

onega kulturnega izročila, iz katerega so zrasli s svojimi režiserskimi zamislimi. Shakespeara, Molièra, Čehova in še kogarkoli se dá postaviti na oder v angleški, francoski, ruski ali slovenski različici. Slovensko gledališče obstaja zato, da bi dobivali v njem vsi ti in drugi avtorji slovensko gledališko podobo. Da je tako, so nas prav ob nastopu tujih režiserjev v Ljubljani prepričala otipljiva dejstva — Miloševičev Nušić je bil kljub svoji moderni preobleki seveda srbski — slovenski bi bil drugačen; Lotchakov Molière je bil mednarodno francoski ali francosko mednarodn, ni pa bil slovenski, kakršen bi moral po vsej priliki biti, če naj bi bilo sploh nujno, da Slovenci igramo Molièra. Še najbližji nam je bil Žigonov Shaw, iz razlogov, ki so bolj ali manj na dlani. Skratka, gre za drobne, včasih že čisto nevidne, vendar nadvse važne prvine duha slovenske kulturne tradicije, ki se mora s pomočjo ne le igralcev, ampak tudi režiserjev vtihotapiti tudi v najbolj tuja dela evropske in svetovne dramatike, če naj ta zares zaživi na slovenskem odru in če naj bo gledališče, za katero gre, zares slovensko gledališče. Slovenska gledališka kultura lahko raste samo iz takšnega duha, vse drugo ji je lahko samó dodatek — in če bi hotelo biti bistvo slovenskega gledališča, zmota.

Od tod postaja čisto razumljiva želja, naj bi letošnja sezona, ki se je začela v znamenju tujih režiserjev, ne ostala samo to, ampak naj bi v svojem poteku in izteku postajala zmeraj bolj tudi s te strani prava slovenska gledališka sezona.

J. K.

JARA GOSPODA NA POHODU

Na prvi pogled čisto nepomembna novica: »Uvoz viskija še nadalje narašča, čeprav se je davek na promet povečal za dobrih 100 odstotkov...

od januarja do septembra smo uvozili 716 ton te žgane pijače oziroma 50 odstotkov več kot lani« (Tanjug, objavljeno v Delu 27. nov.). Pred nekaj dnevi smo prebrali podobno novico o nepričakovano povečanem uvozu — in prodaji — kozmetike. Vzrok je isti: večja cena, večja priložnost, da jara gospoda opozori nase: Tu smo, imenitnejši od drugih.

Toda to se ne dogaja v času, ko bi naše gospodarstvo cvetelo, ni naraven pojav rastoče družbene blaginje, prej narobe: v družbi, ki se živčno otepa s težavami vsakdanjega življenja, preprosto rečeno: z vprašanjem kruha in mleka, postaja jaro gospodo sram, da bi jo kdo utegnil imeti za neiznajdljivo množico, ki si v potu svojega obraza služi svoj vsakdanji kruh, zato hoče ta svoj ekonomski elitizem poudariti tudi na zunaj: dama s francosko kozmetiko, gospodje s škotskim viskijem. Čimvišja je cena, tembolj mikavna je ta tekma, tembolj poudarjen elitizem.

Ni dvoma: naša jara gospoda, slovenska in jugoslovanska, se je znašla na svojem zmagovitem pohodu. Jo bo kdo ustavil?

Psihologi trga so se znašli: obrni jadra po denarju! Dovolj je, da se človek ozre po naši trgovski reklami v časopisju, da ji prisluhne po radiu in televiziji. Nisem proti reklami v načelu, toda najprepričljivejši argument naše reklame ni že nekaj časa kvaliteta kot kvaliteta, temveč tržni sinonim zanjo: uvoženo, ali v najboljšem primeru: izdelano po tuji licenci, ali: v sodelovanju s to in to tujo firmo.

Vse drugo je nič. Ali je že kdo slišal ali bral, da je karkoli, kar je pri nas nastalo, bilo ustvarjeno ali izdelano, tudi kvalitetno, vredno pozornosti našega kupca? Naša reklama je pri naših gospodinjah že tako proslavila na primer dr.Oetkerja, da mu Župančičev Ciciban pri otrocih ne seže več niti do kolen. Prav ta trenutek, ko pišem to gloslo, mi je iz radia pobožala uho

reklama: »Ali je še kdo, ki ne uporablja praška PRESTO tovarne Saponia?« Seveda, to je še več kot uspeh: tuja tovarna, ki je naši prodala licenco, ji prodaja tudi ime, kar naj bi v reklamni psihologiji pomenilo nekaj takega kot: že ime vam pove, da izdelek, čeprav doma izdelan, ni domač, torej je kvaliteten.

Tudi Jugoslavija ima svoj gordijski voz, nima pa svojega Aleksandra, ki bi ga presekal: od najvišjih oblasti do najbolj zavržene duše v tej naši domovini že nekaj let prisegamo, da bomo povečali izvoz in zmanjšali uvoz. Vsakdanja stvarnost se tej naši prisegi že naravnost roga, sramoti nas. Toda: če so se tujci nalezli vsaj delčka tega, kar je nas obsedlo, je čudno, da od nas sploh še kaj kupijo, pa čeprav pod ceno.

Tisti, ki strežejo novi lakoti naše jare gospode, imajo tenak posluh za njen okus, tudi jedi, na katere se ta nova gospoda sama ne spomni, znajo ponuditi v taki obliki in tako prepričljivo, da se jim ne moreš ubraniti, kajti to zanesljivo sodi — tako nas prepričujejo ti družbeni natakariji — k dobri mizi:

Veliko ljubljansko podjetje — menda Centromerkur — obljublja svojim kupcem — kot prvo nagrado pri nekem žrebanju — potovanje na Bahamske otoke. Koliko Slovencev bi padlo na izpitih, če bi jih vprašali, kje in kakšni so ti Bahamski otoki — toda v reklami imajo nepremagljiv čar: izžrebancu odpirajo pot v neki tuji svet, kjer se baje zbira predvsem velika gospoda, petičneži vseh barv. Zakaj se ne bi mednje pomešal tudi mali človek iz socialistične dežele?

Naše turistične agencije si že nekaj časa režejo več kot samo bel kruh, ko takole proti koncu leta vabijo naše vrle delovne ljudi na silvestrovanje na Dunaj, v Prago, Budimpešto, Pariz, Kairo (če bo vojna, ta možnost letos odpade), ali pa — to že kar s fantastičnim uspehom — na revijo na ledu v

Gradcu ali na Dunaju ali v Celovcu. To so že prava novodobna ljudska romanja, vabila za taka in podobna potovanja naroda razpenjamo čez ljubljanske ulice, da bi zanesljivo segli v dušo slehernega človeka, da bi prebudili njegovo zavest, da bi ja nihče ne prezrl, kam in kdaj mora, če noče veljati za neotesanca, za nepoboljšljivega Butalca.

Ni ji kaj očitati: na tem področju dosega psihologija množic, jare gospode še posebej, zavidanja vredne uspehe.

Še naši malčki, za katere smo se z referendumom odločili, da jim zgradimo vrtce, šole in telovadnice, se ne pripravajo med sabo v starem slogu »Moje je pa lepše kot tvoje«, ampak po novem: »Moje pa je iz Trsta, iz Avstrije.« To že v otroških ustih pomeni: »Mi smo boljši, saj kupujemo zunaj.«

Pokazati, da imaš denar, da imaš več denarja, da imaš morda celo veliko denarja, je danes malodane že moralna kvaliteta naše nove jare gospode, hkrati pa tudi zmagojoča miselnost, ki zastruplja tudi reveži, da se vozijo v Trst po kos mila, pralni prašek ali kako drugo ceneno blago na Ponterossu, tej permanentni razstavi jugoslovanske moralne sramote, ki doseže ob 29. novembru — dnevu republike — in 1. maju — delavskem prazniku svoj višek.

Raja na Ponterosso, gospoda v boutique — nagon je isti, neenako sorodstvo z denarjem pa veselo razgrinja pred nami socialno diferenciacijo: reveži so vsak dan bolj reveži, bogatejši vsak dan bolj bogati, včasih so bogastvo skrivali, zdaj ga spet bahavo razkazujejo.

Naše politično vodstvo je zaskrbljeno (upravičeno!), anomalije, ki jih ustvarja socialna diferenciacija, so sprožile plat zvona, vse pogostejše in glasnejše sprejemamo razglase in zakonske ukrepe, toda pohoda jare gospode, kot kaže, ne more nihče več ustaviti. Ta nemoč je očitna tudi v naših po-

litičnih prizadevanjih: biča moralne in politične obsodbe ne dvigamo proti mentaliteti sami, niti, na primer, proti bogatenju nasploh, temveč samo proti *neupravičenemu* bogatenju. V praktičnem jeziku pomeni to toliko, kot da *upravičeno* ali *pošteno* bogatenje spodbujamo. To pa pomeni (tudi politični izraz) zeleno luč za (»spodobno, a pošteno«) jaro gospodo.

In tako je nastala miselnost, ki vse bolj ureja in usmerja vse naše življenje. »Oh, kako je danes draga slovenska knjiga,« bodo takoj zamodrovali štiri od petih slovenskih dam, »človek si je res ne more privoščiti,« čeprav domala s ponosom plačajo za košček uvoženega mila prav toliko ali trikrat toliko, kot ne zmorejo plačati za knjigo. Tudi študent, ki rohani nad sramotno nizko štipendijo, bo, če je v družbi, torej predvsem zaradi veljave svojega statusa, naročil raje viski kot čaj.

Takšni smo.

Ceprav je klavrno, da smo takšni.

Če že ne moremo spremeniti poti, ki prav gotovo ne pelje do ciljev, ki smo si jih zastavili, bodimo vsaj poštene in recimo klavrnosti klavrnost.

Vsaj to.

C. Zlobec

O SARTRU — TOKRAT PO DOMAČE

V oceni, ki jo je o Rebulovi knjigi *Gorje zelenemu drevesu* napisal za revijo Prostor in čas (1971, št. 9—10) Jože Gregorič, smo med drugim prebrali stavek: »Rebula zna dobro ločiti pošteno preprostost od naučene ali zlagane izumetničenosti ter prav tako odločno osmešiti praznoto nedomišljenih misli in modno govorjenje o nič in nesmislu bivanja (Sartre).«

Če prav razumemo, se Sartrovo ime, ki ga je pisec spravil v oklepaj, nanaša na celotno vsebino stavka ali vsaj na

njegov drugi del. Če je stvar taka, potem nam hoče pisec menda povedati, da v Sartrovem književnem ali filozofskem delu ni »poštene preprostosti«, ampak samo »naučena ali zlagana izumetničenost«; ali pa vsaj to, da Sartrova literarna ali filozofska ustvarjalnost ni nič drugega kot »praznota nedomišljenih misli« in »modno govorjenje o nič in nesmislu bivanja«. In da bi bila stvar še bolj jasna, je po piščevem mnenju bilo slovenskemu pisatelju Alojzu Rebuli dano, da je »odločno osmešil« Sartrovo »praznoto nedomišljenih misli« in »modno govorjenje o nič«, in to morda že kar zato, ker zna »dobro ločiti pošteno preprostost od naučene ali zlagane izumetničenosti«.

In kaj je torej po piščevem mnenju »poštena preprostost«, ki je ne kazi nobena »praznota nedomišljenih misli« ali že kar »modno govorjenje«? O tem zvemo nekaj malega iz dveh piščevih misli, zapisanih pred citiranim stavkom. Tu slišimo, da zna pisatelj Rebula »kakor le malokdo odkriti zadnje sestavine prelepe polnosti človeškega in vesoljskega bivanja, neminljivo lepoto trenutka ter omejenost in minljivost človeške domišljavosti. Zna zaslutiti vsa nevidna magnetna polja, ki nas vklepajo v Smisel, v Bistvo.« Če naj si drznemo s piščevimi izrazi opisati miselnost, ki jo tako mimogrede postavi zoper naučeno in zlagano izumetničenost drugih, zlasti zoper Sartrove prazne, že kar nedomišljene misli in njegovo modno govorjenje o nič — potem bi seveda morali reči, da v piščevih besedah o »prelepi polnosti človeškega in vesoljskega bivanja« utripa menda sama samcata »poštena preprostost« in da ni v njih prav nobene »naučene ali zlagane izumetničenosti«; v tistem, kar mimogrede navrže še o »neminljivi lepoti trenutka ter o omejenosti in minljivosti človeške domišljavosti« ni seveda prav nikakršne »praznote nedomišljenih misli«, ki bi jih bilo povrh