

PRIZMA

leto 14 številka 4

ALI ŽIVIMO KOT V BAJKI?

S tem ko sta v različnih družbenih procesih odkrila značilnosti istih struktur, avtorja pričujoče priloge ne skrivata, da sta proti tem strukturam in sta za njihovo ukinitvev tako na teoretični kot na praktično-politični ravni. Avtorja te priloge sta se odločila za neinstitucionalno ukvarjanje z družbeno teorijo. Svoje delo združujeta v lastnem »INSTITUTU ZA EFEMERNO«. Glasov proti temu inštitutu do sedaj ni bilo. Tudi ni pravih razlogov.



Urednik prilog PRIZMA in Pogledi: MARCEL ŠTEFANČIČ, jr. To številko sta pripravila: SEAD ALIĆ in KREŠIMIR KUFRIN.

Obzorja brez izkušenj

Pred poletjem 1986 je večja skupina ljudi iz vasi in mest SAP Kosova odšla proti Beogradu. Prestolnica pa je bila — kot v pripovedih Kafke — daleč. Prvi romarski poskus je bil onemogočen. Na drugi poskus se je oblast pripravila in organizirala pogovor v Skupščini.

Gostje so prišli od daleč. Kot da so hoteli s svojim prihodom ovreči moč in dobronamernost informacij, ki jih je oblast dobivala iz Kosova. Ali pa so morda, glede na svojo kmečko prebrisanost, prišli od blizu »ovohati« oblast, da bi ji mimogrede povedali še kaj o svojih problemih. V vsakem primeru pa so gostje **pripovedovali** o motenih odnosih med Srbi in Albanci na Kosovu, pripovedovali so zgodbe od daleč, navajali konkretne primere iz tistih krajev, v katerih je oblast izgubila nujno potrebno avtoriteto.

Sedaj uvedimo v zgodbo še nekoga Žida. To je književni teoretik, filozof, prvi teoretik modernih medijev

in še kaj, nemški Žid Walter Benjamin. On je že leta 1936 pisal o indikativnem prenehanju zanimanja za pripovedovanje. Res je, da nikoli ni bil na Kosovu, vendar ga »opravičuje« to, da je predvsem mislil na umetnost pripovedovanja, na pripovedovanje kot umetniško formo (ne da bi pri tem seveda pozabljal niti na situacije iz življenja). »Čedalje redkejšje je srečanje z ljudmi, ki znajo kaj pravega pripovedovati,« je pisal Benjamin in to ilustriral z znano zmedenostjo, ki se pojavi v situaciji, ko je treba kaj povedati. Benjaminova razmišljanja so šla v smeri stališča, da bo v prihodnjih dominantnih načinih občevanja med ljudmi **pripovedovanje** zamenjala **informacija**. Med ljudmi da, toda ali to velja tudi za profesionalne politike?

Vsi časopisi so s kongresa SPD v Nürnbergu objavili informacije o skoraj senzacionalni enotnosti te nemške stranke. Strankine frakcije je med seboj povezal »čudodelec iz Wuppertala« Johannes Rau, ki je

imel govor, po katerem se je — je trdilo novinarsko poročilo — »navdušenje prešlo prek vseh vrst, delegati so vstali in polnih pet minut karseda odprto in navdušeno ploskali, mahali, vpili«. »Na **vzvišen pripovedniški način**,« je zapisal poročevalec s kongresa, »se je predstavil kot ljudski tribun, ki se zaveda vseh novih izzivov, vendar pa se pravzaprav sklicuje na dokaj tradicionalne vrednote družbe...« Iz tega bi lahko sklepali, da ne samo da se ni izgubil interes za pripovedovanje, ampak da imajo določene strukture celo poseben interes za dobrega pripovednika. Ali se je potem Benjamin zmotil?

Jan Bruk bi rekel, da ne. Ob tem, ko v Benjaminovi tezi o propadu moderne izkušnje vidi **sodobno izkušnjo s težavami v komunikaciji**, dodaja, da je tudi sam pogovor med ljudmi danes postal predvsem spopad in svojevrstno tekmovanje in da so konstruktivni pristopi v pogovoru v glavnem zapostavljeni. Bruk primerja Benjaminovo teoretsko stališče o uničujočem učinku moderne tehnike na sodobno izkušnjo z Beckettovim literarnim obzorjem in najde v frustrirajočih dialogih Estragona in Vladimira močno potrditev **obzorja brez izkušnje**, oziroma potrditev Benjaminove teze o propadu pripo-

vedovanja in bistvenem vplivu novinarske informacije na konstituiranje svetovnega nazora današnjega človeka.

Zdi se, da je imel Benjamin popolnoma prav in da nas je Gutembergova galaksija vzela podse ter da bi lahko, gledajoč skozi prizmo Benjaminovih teoretskih določitev, dopolnili nekatere znane in običajno navajene resnice o časopisih oziroma modernih medijih sploh.

Namreč, ne samo da danes nič ne obstaja, dokler ni »verificirano« z objavo v časopisih; temu bi lahko dodali formulacijo, da če kaj tudi obstaja, obstaja **samo zato**, ker je o tem pisalo v časopisih oziroma so o tem govorili na televiziji, in da obstaja samo kot takšno, kakršno je videti v novinarskih stolpcih oziroma kakršno je »absolvirano« v televizijski sliki in komentarju. To, kar je bilo nekoč pretiravanje, s katerim so hoteli »pokazati pomen« tiska oziroma modernih medijev, je danes realnost.

In medtem, ko se tako hiperbola producira v svoji realistični obleki, pripoved pa se kot presežena umetniška oblika seli v skupščine in na politične kongrese, komunikacija med ljudmi zamira. Življenje se lomi na trenutke »praznega časa« in na beckettovske situacije nesmiselne komunikacije. Sama informacija je postala potreba sodobnega človeka, vendar na določeni način — svetovni nazor. Potrditev tega je mogoče najti, med drugim, celo v lastnem občutku nelagodja, ko se med novinarskimi informacijami — senzacijami o poškodovanem vodovodu, puču v Afriki ali novih cenah znajde tudi tekst, v katerem avtor ni uspel prikriti osebne note oziroma ko se tu znajdejo kakšne originalne in inspirativne »pripovedi od daleč«. Vse je tako spremenjeno, da se je treba ponovno učiti, celo brati. Danes se bere med vrsticami.

Velike novinarske hiše so brez dvoma postale veliki proizvajalci programirane informacije. Kadrovdelen pogled na devize nekaterih držav pokaže, da je deviza obrnjena k vzdrževanju statusa quo: »Eno ljudstvo, en cilj, ena vera« (Senegal, Mali in še nekatere); »Bog, domovina, svoboda« (Dominikanska republika); »Boj se boga, spoštuj kralja« (Kiribati); »V enotnosti je moč« (Haiti) itd. V zelo majhnem številu držav je formuliran pomik k **parolam**, kot na primer pri Singapuru, ki ima v grbu navijaško »Naprej Singapur« ali



ska politika je postala politika plitkega kadra. Vendar so spremembe bolj vidne na ravni teksta. Stališče se je, na primer, iz teksta preselilo v sfero odločitve o tem, ali bo tekst sploh objavljen. Teža in sodba sta v tekstu čedalje redkejša in se lahko pojavita zgolj v uredniških naslovih. Ob vaji branja je danes potrebno prakticirati tudi vajo razbiranja teksta.

Benjamin je mislil, da se je pripovedovanje logično vsililo, kot oblika prenašanja **izkušnje, življenjskih načel in koristnih napotkov**, v času obrtnikov in njihovih pomočnikov, mornarjev, ki potujejo po svetu, in tistih, ki čakajo, da se bodo vrnili in povedali zgodbe iz daljnjih krajev. Pripovedovanje torej predpostavlja neko daljavo. V skladu z Benjaminovimi stališči bi se dalo skoraj matematično ugotoviti, da je razvitost prometa obratno sorazmerna razvoju, ki vodi od mita in bajke, prek pripovedke, do sodobnega tiska. Daljnji kraji so omogočali razmah domišljije in dajali možnost, da se s strahom pred daljnjim v poslušalca vbrizga vera v načela, napotke in izkušnje iz zgodbe. Lahko bi rekli, da je bilo potrebnih sedem neprehodnih gora, da bi bila povedana dobra zgodba. Danes so na teh gorah daljnovodi in vikendi, v katerih prenosni TV sprejemniki oddajajo programirane informacije iz vseh delov sveta. Za tisto načelno, za prenašanje življenjskega stališča, je bila potrebna določena distanca. Bila je bogastvo pripovedke.

»Pol umetnosti pripovedovanja.« je pisal Benjamin, »je v tem, da se v zgodbo med pripovedovanjem ne vnašajo pojasnila.« Distanca torej omogoča odprtost in možnost različnih razbiranj. V vsaki samoumevnosti povedanega pa je vsaj polovica želje, da bi razumeli, in da bi okoli nečesa, kar je v bistvu nedorečeno in nejasno, zbrali in konstituirali nekaj, kar je doživljeno, izkušnja, znanje in vednost. V tej odprtosti pripovedke leži njena določenost s časom. Ko čas enkrat postane izključno beseda, ki označuje potek enakomernega gibanja nihajne ure, tudi pripovedka izgubi svojo odprtost oziroma pripravljenost poslušalca, da se skozi pripovedko spušča v razbiranje življenja.

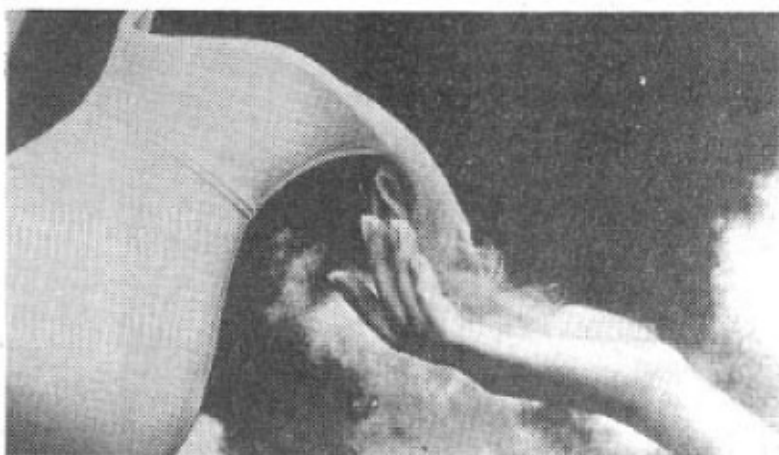
Enotnost vere in življenja je bila pri antičnih Grkih tako močna, da so posamezne bogove prepoznavali v njihovi osebni aktivni udeležbi v posameznih bitkah. Ko pa so bogovom onemogočili neposredno vmešavanje v vojne, tudi mihi niso mogli več obstati. Vsaj ne v stari obliki.

Pot od mita in epa, prek bajke, pripovedke in romana, do informacije je pot specifičnega izdvajanja individua iz sveta štorke; to je pot rušenja tradicionalne izkušnje, tradicionalnih umetniških oblik, kot tudi načinov recepcije umetnosti in sveta. Kje pa se je skrilo tisto, kar je za človeško obliko samospoznavanja postalo nezanimivo? Zdi se, da je sedaj kot okamenelo prisotno v obliki **strukture oziroma načina**. Zgodbe se več ne pripoveduje — ona nas pripoveduje. Bajke o nesreči in sreči, obljubah, čarovnicah, junakih in podobnem so se vcepile v strukture sodobnih družbenih gibanj.

Da smo svet, v katerem mitomani pošiljajo vojake v desetnijah na bojišča, na katerih se živali ne obnašajo kot ljudje, vendar obratno, velja — ni treba posebej dokazovati. Živimo v času, v katerem oblast v imenu občevolje pripoveduje zgodbe od daleč, tako da se lahko upravičeno vprašamo, koliko se struktura političnega delovanja razlikuje npr. od strukture banke.

Svoj čas so celemu uredništvu nekega časopisa (»Pitanja«) onemogočili, da bi objavilo številko s tekstom o nesrečni prihodnosti nekega našega megalomanskega (zgrešene) projekta (Obrovac). Uredništvo je padlo v tišini, hrup okoli propada projekta pa je prišel nekoliko kasneje. Uvajanje božanskega **deus ex machina prerošva** sodobnih političnih goslarjev se je tudi tukaj pokazalo kot odveč s stališča racionalnosti, vendar tudi kot primerno in dobrodošlo za ustvarjanje atmosfere molka, strahopetnosti, kulturnega odnosa do besede itd. Ni mogoče, da ne bi opazili še ene paralele. Nekoč so se poslušalci zgodb ravno v zgodbah o neznanih krajih na specifičen način očiščevali od strahu pred neznanim. Goslarji so danes vsilili novo obliko katarze, ki se začne in je omogočena z iracionalnimi političnimi odločitvami.

Pripovedovanje kot oblika komunikacije je danes skupna potreba ruralnih okolij in politične sfere. V našem konkretnem primeru gre skupaj s tem tudi želja politikov, da bi bili »blizu ljudstvu«, prav tako pa tudi njihova česta neizobraženost. Antiintelektualizem je vedno obrnjen k preteklosti. V našem primeru bi lahko dokaj upravičeno uvedli sintagmo **pripovedni antintelektualizem**. Vendar pa je od vsega tega vsekakor najpomembnejše vprašanje o razmerju med strukturo fenomena političnega in strukturo bajke.



Ali živimo kot v bajki?

Nekoč je bil človek, ki je imel sina. Ob večerih, po risanki, je vodil dečka v posteljo in mu pripovedoval bajke. Deček je kmalu zaspal, poln duha po pustolovčinah, daljnjih in nenavadnih krajih, nadnaravnih borbah, čudnih in grozljivih bitjih. Oče ga je pokril do brade in se vrnil k televizorju, da bi gledal »dnevnik«. Pred koncem oddaje je tudi sam zaspal...

Zveza sovjetskih socialističnih republik je dolga in široka dežela. S katereregakoli konca kreneš in kamorkoli prideš, povsod prihajaš **od daleč**. Daljava pa je ugodna za rojstvo zgodb in bajk. Nagnjenost Sovjetov do pripovedovanja so dokazali Dostojevski, Tolstoj, Turgenjev... Celo glasba njihovih simfonikov je videti, kot bi prihajala od daleč — v njej je nekaj pripovedniškega, sibirsko širokega: njen čas je upočasnen, tako kot življenje ljudstva v odročnih predelih. Morda je ravno zaradi tega Vladimir Propp izbral za rojstno mesto to in takšno deželo. Ta pionir strukturalne folkloritike je namreč največji del svojih delovnih naporov posvetil ravno proučevanju ljudskih bajk. Ker se nam zdi, da ima njegova analiza bajk nekaj skupnega z vsakdanjim izkušanjem fenomena političnega, bomo predstavili (skupaj z lastnimi anticipirajočimi komentarji, ki se »pojavi« sami od sebe) del rezultatov Proppovih raziskovanj.

Eno od njegovih največjih odkritij je bilo, da **imajo vse bajke isto strukturo** (danes bi rekli: strukture imajo isto bajko). Pod bogastvom in raznolikostjo vsebin različnih bajk, ki vzbujajo začudenje, je Propp našel enotnost in ponavljivost **strukture**, ki ne vzbujajo nič manj začudenja (rekli

bi: strukture so zmeraj iste): od bajke do bajke se menjajo liki in njihovi atributi, vendar ne tudi njihova dejanja ali **funkcije** (funkcije so torej najstabilnejši del strukture). Za barvitostjo tistega, ki dela in **kakor** dela, stoji stroga ponovljivost tistega, kar liki delajo v pravljici (sociologi bi rekli: osebnost je zvedena na funkcijo).

Razumevajoč funkcijo postopek lika, določen glede na njegov pomen za potek dejanja, je Propp ugotovil, da so funkcije stalni in nespremenljivi elementi bajke, da je število funkcij, ki jih pozna bajka, omejeno in da je zaporedje funkcij vedno isto-vedno (tisto, kar bivajoče biva, samo sebe vzpostavlja kot piramido).

Če bi nekoliko poenostavili Proppovo izvajanje, bi lahko **strukturo bajke** očrtali takole:

Predvsem obstaja nekaj, kar je **oddaljevanje** (knez mora odpotovati v daljni svet in pustiti ženo tuji skrbi; nekega dne krene trgovec v tuje dežele; profesionalni politiki so morali potegniti svojo oblast v ilegalo, kjer se tudi sicer bolje znajdejo, idejo upravljanja pa so morali dati v roke razredu...). Oddaljevanje prinese **ukaz** ali **prepoved** (ne vstopaj; nič ne govori, molči; ne hodi na ulico; ne sprašuj tistega, kar se ne sme spraševati...). Prepoved se krši (hodi se ven, vstopa, govori; zvrže se auro s tabu teme ali nedotakljive osebnosti...), s čimer je skriteму ali preoblečenemu **sovražniku** (notranjemu ali zunanemu) omogočeno, da povzroči **škodo** (idejno in materialno: kraja konja; ugrabitev cesarjeve hčere; rušenje enotnosti...). Nalomljena je idiličnost sveta, v katerem se stvari odvijajo na običajen

način. Junak odhaja v lov na sovražnika (diferenciacija med akterji bajke), da bi odpravil nesrečo in vzpostavil prvotno stanje. Ker pa je sam junak prešibak, da bi se uprl sovražniku, se v bajki pojavi nova oseba, ki jo je mogoče imenovati **čarovalec** ali **čarobni pomočnik** (vedno smo imeli več idej, kot pa smo jih lahko preizkusili...). Od njega junak dobi nekakšno sredstvo (navadno čarobno — močno kakor zakon, mamljivo kakor kredit...), ki mu bo omogočilo, da bo kasneje premagal nesrečo. Da bi dobil to sredstvo, mora junak najprej opraviti različne teste **primemosti** (tri leta služiti na splavu, brez nagrade; poslušati igranje citer, ne da bi zaspal; moralno in politično zrelo molčati...). Končno junak pridobi čarobno sredstvo (čarovnik pride na obalo, nariše na pesku čoln in pravi: »Ali vidite, bratje, ta čoln?« — »Vidimo!« — »Sedite v njega!« — nenadoma se pojavijo stopnice, ki vodijo v nepristopno planino; spusti se deus ex machina-paket iz skrivnostnih kumulonimbusov organiziranega aparata prisile...), **najde** in **premaga** sovražnika (s spontano organiziranimi procesi), **vrne se domov**, **oženi se** in **stopi na cesarski prestol**. Tu, poleg cesarskega prestola, za hip zapustimo svet bajk in vstopimo v svet političnih pregrad. Če hočemo tisto, kar je samo nakazano, torej bajeslovno v sferi političnega, malo bolj eksplicirati, potem to izgleda približno takole:

Oddaljevanje profesionalnih politikov od neposrednega opravljanja oblasti in predaja njene ideje v samoupravne roke samega razreda, **kot da** je pokazalo, da zavest in disciplina razreda nista bila dovolj čvrsta podlaga za nove, zgodovinsko-eksperimentalne rešitve. Ker je spričo povojnega napredka popustilo, se je delovno ljudstvo pokvarilo in postalo neprevidno — razredna zavest je zarjavela. Ne jej akumulacijel! Ne troši nezasuženega! Ne bogati se neupravičeno! Ne prepuščaj prostora za delovanje razrednega sovražnika! Delaj zavedno! Bodi odgovoren! Spoštuj sprejete dokumente! Uresničaj stališča! Ne izigravaj zakonov! Ne negiraj lokalnih posebnosti in različnosti! Ne zapiraj se v lokalne meje! Izvažaj! Čuvaj tradicijo! Ne kradi! Ne izkoriščaj... Vsi ti ukazi in prepovedi so kršeni, s čimer notranji in zunanji **sovražnik** dobi prostor in priložnost, da pokaže svoj pravi obraz. Birokracija, tehnokracija, buržoazija, privatni lastniki, ultralevičarji, srednji razred, desničarji, liberalci, anarholiberalci, na-

cionalisti, emigracija, malomeščanska inteligenca in polinteligenta, zlonamerne sile imperialistične verige, stalinisti, etatisti, unitaristi, separatisti... odprto negirajo rezultate zgodovinskih naporov razreda in njegove avantgarde. Materialna, moralna in politična škoda je ogromna: pritisnili so dolgovi, akumulacije ni, omajan je ugled države v svetu, socialne razlike so ogromne, nacionalizem nastopa agresivno, tradicionalne vrednote neprestano klevetajo, vse glasnejše so nam tuje politične tendence, degradirano je delo kot merilo vrednosti, gospodarski kriminal se bohoti, zakonom se posmehujejo, stvarnost se izmika vsaki normativni kontroli... Skrajni čas je, da se razred iztrga iz letargije in začne z ideološko diferenciacijo, ki bo omogočila **odkritje** sovražnika in njegov izgon iz grma. Treba je začeti z brezobzirno politično borbo in končati slepo stihijo, ki je prevladala v družbenem življenju. Subjektivne organizirane sile **pomagajo** v okviru svojih zmožnosti: dajejo plane, resolucije, smernice, kongrese, zaključke, osnutke, zakone, programe, parole, jemljejo in dajejo kredite... vendar vse to ni **čarovna paličica** — da bi to postalo učinkovito orožje, je potrebno **primemo** ljudstvo, oziroma sprememba zavesti in obnašanja ter energična akcija samega razreda. Razredna osvoboditev je lahko samo njegovo lastno delo. Če se bo to uresničilo, **bo sovražnik premagan** in **vrnil se bomo** na pot avtentičnega socialističnega eksperimenta in bomo spet vzor drugim. To pa tudi hočemo, kar smo dokazali vedno, kadar nam je bilo težko.

»Živimo kot v bajki!«, bi lahko kdo rekel. Vendar pa, da bi strukturalno analogijo ljudske in politične bajke privedli do konca in jo naredili prepričljivo, moramo najti še analogijo poroki in cesarskemu prestolu. Tudi to ne bo težko.

Če je proletariat ostal prevaran od varljivega futurističnega laskača, komunizma — pa **oče ni ostal brez svoje televizije**. V začetku je bila celo ljubezen. Seveda je potem sledilo sovraštvo. Nato jeza. Končno — ravnodušnost, prenašanje, dolgčas. Takorekoč zakonska vsakdanost.

Kar se tiče cesarskega prestola nas asociacija takoj vodi k »carstvu svobode«. Vendar pa je cesarski tron danes mnogo bližji in konkretnější. Spremenjen je in posodobljen, pojavlja se v obliki **fotelja**. Govor je seveda o fotelju, v katerem oče spi pred televizorjem.

Nekoč je bila neka struktura in imela na razpolago televizijo...

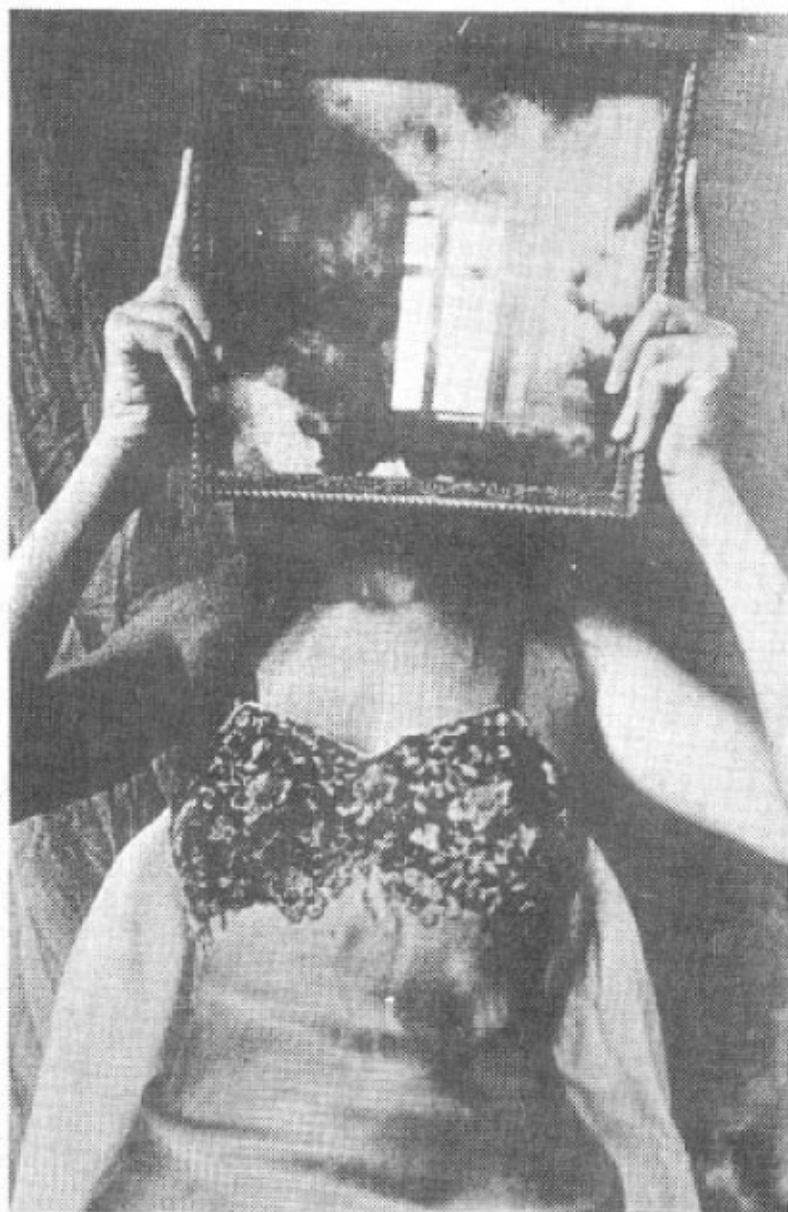
A spodaj nekaj valovi

Pronicljiv, kot je bil, je Karl Marx vedel, da tudi najbolj jasnemu in natančnemu znanstvenemu raziskovanju nekaj manjka. Zaradi tega je v svoji analizi kategorij politične ekonomije obilno uporabljal **metafore**. Tako je na primer v »Kapitalu« pisal, da se »predmetnost blagovne vrednosti razlikuje od v dove Hitrič v tem, da se ne ve, za kaj naj jo zagrabimo«. Slike o iskrki, ki raste v piromansko dejanje svetovnih razsežnosti, pogrebu boržuazije, na katerem vlogu grobarja opravlja njen lastni gojenec, carstvu svobode, v katerem bodo vsi izvori tekli obilneje... s svojo opri-

jemljivostjo dokaza le učinkovitost Marxove metodološke orientacije. Ali samo to?

Sodobna znanost govori o družbenih slojih, višjih, srednjih in nižjih razredih, družbeni distanci, mejah družbenih skupin, **vertikalni** in **horizontalni** družbeni **mobiliteti**, **strukturi** družbe... Vsi ti **metaforični** termini so bili sposojeni (pogosto tudi nezavedno) iz sveta prostorskih predstav.

Obračanje znanosti, s posredovanjem metaforičnega, k poetskemu



gre skupaj s poetskim izzivanjem tistih področij, ki so tradicionalno rezervirana za mišljenje, znanost... »Najpomembnejša osebnost moderne evropske poezije,« Marxov sodobnik Charles Baudelaire, je napravil tako kot Marx: z metaforo, ki je bila lepša od Marxove, je pozval podjarmljene, naj zrušijo Red, ki jim je odvzel ne samo zemeljske dobrine, ampak tudi njihovo dostojanstvo — »... Abelov rod, tukaj je tvoja sramota, / Gorjača zdaj ruši železje / Kajnov rod, na Boga roko dvigni in ga zruši dol« (-Kajin in Abel). Nekdo bi lahko pomislil, da bi imel prav, če bi vprašal, zakaj je bilo polem v zgodovini več marksistov kot pa bodlerjevcev. Če bi rekli, da so Marxove metafore naletele na boljši odziv zato, ker je ljudstvo bolj nagnjeno k vdovam kot pa k bogu, to ne bi ustrezalo resnici: ne samo da je tudi Marx rad uporabljal religiozno-eshatološke motive, ampak je tudi ljudstvo še kako nagnjeno k temu, da z religioznimi predstavami racionalizira svoje tozemsko trpljenje. Poljski sociolog Stanislaw Ossowski poroča o neki ljudski legendi s področja Krakowa, ki ravno omenjenemu mitu o Kajnu in Abelu daje »prepev« družbene delitve dela: »Angel je ukazal Kajnu, naj dela celo življenje, ne samo za lastne otroke, ampak tudi za Abelove potomce, katerim je dovolil, da živijo na svetu, ne da bi kaj dofaali, in da jim gre dobro. Zato so se iz Abela rodili kralji in gospoda, iz Kajna pa kmetje, ki morajo delati za svoje gospodarje.« Spomnimo se še enega, nekaj mlajšega Marxovega sodobnika — Ivana Vladimiroviča Mičurina, sovjetskega biologa in genetika, ki se je svoj čas ukvarjal s križanjem različnih sort jabolk. Izhajajoč iz razumljive politične predpostavke, da lahko v Sibiriji obstanejo samo najodpornije vrste, medtem ko bi se v ZDA lahko našle tudi tiste dobrega okusa, je Mičurin s križanjem odpornega sibirskega jabolka KITAJKE z ameriško sorto izvrstnega okusa BELLE-FLEUR dobil križanca z dobrimi lastnostmi obeh roditeljev. Tako je dokazal, da je mogoče plansko prenašati željene lastnosti križanih vrst in vzgojiti novo formo z boljšimi karakteristikami. Odkritje in njegovo hitro širjenje je pokazalo, da je lahko biogenetika »poštena politična znanost«.

Z metaforo je mogoče v Mičurinovo jabolko ugrizniti z raznih strani. Tako bi lahko rekli, da različni politični sistemi, ko preko svojih predstavnikov prihajajo v stik, eni od drugih marsikaj prevzemajo in si začnejo biti podobni. V politični socio-

logiji je ta teza znana kot »teorija konvergence«. Vendar bo, za razliko od sadjarstva, politika to sposojo le stežka priznala: odkritja, politična spoznanja in samoosveščanja morajo ostati v krogu izbranih oseb, to je krogov. Tako kot sive eminence, so lahko izredno učinkovita, vendar ne smejo biti razkrita. Zato ni niti malo čudno, da poskušajo »teorijo konvergence« negirati z obeh strani »železne zavese«. V navadi je, da se zavese postavljajo, da bi preprečili pogled noter. Funkcija te zavese pa je, da onemogoči pogled ven: če je ne bi bilo, bi se videlo, da se nekateri strukturalni elementi Vzhoda zrcalijo na Zahodu in obratno. Ena od teh točk konvergiranja je **beg pred informacijo in zatekanje k bajki, ki je vidno v politični komunikaciji**. Medtem ko je **informacija** enosmerna, določena, »po sebi in za sebe razumljiva« (W. Benjamin), v sebi bistveno dovršena (pa zaradi tega zastarela, čim se pojavi) in s tem pripravna samo za enkratno uporabo, pa **bajka** temelji na **metafori**, ki ji daje večstranskost, multiverzalnost smiselnosti in interpretabilnosti. Poslušalcu bajke je prepuščeno, »da stvari postavi tako, kot jih razume, pa tako s tem tisto, kar je pripovedovano, doseže razpon trepeta, ki manjka informaciji« (W. Benjamin). Rodna zemlja informacije je **fakticiteta**; bajka je odprta za različna tolmačenja — odpira se nam toliko, kolikor se tiče našega položaja, kolikor korespondira z našo izkušnjo. Informacija je **določena** (in zato neka), kar obvezuje, bajka pa je **obljuba**. Dokler ne obvlada **tehnologije proizvodnje programirane informacije**, oblast podlega bajki, ker je ta (z njo pa seveda tudi oblast) neulovljiva, njen smisel se ne da za vselej fiksirati — z reinterpretacijo pričaka na nogah vsako razvrednotenje do tedaj veljavnega razbranega pomena. Širina carstva svobode interpretacije pojasnjuje blodenja in izgubljanja, napake in težave. Zato se je **politična bajka**, kot resnično **odporen križanec**, prilagodila vsem političnim klimam: korespondenca s strukturo bajke se kaže kot obeležje **politike kot takšne**, ki je nujno vsebovana v (spet nujni) **ideološkosti vsake politike**. Lokalne variacije so samo razlike v stopnji.

Pravijo, da imajo Japonci v svojih raziskovalnih centrih že danes nekaj popolnoma razvitih in za proizvodnjo pripravljenih tehničnih novotarij. Vendar jih ne želijo razkriti in začeti z njihovo proizvodnjo, ker bi s tem postali zastareli in neprivačni obstoječi proizvodi, katerih prodaja še vedno

prinaša povsem dostojen profit. Japonsko domiselnost je pokazal tudi »kockar« Rubik, ki ni hotel na tržišče priti z novim proizvodom, dokler mu je njegova »magična kocka« omogočala zlagati kockaste snope magičnih bankovcev. Raje je počakal, da so kocko kupili tudi tisti, katerih logične kapacitete zahtevajo daljši trud.

Tudi politika ni daleč od takšnega rezoniranja. Zaradi tega v sferi političnega ni treba pričakovati odmiranja bajk in usmeritve k informaciji, dokler ne bo politične bajke dosti tudi tistim ljudskim slojem, katerih čutne kapacitete zahtevajo daljše zgodovinsko okušanje njenih lastnosti. Do tedaj bo politika uporabljala ne samo strukturo bajke, ampak bo opravljala tudi funkcijo, ki so jo nekoč imele ljudske bajke. Te so namreč odrasli (ki imajo izkušnje) pripovedovali otrokom, da bi jih z nauki bajk pripravili, da bi prilagojeni stopili v obstoječi svet in sprejeli vse neizogibnosti s skepsno tisočletij nalagane ljudske izkušnje. Politične banke prav tako pripovedujejo (politično) odrasli (ki imajo izkušnje) da bi (za samostojno življenje nezrelo) ljudstvo poučili in ga prilagodili sebi in svoji podobi sveta. S tem, ko sebe in ljudstvo drži v tem in takšnem svetu, politika pomika njegovo resnično odraščanje v neskončnost, iz sedanjosti, resničnosti ljudstva pa dela drugobitnost v sferi bajke — sferi, v kateri, pretvarja resničnost v metaforo, metaforo pa navidez uresničuje z vpreganjem ljudstva, politika zatira radost in življenjskost hitrosti in jo zvaja na lastno — človeško nesmiselno — strukturo.

Ko je določal bit metafore, je Aristotel opozarjal, da podobnost, iz katere izhaja metafora, ne sme biti preveč očitna. Dodali bi: ker se takšna metafora ukinja že na ravni **predstave**. Samo dobro zadeta metafora, ki kaže nepričakovano podobnost tistega, kar je na videz najbolj oddaljeno, deluje na strasti, pa si zato človek zaželi, da bi na tistem, kar je z njo odkrito, uporabil tudi ostale svoje spoznavne moči: z umetniško refleksijo, znanstveno in filozofsko analizo, psihoanalitičnim spraševanjem in samospraševanjem... poskuša priti do tistih aspektov njenega pomena, ki se najprej izmikajo. Ko je meril na strasti, je tudi sam Marx podlegel lastnim metaforam in jih je zato poskušal povezati z znanstvenimi sponami.

Kot se to ponavadi dogaja, je politika pokazala le malo talenta za interpretacijo filozofskih tez. Ko je zamenjala spoznavno teoretski aspekt

za praktičnega, je razumela Aristotelovo omenjanje strasti preveč dobesedno (vendar pa, treba je priznati, absolutno ustrezno svojemu obzorju): da je treba strasti spodbujati tudi takrat, ko je metafora razbrana in prebrana. To svoje prepričanje je politika že v 15. stoletju pojasnila skozi usta pesnika in učitelja govorništvu z metaforičnim imenom — Angela Poliziana: »Ali je kaj bolj čudežnega od veččine prepričevanja, s katero uspejo prodreti v dušo in duh tisočev ljudi in povesti ali potisniti njihovo voljo tja, kamor želimo, ko nežno oblikujemo njihove občutke, s čimer pridobimo oblast nad njihovo voljo in željami.« V tem smislu so se pod posebno primerne pokazale metafore z znanstvenimi protezami, ker je znanost — zaradi svojih pretenzij na občost — ugodna podlaga za izgradnjo organizacije. Ta pa je nujna, kajti politična bajka ni uspela podedovati bistvene lastnosti svoje ljudske prednice: medtem ko celo ista ljudska bajka, če jo pripoveduje dober pripovednik, tudi po n-tem reproduciranju ostane zanimiva in nova, so politične bajke praviloma **dolgočasne**, čim mine **začetna opijenost s sliko**. Razlog je v **izkušnji s politično bajko**, ki kaže, da gre za **bajko o izkušnji**. Zgodovinska izkušnja poslušalca progresivno ločuje od zgodovinske smiselnosti politične bajke, dokler ogolelo okostje ne pokaže tistega bistvenega: če je travestija preoblačenje resne vsebine v šalljivo obliko, gre tukaj za **kontratravestijo — vsebina in forma sta zamenjali mesti**. Izkušnja, nauk in napotek v obleki bajke politika preobrača v bajko v obleki izkušnje, nauka, napotka. **Obljuba** bajke se pokaže kot **obljuba bajke** in se pripoveduje kot **bajka (prazne) obljube**. Njene metafore zastajajo v razkoraku, tako kot most. Morda od tod izhaja tisti pradavni strah ljudi pri prehajanju mostov, tisto neprijetno nezaupanje. Kaj, če se bo vse zrušilo?

Strup v malih stekleničkah

Stara ljudska modrost pravi, da se strup hrani v malih stekleničkah. Trditev je kratka, jedmata in kot da sama s sabo potrjuje pravilo, ki ga izreka. Čim krajši je stavek, toliko bolj je po pravilu jasnejši in močnejši. To med drugim kaže tudi zgodovina, kot svojevrsten katalog spreminjanja mecenov instituta, ki se imenuje kratek stavek.

Ko BIBLIJA prinaša deset zapovedi, v desetih stavkih zaokroža univerzum krščanskega sveta. Zaradi pomanjkanja kulturne izobrazbe tistih, ki so jim namenjeni, so ti stavki ukazovalne narave. Takšni so bili končno tudi stavki, ki jih je 700 let pred Kristusom izrekala sedmerica antičnih modrecev. »V ničemer ne pretiravaj!«, na primer in podobno.

Ne glede na to pa je treba poudariti, da so ravno »ljubezen do modrosti« in ljubezen do boga določile naravo prvih kratkih stavkov, kar je mogoče na nek način imeti za svojevrstno kreditiranje kasnejših sekulariziranih političnih sprejemanj in izkoriščanj dobrega glasu strupenih sintagm. Ko je bil pod krščanskim trikotnikom, z očesom v sredini, zapisano: BOG BDI, je bil pravzaprav dan mediju kratkega stavka predigre, svojevrstna digniteta. Kolektivna zavest človeka se je najprej navajala na modre sentence in religiozne opomine, da bi tako profilirana in pripravljena dočkala pojav svetovnih deviz.

Da je jezik babilonski stolp in da smo pozabili občevati z naravo in

med seboj, mešajoč jezike in blodeč med subjekti in predikati, kaže tudi koincidenca jezikovnih določil »malih stavkov«. Francoska »devise« je nastala iz srednjeveške francoske »divisare«, kar je označevalo razdeljena polja v grbu, oziroma znake v teh poljih. To, kar je nekoč označevalo delitev, razdeljenost... je postalo način, s katerim se išče »enotnost« in »sloga« itd...

Deviza sodobnih držav namreč praviloma vsebuje pozive na enotnost, složnost in podobno.

Če že devize ne morejo same po sebi omogočiti enotnosti, ki jo zagovarjajo, pa same predpostavljajo neko specifično enotnost. Govor je o enotnosti teoretskega, praktičnega in poetskega (ustvarjalnega). Kot naslednica antičnih modrih sentenc (torej kot nosilka teoretskega naboja in dignitete), s pedigrejem božanskih ustvarjalnih zapovedi (Bog bdi) — je bila deviza sprejeta v vse boljše hiše evropskih vladarjev, monarhov in diktatorjev. Vsi so imeli svojo devizo, kot **samoobjavo lastne pameti**.

Cezar je v svoji božanski osamljenosti izrekel diktatorsko modrost, katere konotacije so praktične narave: AUT CAESAR AUT NIHIL, da bi dva tisoč let kasneje, v obredu pitja konjaka, telo Cezarja in njegov duh vstala v identičnem reklamnem sporočilu.

V vsaki devizi je nekaj statičnega. Od tod verjetno zanimanje monarhov, pa tudi sodobnih političnih skupnosti, za takšne simbole družbe, gibanja ali programa. Tudi le pri Keniji, ki je v grb zapisala: »Potegnimo skupaj!«.

Deviza je lahko tudi vizualno pričarana, kot na primer pri DLR Koreji, ki je v svojem grbu predstavila Lenino modrost o komunizmu kot sovjetski oblasti plus elektrifikaciji vse države.

Pomik od modre sentence k religioznemu opominu je podoben pomiku, to je razliki, ki jo zaznamo med devizo in parolo. Na mnogo nižji, lahko bi rekli simbolični ravni, je mogoče reči, da se parola odpoveduje teži, ki se za devizo razume sama po



sebi. Ko se je okoristila z zmedo na instalacijah babilonskega stolpa, se je parola ogradila s prostorom, ki malo vsebuje, a veliko obljublja. Ne moremo mimo francoščine: »Parole« ne pomeni samo besede, izreka, ampak tudi predlog. V sintagmi »porter la parole« (kar pomeni: govoriti v imenu večih) je videti, kot bi nas parola prepričevala, da obstaja zato, »ker smo to mi hoteli«. Mogoče je tudi verovati (»se payer des paroles«), vendar se s kopičenjem parol dogaja določena izkušnja, izražena s pluralom »paroles«, ki med drugim pomeni tudi prazne obljube. »Parole shonneur« je častna beseda, čast pa je bolj plemenitaška in gosposka. Zaradi tega se nikomur ni treba držati obljub (razen pionirjem). Če je nekaj že obljubljeno, je to vedno mogoče proglasiti za aktualno parolo in se tako osvoboditi »teže«.

Italijani so mnogo bližje resnici, ker jim »parola« pravzaprav pomeni besedo. »Parola per parola« pomeni od besede do besede in, če stvar gledamo iz italijanske perspektive, je beseda postala parola in parola beseda in tukaj se ni č več ne da napraviti.

Angleži so kot pravi gentlemani uvedli konstrukcijo »to release on parole«, kar pomeni odpustiti na svobodo na besedo, torej pogojno. Zapornik pri tem daje »parole«, besedo, da ne bo poskušal pobegniti in tako zlorabiti dobljenih privilegijev. Če bi se človek igral Angleža, bi verjetno rekel: oni nam parole, mi pa njim privilegije in svobodo. Vendar pa, ker na žalost nismo Angleži, na kaj takšnega sploh ne smemo pomisliti.

Če bi se na takšen način ukvarjal s socialnimi fenomeni, bi sociolog Emil Durkheim verjetno ugotovil, da parole poskušajo napraviti ravno tisto, kar ne morejo napraviti. Za razliko od sisov, ki obstajajo zato, da bi onemogočili tisto, kar bi morali vzpostaviti, parole niso tako destruktivne — so samo nemočne in dolgočasne. Durkheim je namreč svojčas trdil, da je vse manj verovanj in občutkov, »ki so dovolj kolektivni in dovolj močni«, pa je zato vse manj tudi pregovorov, rekov in parol, ki bi izražali kolektivno zavest, utemeljeno na veri v skupnost. Če bi se iz dneva v dan dolgočasil ob naših zidovih in na njih izpisanih parolah, bi verjetno ravno naše parole vzel za dokaz svoje trditve. Kajti ravno parola je make-up, ki, če ni pazljivo izbran, razkriva starost in nemoč. Rojena v času, ko so se politična prepričanja spreminjala ob

pomoči ljudi in preko njihovih življenj, je doživela, da so se ljudje spremenili, in da se vse težje vidijo kot medij spremembe. Obešene po zidovih, pričajo o zastarelosti sivih eminenc. Govorijo o času, v katerem so bili tisti, ki so jih tedaj pisali, močni in zanosni. In oni in one so danes zreli za penzijo. Nacionalno ali navadno — vseeno.

Na svojevrsten način pa lahko obletniške parole vendarle opravičijo svoj ekshibicionizem. V nekaterih primerih se lahko razberejo kot socialna kritika in ostra obsodba nesprejemljivega stanja. Tako je na primer letos pisalo na plakatih približno takole: DELAVSKI RAZRED — MOTORNA SILA SAMOUPRAVLJANJA. Normalnemu človeku bi naprej padlo na pamet: kaj pa je mislil sestavljalac? Komu je dal v roke volan, če je delavski razred motorna sila? In naprej: kako lahko kar tako prizna, da je delavski razred danes v Jugoslaviji zgolj motorna sila? In vse to še lepiti po zidovih na državni praznik, na državne stroške in ob blagoslovu usmiljenih. Glede na to, da je državni denar v resnici denar ljudstva, se zdi, kot da se tu s pomočjo nekakšne »zvižčnosti umadogaja samoizobraževanje ljudstva.

Pot od modrih sentenc, preko religioznih opominov in deviz, se ne končuje s parolami. Posebne zgodbe predstavljajo grafiti in propagandni slogani. Medtem ko prvi pripadajo tradicionalnemu delavsko-skojevskemu imidžu, so drugi medij vzpostavljanje neke nove občnosti.

Slogan: izkušnja zmanjšane recepcije

Ni problem propagirati moških spodnjic. Z manjši več uspeha so to pri nas delali in bodo delali tudi še naprej. Problemi nastanejo takrat, kadar organizacija, ki izdeluje spodnjice, nosi ime zaslužnega narodnega heroja. Še večji problem je, kadar prihajajo moške spodnjice na svet v delovni organizaciji, ki nosi ime heroine. Kako na primer reči tisto, kar so svoj čas klicali v ZRN: »Te spodnjice v vas prebujajo zver«, če je treba potem dodati: Rade Končar, Moše Pijade ali, kar je še hujše, Nada Dimić. Verjetno je zaradi tega organizacija, ki nosi to poslednje (zaslužno) ime, pred nekaj leti začela igro zlaganja črk z lastnim imenom. Svojo kolekcijo spodnjic je na koncu igre označila z »Endi«. Krajše je, živahnejše in mogoče ga je prišiti tudi na spodnjice. Da bi se sled popolnoma zakrila, so stvar frizirali še z »man«, pa je to na koncu zvenelo tako, da je bilo mogoče spodnjice udobno prodajati tudi na angleškem jezikovnem področju. Ni treba posebej poudarjati, da se je po izkušnji s spodnjicami ime Nade Dimić, kot zaščitni znak celotne organizacije, začelo pojavljati samo še ob svečanih priložnostih. Stvar je v svoje roke vzel »Endi«.

Podobne probleme so imeli ustvarjalci novega imidža »Borca« iz Travnika, mesta, ki je sestavljeno iz Starega in Novega Travnika, torej enega tistih mest, ki so razpeta med revolucionarno-tradicionalnim in marketinško sodobnim. Medtem ko je z enim od Travnikov sedaj povezano ime Pucarevo, se »Borac« poskuša osvoboditi »arhaičnega« imena svoje največje delovne organizacije. Začelo bi se s kolekcijo proizvodov, novo ime pa bi se nato raztegnilo na vso delovno organizacijo in ostalo do nekih drugih časov. Da ne bi šla stvar predaleč, je bil izbran naziv, ki je blizu borčevskemu imidžu: »Fortitudo«. Ali je kaj skupnega v teh akcijah preimenovanja in

kako bi bilo mogoče to razumeti? Od kod bi bilo sploh treba začeti pojasnjevati oziroma razumevati, kaj se dogaja?

Morda bi lahko vnesel nekaj svetlobe stavek Marcela Prousta. Seveda postavljen v določen kontekst. Proust je namreč zapisal, da je vsaka doba določena z nekaterimi ženskami oziroma da bi se lahko na specifičen način predstavila s temi ženskami. Velike politične obrate IX. stoletja je bilo namreč mogoče opaziti tudi v spremembah interesa za krila ravno določenih žensk.

Lepe ženske so danes v politiki atavizem. Tudi kadar se gibljejo okoli politike, so samo del ene od propagandnih ekip. Zato se obrnimo k propagandi. Ker, končno, kjer so lepe ženske, tam je zagotovo tudi denar, kjer pa je denar, je tudi resnica. Če že ne resnica sama, pa se tam vsaj zbirajo interesi, ki najbolj realno govorijo o času.

Nekaj se torej dogaja v zraku, vendar gre le težko v stavek »resnega analitika«. Politika, vsakdanji besednjak, razumevanje kulturnega ali umetniškega dela, odnos do zgodovine, tradicionalnih vrednot... vse je podvrženo eroziji in vse se osvobaja katere od svojih zastarelih oblik. Politika, na primer, ki so jo nekoč imeli za revolucionarno zamenjavo religioznih spon in za objektivizacijo morale — se je danes spustila od heglovske znanosti volje (v okviru prava) do oddajnika smernic ekipam, ki organizirajo kampanje in posredujejo med velikimi interesi znotraj politične skupnosti (v skladu s svojo novo funkcijo, je politični besednjak, še vedno v globokem obsevu pripovedovanja, začel kazati pomike k reklamnemu sloganu).

Kulturno delo se je emancipiralo od ekonomske odvisnosti od mecenov kulture in postalo svojevrstni »tržni laboratorij«. Meceni danes ku-



pujejo tisto, kar proizvede tržno usmerjena umetnost. Slednje je mogoče reči tudi bolj preprosto: pot, ki jo je slikarstvo prešlo od figurativno-fotografskega do abstrakcije barve, ustreza poti, ki jo mit, bajka, pripovedovanje in roman zaključujejo v sloganu. Skrivnost institucije »mecena umetnosti« odkriva umetnost tržne propagande, v kateri se sugestija mecena imenuje naročilo, ustvarjalnost umetnika in njegovo delo pa — dobro opravljen posel. Tako kot je bila barva od impresionizma naprej osvobodjena bolezni vsebine in je prišla do svoje meje in začetka — tako je tudi stavek v reklamnem sloganu prišel do svoje najbolj jedrnate oblike. Kaj krajšega in bolj vsebinskega, ugodnega, muzikalnega in krepkega od tistega, kar pišejo tvorci današnjih uspešnih sloganov, je v zgodovini literature le tu in tam

»ušlo« velikim pisateljem.

Vsak pravi stih je nekoč v nas budi množico konotacij smisla, pomena in seveda občutka. Vsak lep stih Konstantina Simonova ali Kranjčevića Strahimira nas je umeščal v določen kontekst, duhovni in intelektualni svetovni nazor. Ali ne dela isto tvorec slogana za APPLE MACINTOSH, ko do slike zbranih del Marxa, Stalina in Mao Ze-donga postavlja APPLE MACINTOSH in komentira: »Bil je skrajni čas, da kapitalist dvigne revolucijo«.

Ko je zakorakal v sfero realiziranih primarnih potreb, je človek iz omejujoče nujnosti vstopil v sfero nujnega posredovanja proizvodov. Če nekaj ni treba kupiti oziroma potrošiti, potem se lahko potroši. Kakšen svet bi lahko proizvedla revna družba, če ne svet iskanja zadovoljitve primarnih potreb in ustoličenja primarne

absolutne resnice. Bogastvo proizvaja neizogibno željo po prevradi lastnega bitja, po heterogenosti potreb, ki odstopa od monizma.

Usmeritev na trg zbija auro s simbolov nekega časa in s tem pripravlja svojo klientelo in konzumente za nekaj drugega. Zgodbe o narodnih herojih so vse bolj pogosto stvar obličnic. Nevarno pa je tudi dejstvo, da najmlajša generacija raje gleda spote EPP, kot pa da poroča z obletniških srečanj po gorah in planinah.

Na dejstvo, da Coca Cola s svojo agresivno propagando uspeva prodati ne samo proizvod, ampak tudi življenjski stil, ni treba gledati z gnusom, ampak kot na dejstvo, ki ga je treba vzeti v obzir. Tavtologija »to je to« ali slogan »To je ta pravo«, ob vizualnem dočaranju lagodnosti življenja, v človeku proizvaja željo in potrebo. Ve se, kako se bo vsak smrtnik

odločil med možnostmi, da pije vodo ali Coca Colo (ne glede na to, kaj si misli o Coca Coli ali propagandi). Vprašanje o odnosu navedenih pijač do drugih osvežilnih napitkov in odnosih njihovih propagandnih kampanj — spada v sfero drugih razmišljanj.

Neka japonska tvrdka prodaja televizorje s sloganom, ki se glasi približno takole: Če nimate našega novega televizorja, nam je žal, vendar vam ne moremo prikazati zmožnosti našega televizorja. Velika korporacija »Dunlop« obrača vrstni red vrednosti, pa, namesto da bi rekla, da služi s proizvodnjem široke lestvice blaga — duhovito kaže, kaj vse bi se zgodilo, če bi v hipu zmanjkalo njenih proizvodov (ljudeh izginjajo čevlji z nog in znajdejo se bosji v blatu; z avtomobilov zginajo gume itd.).

Slogan je krvnik zgodovinskega — počasen, vendar sistematičen uničevalec kontinuitete. Rezu slike kratkega TV spota in kratkemu jedrnatemu stavku ustreza zgodovinsko zmanjšana recepcija oziroma recepciji mikro-zgodovinske dimenzije.

Vendar bi bila zabloda trditi, da je propagandni slogan oziroma radijsko ali televizijsko propagandno sporočilo, umetniški proizvod. To bi samo pomenilo, da ne razumemo zgodovinskega toka samoosvobajanja interesa, ki je vložen v tako imenovano umetniško delo. Od prvih risb v jamah, egiptčanskih grobnic, antičnih skulptur, pa vse do modernih peripetij — je bila umetnost vedno proizvod določenega interesa. V sloganu, tej kratki in prevrtljivi formi, doživlja interes klasično fazo svojega samoosvobajanja. Razmišljanje o tradicionalni umetnosti je treba prepustiti mislecem in katedram. S katedre je že tako malo videti, da skoraj vedno in skoraj po pravilu seže samo do svojega kategorialnega aparata.