjega razreda gre gotovo za podobnost z značilnostmi in izkustvi, ki jih označujejo kot postmoderne. Obstajajo tendence, ki kažejo na preobremenjenost z informacijami in znaki, kar otežuje zapovedano prepoznavanje prezentacije telesa, mode, življenjskega stila in pristočasnih dejavnosti. Ljudem je na voljo veliko širši izbor takoj dostopnih simbolnih dobrin in stilov iz "globalne izložbe" in težje je glede na okus in življenjski stil presojati o razredu. Od šestdesetih let dalje je prišlo do zmanjševanja formalnih in izdelanih kodov obnašanja, ki so bili v preteklosti strogo določeni. V potrošniški kulturi pomembne ideje o lepoti so se na primer v šestdesetih letih razširile preko klasično zahodnih do upoštevanja lepotnih meril ostalih kultur. Vendar pri vseh demokratizacijskih tendencah obstajajo statusne razlike. Douglas in Isherwood (1980) poudarjata, da informacijska sestavina potrošnih izdelkov narašča hkrati z vzpenjanjem posameznikov po razredni lestvici. Tisti v sredini in zgoraj še vedno uporabljajo informacije o potrošnih dobrinah, da bi se povezovali s podobnimi ljudmi in zaprli dostop drugim. Podobno velja za poznavanje umetnosti.

Če torej trdimo, da je še vedno mogoče brati telesne prezentacije in življenjske stile kot indikatorje družbenega statusa, pa je jasno, da je sedaj igra veliko bolj kompleksna. Postmoderno kaže na zaton posebnega koherentnega pomena kulture in skupnega načina življenja, ki je bil prevladajoč pri zahodnih zgornjih in srednjih razredih, ki so dajali ton kulturi kot celoti. Do tega pride, ko zgodovinska generacija, ki je bila nosilka tega pomena, postane manj

številna in manj vplivna. Tu se spomnimo na pojem skupne kulture kot na cilj, ki sloni na vzgojno-izobraževalnem projektu. Predstavlja nekaj enotnega, celostnost znanja (klasika v literaturi, glasbi in umetnosti), skozi katero se moramo prebiti, da bi izizpopolnili osebnost. Ta pojem kulture je povezan z omikano oziroma kultivirano osebo, idealom gentlemana, produkta civilizacijskega procesa (Elias 1978, 1982). Srednji in višji razredi v drugi polovici devetnajstega stoletja so glavni nosilci omenjenega kulturnega ideala, ki si ga prizadevajo razširjati z muzeji in izobraževalnimi institucijami.

Po letu 1960 je proces kulturne deklasifikacije pripeljal do upada in relativizacije tega ideala. Vprašanje je, če so bile te, t. i. postmoderne tendence le znamenje za razpad uveljavljenih hierarhij, začasna tema, le kulturni intermezzo intenzivne konkurence, spremenljivih standardov in vrednotnih kompleksov, preden je monopol prevzel novi establišment. Ali pa lahko na to gledamo kot na širitev teh tendenc *ad infinitum* – kot na konec zgodovine? V tem kontekstu je koristno omeniti podobna zgodovinska obdobja kulturnih turbulenc in neskladij. Če danes velja, da ni ene mode, temveč jih je več, potem se je potrebno zavedati, da je Simmel podobne tendence odkril v Firencah že okrog leta 1390. Tam niso imitirali stila družbene elite in vsak posameznik se je trudil oblikovati svoj lasten stil. Moda in ostale življenjskostilne dejavnosti so uporabljene kot "mostovi in vrata", če uporabimo Simmlovo metaforo, za povezovanje in izključevanje. Ali zaton teh funkcij pomeni, da se nahajamo le v začasnem intermezzu? Ali pa morda širitev igre, ki vključuje vse več skupin, kultur in narodov v razširjeni globalni sistem, pomeni, da pogojev, ki bi vladajoči eliti omogočili uveljavljanje globalne hegemonije nad okusom in kulturo, ni več, saj je ponoven prevzem monopola v bližnji prihodnosti malo verjeten? Ali to govori o zgodovinskem razvoju, kjer bi lahko spremembe, ki jih zaznavajo in označujejo kot postmoderne, postale vse bolj vseprisotne?

Prevedla: Irena Naglič

LITERATURA :

- BAUDRILLARD, J. (1982): "The Beaubourg Effect: Implosion and Deterrence", **October** 20.
- BAUDRILLARD, J. (1983): **Simulations**, Semiotexte (e). New York
- BAUMAN, Z. (1988): "Is there a Postmodern Sociology?" **Theory, Culture & Society**.
- BENJAMIN, T. (1982): "Das Passagen-Werk", 2. zvezek, Tiedermann, R. (ur.), Suhrkamp, Frankfurt.
- BENNET, T. (1988): "The Exhibitionary Complex", **New Formations**, št. 4
- BOURDIEU, P. (1984): **Distinction: A social Critique of the Judgement of Taste**, Routledge & Kegan Paul, London.
- BOURDIEU, P. (1987): "The Forms of Capital", v: Richardson J. G. (ur.): **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**, Greenwood Press, New York .

- CHAMBERS, I. (1987): "Maps for the Metropolis: A Possible Guide to the Postmodern", **Cultural Studies**, št. 1 (1).
- CHANEY, D. (1983): "Department Store as a Cultural Form", **Theory, Culture & Society**, št.1 (3).
- COOKE, P. (1988): "Modernity, Postmodernity and the City", **Theory, Culture & Society**, št. 5 (2-3).
- CRANE, D. (1987): **The transformation of the Avant-Garde**, Chicago University Press, Chicago.
- DEL SAPIO, M. (1988): "The question is Whether you make Words Mean so many Different Things: Notes on Art and Metropolitan Languages"; **Cultural Studies**, št. 2 (2).
- DIMAGGIO, P. (1986): "Can Culture Survive the Marketplace?", v: **Non-profit Enterprise in the Arts**, Oxford University Press, Oxford.
- DIMAGGIO, P. (1987): "Classification in Art", **American Sociological Review**, št. 52 (4).
- DOUGLAS, M. in ISHERWOOD, B. (1980): **The World of Goods**, Penguin, Harmondsworth.
- ELIAS, N. (1978): **The Civilizing Process**, prvi zvezek: **The History of Manners**, Basil Blackwell, Oxford.
- ELIAS, N. (1982): **The Civilizing Process**, drugi zvezek: **State Formation and Civilization**, Basil Blackwell, Oxford.
- FEIFER, M. (1985): **Going Places**, Macmillan, London.
- FOUCAULT, M. (1977): **Discipline and Punish**, Penguin, Harmondsworth.
- HARVEY, D. (1988): "Voodoo Cities", **New Statesman and Society** (30. september).
- HORKHEIMER, M. in ADORNO, T. (1972): **Dialectic of Enlightenment**, Herder & Herder, New York.
- JACKSON, P. (1985): "Neighbourhood Change in New York: The Loft Conversion Process", **Tijdschrift voor economische en sociale geografie**, št. 74 (3).
- JAMESON, F. (1984): "Postmodernism: or the Cultural Logic of Late Capitalism", **New Left Review**, št. 46.
- KELLNER, D. (1988): "Postmodernism as Social Theory: Some Challenges and Problems", **Theory, Culture & Society**, št. 5 (2-3).
- LEFEBVRE, H. (1971): **Everyday Life in the Modern World**, Allen Lane, London.
- LYOTARD, J. F. (1984): **The Postmodern Condition**, Manchester University Press, Manchester.
- MAFFESOLI, M. (1988): "Jeux de Masques: Postmoderne Tribalisme", **Design Issues**, št. 4 (1-2).
- OLSEN, D. (1986): **The City as a Work of Art**, Yale University Press, New Haven.
- SIMMEL, G. (1978): **The Philosophy of Money**, Routledge & Kegan Paul, London.
- SIMPSON, C. (1981): **So-Ho: The Artist in the City**, Chicago University Press, Chicago.
- URRY, J. (1988): "Cultural Change and Contemporary Holiday - making", **Theory, Culture & Society**, št. 5 (1).
- VENTURI, R., SCOTT BROWN, D. in IZENOUR D. (1977): **Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architecture Form**, Mass.: MIT Press, Cambridge.
- WILLIAMS, R. (1983): **Towards 2000**, Chatto & Windus, London.
- WILLIAMS, R. H. (1982): **Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth in Century France**, New Left Books, London.
- ZUKIN, S. (1987): "Gentrification", **Annual Review of Sociology**.
- ZUKIN, S. (1988a): "The Postmodern Debate over Urban Form", **Theory, Culture & Society**, št. 5 (2-3).
- ZUKIN, S. (1988b): **Loft Living**, 2. izdaja, Hutchinson/Radius, London.