

Prokletstvo slogana

o marketinškom u filozofiji i opasnoj uvjerljivosti filozofijskih slogana - na primjeru slogana "tim gore po stvarnost"



Pile Sead ALIĆ

Trgovcu ne treba gledati u vagu. Ionako će svaka odvagati kako nevalja. Pošešena tako da nikome ne oduzme previše, a da trgovcu da dovoljno, ona predstavlja konstantu prevare. Ona pogada samu bit naših potreba: želimo biti prevareni! Otuda *Gutači reklama*, otuda TV-emisije čiji su sadržaj isključivo reklame; otuda toliki interes za središnje informativne emisije; otuda uvijek kroz povijest prisutno natjecanje religijskim filozofijskih, političkih i ostalih slogana - za našu podsvijest...

Trgovac je dramaturg i glumac, on je scenograf i pisac teksta - redatelj. On je stvaratelj monodrame s predumišljajem i svoj posao mora naplatiti. Za razliku od hijerarhija i vlasti, on uz prijevaru udjelji i nešto robe.

Kao što je teško istovremeno i spoznavati i biti svjestan instrumentarija spoznavanja, tako je isto teško istovremeno biti i djelatnik i kritičar, savjetnik i ocjenjivač, onaj koji stvara i onaj koji omogućuje, kadija koji tuži i kadija koji sudi, onaj koji pokreće i onaj koji ocjenjuje; tvorac slogana i njegov kritičar...

To su pravo za sebe kroz povijest uvijek uzimale hijerarhije. Zato su one uvijek više okrenute prema sebi nego prema svijetu kojemu su nadređene. Otuda njihova mentorska spoznost i prgava staračka akademska čud. Njima se mora ići niz dlaku pri svakoj pomisli na dodir. Elementarno iskustvo svjedoči o stanju u kojemu je struktura hijerarhije i zakon njezine održivosti njima važniji od strukture znanja. Bez obzira je li riječ o akademijama, religijama, politikama, vojskama, filozofskim i znanstvenim sistemima, medicinskim ustanovama ili novoreligijskim kućama ljubavi. Njihovi su slogani bili tim jači što su bili više okrenuti prema unutra, prema samoj strukturi, instituciji, hijerarhiji samoj.

U tramvaju su mi odmah zapela za oko čudno bijela lica putnika. Dvije su se djevojke dodirivale u prednjem lijevom dijelu kola. Na desnom drugom sjedištu sjedio je čovjek četrdesetih godina s djevočicom u krilu. Do srednjih vrata stajale su dvije žene, majka i kćerka. Imao sam osjećaj da svi oni dolaze iznutra, da su proizvod moga čistog uma, da njihova egzistencija predstavlja samo produkt moje mašte i mog oka. Činilo mi se da tramvaj vozi za Koenigsberg. Po-

Go for gold! Idemo po zlato!

SALT LAKE 2002



www.hrt.hr/marketing i sport.hrt.hr

filozofija i marketing

slje sam ustanovio da se vraćao s obilaska znamenitih reklamnih poruka izlaganih na jumbo-plakata. Obilazak skladišta ideja povratkom u tramvaj završio je spoznajom o upliva propagande na Kantovu teoriju spoznaje.

U povijesti vjere i mišljenja razdijelili su duh i prirodu, ideju i drugobivanje (postojanje) duh i tijelo, da bi erotički obojali proces otuđivanja ideje u drugobivanje - duha u tijelo; da bi podizanje ženski neposredno izvjesne prirode (tijela) na razinu "prirodno" superiorne ideje (duha) muškoga svijeta. Mislili su da se ideja (duh) mora nekoje dati, pa makar i drugobivanju (tijelu). Kao da od samog početka nije bilo jasno da su programirano vlastitog tijela podigli na razinu filozofijskog i religijskog programa...

Za kontekstencu kao da nisu krivi - lijepa, ali nemušta priroda u svijetu muški agresivne ideje odustaje od svega i predaje se. Postaje miškobanjastom.

U temeljima slogana o duhu i tijelu ljudska je dakle potreba, slična svim onim ljudskim potrebama, iskustvima, riječima i rečenicama koje danas ulijeću u najprihvaćenije i najobjavljenije slogane.

Nekada se pojam Boga operacionalizirao idejom apsolutnog duha. Kasnije se pokazalo da je ta operacionalizacija omogućila daljnje sekulariziranje teološke problematike, što je opet rezultiralo izbacivanjem ove problematike izvan interesa filozofije. Pokazalo se, međutim, isto tako da je u ime daljnje sekularizacije i daljnjeg oslobađanja mišljenja - i sama filozofija usput udaljena od stola za kojim se donose odluke... Tako je skidanje aure Svevišnjem završilo skidanjem aure onomu rko se na taj čin usudio misliti.

Najveći neimar filozofijskih zgrada u povijesti primata, GWF Hegel, postavio je visoke standarde svakoj egzistenciji. Heretički je zvučao njegov odgovor na primjedbu kako se stvarnost ne slaže s proklamiranim, s pojmom, odnosno u krajnjoj liniji s njegovom filozofijom. Kao što je poznato Hegel je rekao "tim gore po stvarnost" i time izravno usao u konkurenciju za izbor najboljega, ili u najmanju ruku najspoljnijeg slogana u opovijesti filozofskih tvorevina.

Na toj će se rečenici-sloganu izređati generacije mislilaca, kritičara, pjesnika, političara. Svaki će od njih, doznajući odnekuda za Hegelovu rečenicu, pa makar ne znajući ni za Hegela, niti za kontekst - požuriti iskazati odnos vlastitih misli prema toj tako nespretnoj stvarnosti. Mnogotko je tako u posljednjih dvjestotinjak godina

rekao da će stvarnosti biti "tim gore" ukoliko se, naravno, ne slaže s mišljenjem dotičnoga. I stvarnosti je, doista, na neki neočekivan način iz dana u dan bilo sve gore.

Slogan "tim gore po stvarnost" počeo je opravdavati i neke organizirane klasne ili nacionalne grupacije koje su ideju Boga operacionalizirale sobom. Na svjetsku su scenu, naprosto grunuli ljudi, sebe osjećajući dovoljno uzdignutim da nadidu frazu parafrazom - mitolozi uma.

Nisu čitali Hegela, ali su, recimo, poznavali ljude koji su bili nasljednici nekih imanja vlasnika koji su možda kao susjedi sami upoznali ostarjele bivše studente koji su (možda) pročitali Hegelov najstariji program njemačkog idealizma iz 1796. ili sedme, u kojemu je među ostalim zabilježeno: "Najprije ću ovdje govoriti o jednoj ideji koja, koliko ja znam, još nijednom čovjeku nije pala na pamet - mi moramo imati jednu novu mitologiju, a ova mitologija mora biti u službi ideja, ona mora postati mitologija uma."

Dakle, stvarnosti kojoj je sve gore mogla je pomoći još samo mitologija uma. Stručnjaka za to novo područje iz dana u dan bilo je sve više!

Ispovjedaonica je mjesto susretanja razornih osobnih ideja i prirodnog poretka vjere u beskonačnost i objavu. Opuštenost koja vlada jednim drugim oblikom ispovijedi, a koja se zračine među zaljubljenima, dokaz je velikog neuspjeha graditelja hijerarhije ustanovljene na idejama Krista - vjera se seli u otkucaje slobode!

Čovjek je ludilo samospoznaje, homo ludens koji do granica dolazi prelazeći ih, igrač koji u igru ulaze svoj rod. Beskonačna vjera u svijet tehnike porodila je beskonačnu bezosjećajnost iz koje se nameće izlaz u obliku ispraznog efekta. Od egipatskih piramida egoizam stroja kao oblika vlasti nad ljudima (djelovima tog stroja, ljudskim djelovima stroja) koristi se najrazličitijim opravdanjima. Europocentrizam je jedan od najbenignijih.

Grci su znali reći kako stvar treba iznijeti na Agoru (trg), dakle da stvar treba obaviti, iznijeti na vidjelo dana, obnarodovati. Govoreći valnom dužinom grčke etafore moglo bi se na tom tragu jednako tako reći: Kakav nam je trg tako nam je i sve ostalo. Ili drugim riječima: Ono što se na trgu događa, prije ili kasnije postaje pravilom, odnosno nekom javnom stvari. I dok se vladari nošeni svojom razinom interpretacije žure popločati i saljepšati glavne trgovce, zabranjujući na njima demonstracije i slična neugodovanja - stvar se zapravo odavno već preselila prema odašiljačima, otkuda se također polako priprema selidba prema mreži svih mreža. Kaskanje političke hijerarhije utemeljeno je na nezamijepljivanju ishodišta i načina kreiranja slogana.

Političaru treba gledati u oči. Ne zato što on tada ne bi varao. Političaru treba gledati u oči radi zadovoljenja vlastitog artizma. ▲

