

OBSAH

Úvod	7
1. Vyměřování sociálna	17
Co znamená kvantifikace?	19
Kalkulační praktiky trhu	22
Stát jako datový manažer	24
Hybné síly kvantifikace: digitalizace a ekonomizace	27
2. Soupeření o status a moc čísel	33
Dispozitivity srovnávání	35
Souměřitelnost a nesouměřitelnost	38
Nové horizonty srovnávání	40
Rejstříky srovnání a investiční práce na statusu	43
3. Hierarchizace: rankingy a ratingy	49
Zviditelňování a tvorba difference	49
Na místa!	52
Univerzitní rankingy	56
Nahoru a dolů: tržní moc ratingových agentur	63
4. Klasifikace: skórování a prověřování	69
Úvěrová skóre	72
Kvantifikace zdravotního stavu	76
Body za mobilitu	80
„Boost your score“ – markery statusu ve vědě	84
Stanovování sociální hodnoty	88
5. Kult hodnocení: body a hvězdičky	91
Dotazníky spokojenosti	92
Hodnoticí portály jako selektory	94
Hodnocení uživatelů uživateli	96

Profese v hledáčku hodnocení	98
Lajky a reputace na sociálních médiích	103
6. Kvantifikace vlastního já: grafy a křivky	109
Zdraví, pohyb, nálady	111
Kolektivní tělo	114
Motivační techniky	116
7. Jmenovací moc	121
Jmenovací moc státu	122
Měření výkonu a inscenace konkurence	125
Jmenovací moc expertů	129
Autorita algoritmů	133
Kritika jmenovací moci	136
8. Rizika a vedlejší účinky	139
Reaktivní měření	139
Ztráta profesní kontroly	143
Ztráta času a energie	145
Monokultura versus diverzita	147
9. Transparence a disciplinování	151
Normativní a politický tlak	153
Moc zpětné vazby	157
Technologický dohled na pracovišti	159
Nové tarifní systémy	161
Vnitřní a vnější dohled	163
Režim průměrných hodnot a tělesného obrazu	165
10. Kvantifikace a nový režim nerovnosti	169
Tvorba hodnoty	171
Management reputace	173
Kolektiv nerovných	177
Od třídního konfliktu ke konkurenci mezi jednotlivci	179
Osudovost a labilita statusu	181
Sebeposilující se efekty	185
Doslov (Josef Šlerka)	189