

sotnosti mane, božjega učlovečenja ali delovanja denarja; v vseh treh primerih se družbena moč manifestira z njihovim delovanjem. Načini blagovne proizvodnje, skrivnosti menjalnih transakcij in stvarnem inherentne vrednosti avtorju asociirajo zvezo med magijo in blagovno ekonomijo, med "mano" in menjalno vrednostjo. Obe sta v procesu samoizoblikovanja izgubili temelj, iz katerega sta izrasli, in se na neki točki osvobodili konkretnosti, postali čista abstrakcija, nevarno podobna tisti, ki jo v religijskih transakcijah poseblja vrhovno božanstvo. Kosovel kot sinonim za blagovno ekonomijo zato nekajkrat uporabi besedno zvezo "religija vsakdanjega življenja".

Človek vstopa v razmerja, kot jih ustvarjajo mana/bog/denar v obliki žrtve. Prvzaprav je manipulacija s svetim možna le preko žrtve. Žrtev je vez med božanskim in posvetnim, njeno darovanje človeka približa bogu, ga skorajda naredi boga, prav tako tudi boga približa človeštvu. Smrt človeka - boga ima zato izjemno sociološko vrednost, saj ponovno vzpostavi porušena razmerja moči in vedno znova potrjuje prvinskost božanskega nad minljivim ter zavrača dvome, ki spremljajo človeštvo vse od trenutka njegovega samozavedanja. Kosovel sklepa, da gre prvzaprav za sprejeto razmerja, za nedvoumen indikator "ovinka", s katerim je možna manipulacija s čimerkoli v tostranstvu: "Žrtev je, podobno kot delo v blagovni ekonomiji, nepogrešljiva za življenje magijskoreligioznega sistema. Ta manipulativni odnos ni zamišljen zaradi njega samega, ampak zaradi povratnega manipuliranja s profanim. Sveto, disperzirano ali personificirano, a vsaj v intenci 'povsem drugo', se funkcionalno pojavlja kot univerzalna osnova profanega. Taka osnova se potem prikazuje kot Bog ali npr. Domočina ... Žrtev ima tako v religiozno

magijskem kompleksu kot tudi v 'religiji vsakdanjega življenja' (t.j. blagovni menjavi) funkcijo vzdrževanja nadsвета."

Temeljna preokupacija Kosovelovega dela je zagotovo dosledna desakralizacija vsega, kar se v družbi kaže kot sveto. "Ozemljitev" kategorij, kot so mana (v magiji), božja milost (v religiji), vrednost (v blagovni ekonomiji), pa ves čas poteka v skladu s (marksističnimi) teoretičnimi izhodišči, ki si jih je avtor zadal v uvodu. Kosovel ubija svetost, ubije boga kot boga, da bi ga lahko reiziral.

Mana/Bog/Denar postanejo torej Človek in razmerja moči med svetim in profanim razmerja moči med človeškim in ... človeškim. Kategorije, ki neposredno ali posredno delujejo kot skrivnostne, človeškemu razumu nedojemljive, so zato odsev pervertiranosti zavesti, zgolj konstrukti, kar avtor ponazoril s primerom protireligije razvpitega Aleisterja Crowleyja: maga, čarovnika, satanista in kar je še poimenovanj z obskurnim pomenom te vrste. Primer Crowleyja in številnih drugih sekt kaže na to, da so lahko simboli kake duhovnosti zelo različni, da zmore kot transcendentno nastopiti marsikaj, včasih tudi nekaj, kar je strukturirano kot nasprotje splošnim družbeno sprejetim normam - dobremu, zmernemu, lepemu, vzdržnemu ... Pomemben je torej kod, konstrukt, ki nas vpelje v strukturo. Zunaj nje so namreč človeška ravnanja videti nesmiselna, smešna ali celo heretična.

Avtor neke v svojem delu zapiše, da so filozofska vprašanja večna, odgovori nanje pa zgodovinsko pogojeni in torej nekako manj pomembni. Kosovel je na prastara vprašanja magijske, religijske in znanstvene konstrukcije resničnosti odgovarjal z retoriko časa, ki je drugačen od časa, v katerem je knjiga izšla, kar je razumljivo, saj je avtor delo napisal pred skoraj desetimi leti.

Marjeta Tratnik Volasko



**Rudolf Otto**

## **SVETO (O iracionalnem v ideji božjega in njegovem razmerju do racionalnega)**

Hieron; Ljubljana;  
252 strani; 2.498 SIT

*APRIORIZEM  
APOSTERIORNEGA*

Meji referenčnega polja, pomenljivi nasprotji, skozi katerih dialog se lahko dotaknem poglobitnih razsežnosti religioznega čutenja in razmišljanja, sta: teza "O čemer ne moremo govoriti, o tem je treba molčati.", ki jo v svojem znamenitem Traktatu postavi L. Wittgenstein; in t.i. "kontrastna harmonija", dvojni značaj numinoznega, pojmov, ki se jih ne da racionalno ubesediti, nepojmljivost izkustev, *unspeakable* doživetja, "o katerih lahko jezik le blebeče", o katerih v pričujoči študiji govori R. Otto. Torej prvič: nobena resnica ni neizrekljiva, saj jo šele akt izrekanja oblikuje za takšno. Tako ne obstaja nedoumljivo in nerazumljivo, neumljivo in nerazum-

na občutje po sebi: takšno se izoblikuje šele z artikulacijo, ki določeno vsebino odtegne "vsakdanjemu govoru" in jo presadi v kakovostno drugačen, višji eon, neobičajni novorek. Šele taka označevalska praksa - npr. uporaba latinščine pri bogoslužju, zagonetne magične formule in nenazadnje neologizmi, ki si jih privoščijo ideologije - si vnzaj predpostavi občutje, doživljanje, ki naj bi bilo "pousem prvo", nedostopno posvetnim terminom.

Toda po drugi strani je simptomatično prav vztrajanje pri podvojeni negaciji, pri zapovedi, da o čemer ne moremo govoriti, tega niti ne poskušamo. Ta velja torej tistemu, kar tako ali tako ni mogoče: racionalnemu, da ne bi zajelo iracionalnega, posvetnemu, da ne bi posrkalo transcendence, razumu, da si ne bi anektiral občutenja, presoji, da se ne bi lotila tistega, kar je mogoče le doživeti. Protislovje prepovedi nemogočega si privzame razsežnosti in kompetence, ki pristajajo božjemu; postane tista nepredvidljiva, muhasta sila, *mysterium* in *fascinans* obenem, hkrati *tremendum*, *majestas* in *augustus*. Govoreč z M. Lutrom - Bog je nedostopen, skrit vsakemu razumu, in deluje povsem skozi paradokse.

Prizadevanja, da bi razkrili tisto, kar je nerazodeto, gnostični napor, da bi osvetlili kakšno izmed temnih plati božjega, tega že po definiciji niso sposobni storiti. Seveda ne iz banalnega vzroka, da obstaja vedno še neki presežek, neujemljivi element, ki se izmuzne še tako marljivemu preučevalcu ali navdahnjenemu preroku, tisto kvalitativno "nekaj več", do česar se ne da priti ne s kontemplacijo, niti z uvidom, še manj pa z metodo. Ravno nasprotno: takšna naprežanja sama povzročajo to, kar iščejo; racionalnost sama rojeva iracionalne, "mitske" tvorbe. Drugače rečeno: neulovljivo je posledica samega dejanja lova; slepa sla po osmišljanju povzroča

največje zgodovinske nesmisle. Resnica pozitivnega je ravno v negativnem, ki ga samo proizvaža, v vztrajnem partikularizmu njegove težnje po univerzalnem.

Prav to slednje, tisto, kar izpade iz končnega pobotanja, popolne preglednosti nad mizo in pod njo, in to kot njen rezultat, si torej pridobi fetiško vsemoč. Postavi se pred in nad simbolizacijo, iz katere pravzaprav izhaja; apriorizem tistega *a posteriori*, "neposrednost" posredovanega je tako edino gibalno, pravi motiv, gonilo prej omenjenih prizadevanj. S tem postanejo npr. vdori numinoznega pogoj razmišljanja o "skrivnostnih poteh Gospodovih", ne pa sam rezultat teh "poti"; obporna trpljenja in odrekanja predpostavka vere v "zveličanje", ne pa njena posledica. Odgovor tako postane vprašanje, katerega edini odgovor je lahko zopet le vprašanje.

Tako zares naletimo na logiko neulovljivega, večnega manka v strukturi; toda kot njeno posledico, kot ekstrem, do katere pride mo preko dobre vere v njen *mainstream*, kot tisti "nekaj več", do katerega skuša priti simbolno, a mu to ne uspeva, in ki ga tako poganja. Kot produkt, ki postane sam sebi vir. Takšna zaobrnitev razmerja nujno povzroči odtujitev, osamosvojitve in pristanek na "pousem drugo", nadrejeno instanco, za katero ne veljajo običajne norme ter načini vedenja in vedanja (čeprav izhaja prav iz teh). V sebi tako združi vse tisto, kar je "pritlehnemu" nedoumljivo, na prvi pogled nezdruljivo, obenem dobroto in srd, milost in maščevanje, grozljivost in vzvišenost, lepoto in shr.

Sintetična narava transcendence, v kateri so jasno izražene vse skrajnosti, vse oscilacije na daljici *dobro-zlo*, ki se torej zaveda vseh protislovnih razsežij strategije boštva, je konstitutivna za človekovo umevanje njegovega položaja v skupnosti, svojega odnosa do

obeh. Kajti prav slednja, organizirana skupnost je v trdni navezi s svojo nadzemsko zaščitnico in utemeljiteljico tisti nujni dodatek, tisti korektor, ki odreja vernikovo oz. pripadnikovo samodojemanje. Človek je svoboden, *vendar*, *kljub temu* pa obstaja močnejša, skrivnostnejša sila, ki se ji individualna izbira (ne)hote in (ne)vede podreja. "Zvijanost uma", dojeta kot fetišizirana pota Previdnosti, je tisti pomembni - čeprav morda na prvi pogled stranski - produkt totalitarnosti osmišljevalske prakse, človekovega funkcionalnega doje-manja stvarstva, ki se z inverzijo konstituira kot njuno jedro. Ta nujni dodatek ni racionalno ovr-gljiv niti dokazan: logika Previdnosti je tako v izbranosti, blaženosti, sreči kot v strašljivih ugankah zgodovinskih spačkov ter absurdnosti preganjanj in pogorišč.

Vernikova reakcija, ki jo spodbudi takšen *salto mortale*, je občutje osuplosti, grozljive skrivnostnosti; a ne v smislu strahu pred nečim, kar preži nekje v poltemi, kar je neizrekljivo *strašno-priulachno*, česar obrisov se lahko zavemo le po tem, kar to ni. Ne: edina skrivnost je ta, da skrivnosti ni, da je to, kar je, videz, travmatična dejanskost, praktično vse; da druge resnice, razen tiste udejanjene, ni. To čutenje je mogoče sprejeti, preživeti le s predajo interpretacije fetišiziranemu smislu, boštvu, njegovim tajinstvenim pravičnostnim in maščevalnim potem. Šele nereda, kaos v instituciji, lahko slednja pooblasti in povzdigne v Red in Institucijo; in šele taka, z velikima začetnicama, povzročata občutke pripadnikove ničnosti, majhnosti, lastne razvrednotenosti, profanosti. Oziroma "kreaturnosti", kot mu pravi R. Otto (glej predvsem 3. poglavje v knjigi), z občut(en)jem ustvarjenosti bitja, ki se pogreza, izginja v lastnem nič u nasprotju s tistim neizrekljivim, ki je nad vsem ustvarjenim.

To občutje deluje kot posledica uporabe in ne kot "globoko

intimni" vir numinoznega. Toda pogoj takega čutenja je prav vztrajanje pri "navadnosti", ki se izraža v "nenavadnem" in ki si konsekventno zoperstavi prejšnje. Strahospoštvalna odvisnost, neizrekljiva prevzetost je tako dosežek s(i)le upomenjanja, ki ji vedno nekaj uide na varno, nedostopno višino, v nepojmljivo. Bolj kot jo skušamo doseči, bolj se v tem hotenju in hrepenenju odmika in hkrati krepi deprimacijo. Razumljen Bog ni Bog, citira Otto Tersteegen. Prav boštvu so namenjena tista protislovnost čustva, ambivalentnost občutkov krivde do avtoritete, ki jih zaznava psihoanaliza: grozljivost in čudovitost, strah, blaženi srh in mamljiva privlačnost. Nobenega od njih se ne da izčrpati v racionalnih pojmi, saj se izmikajo vsakršni rekljivosti. Submisivnost tako ni omejena zgolj na njeno represivno razsežnost: pomembni, celo odločujoči so momenti naklonjenosti, varnosti, ljubezni do svetейše instance, prizadevanja, da bi ji na kakršenkoli način ugodili.

"Zmuzljivi pojav golega občutka" ne prenese razumske refleksije in je do nje zgolj v diferenčnem odnosu. Brezdanja iracionalnega, temeljnih misterijev, so kot rezultat do protislovnosti pritirane logike racionalnega neizčrpljiva; in to celo kljub kasnejšim naporom, da bi vedno jasnejša in močnejša racionalizacija in ponravstvenje numinoznega postala bistveni del tega, kar se imenuje "odrešenska zgodovina" in časti kot naraščajoče samorazodevanje božjega (glej str. 153). Če torej povzamem: do nesimbolizabilnega presežka, ki pa simbolizacijo kot tako poganja, do posledičnega paradoksa, ki se prepozna kot njeno izhodišče, pride-mo le tako, da strukturi odtegnemo vse tisto, kar je racionalno zastavljeno, preverljivo, jasno, izraženo. Rečeno drugače: do "skrivne" Previdnosti v zgodovini, do "smisla" neke institucije

lahko pririne-mo le, če jima odtegnemo "upravičevanje" in "smisel", torej njuna racionalna alibija, če stvarstvu odvzamemo njegovo na razumu utemeljeno samopredstavo. Le na ta način, s problematiziranjem tistega razumskega kot vzroka iracionalnega, njegovega logičnega izhodišča, lahko "govorimo o neizrekljivem", si privoščimo vpogled v "nepredirno zaprtost" njegovega osamosvojenega, njemu zoperstavljenega rezultata.

Mitja Velikonja

## Nada Sfiligoj

### MARKETINŠKO UPRAVLJANJE

FDV, Knjižna zbirka  
Profesija, Ljubljana, 1993  
157 strani

Knjiga vsebuje uvod, sklepno besedo, 164 opomb in 60 bibliografskih enot ter imensko in stvarno kazalo. Vsebinsko je avtorica razčlenila v naslednjih sedem poglavij:

#### *I Temeljni pojmi*

*II Marketing - realizacija načela efektivnega povpraševanja na mikroravni*

#### *III Marketinško okolje*

*IV Vpliv marketinga na učinkovitost organizacije*

*V Marketinški informacijski sistem in raziskovanje trga*

*VI Pomen zazikovanja trga in konkurence za strateško načrtovanje in oblikovanje marketinške strategije*

*VII Proces strateškega marketinškega upravljanja*

Kot dosedanje knjige in učbeniki dr. Sfiligojeve je tudi ta knjiga napisana lahkotno, čitljivo, sprejemljivo tako za študente, marketinške delavce in začetnike v marketinški teoriji in praksi kot

za profesionalce z velikimi praktičnimi izkušnjami. V multikompleksnosti in množici problemov, ki jih zajema marketing, se je Sfiligojeva osredotočila na njegove temeljne segmente.

Postavitvi problema v prvem poglavju sledijo izhodišča za razumevanje pojma in vsebine marketinškega upravljanja in marketinške strategije ter primerjava z nekaterimi drugimi poslovnimi filozofijami (proizvajalna, prodajalna ipd.). Zatem sledi obravnavna mesta in vloge marketinga na različnih trgih.

V drugem poglavju avtorica poudarja pomembnost svetovnih trendov v marketinški teoriji in praksi, ki temeljijo na marketingu kot realizaciji načela efektivnega povpraševanja na mikroravni. Pri tem poudarja bolj tržišče široke potrošnje kot trg proizvodne/industrijske potrošnje. V ospredju sta tako gospodinjstvo in posamezni potrošnik v smislu marketinškega ravnanja posameznih gospodarskih subjektov. Kot drugi najpomembnejši parameter obravnavna konkurenc na trgu.

Ob korektno postavljenih in inspirativno obdelanih problemih, ki predstavljajo osnovo in spodbudo za nadaljna raziskovanja posameznih problemov, bi rad izpostavil nekaj pomembnih točk, ki dajejo temu delu posebno uporabno vrednost, tako za izobraževanje študentov, kot tudi za tiste, ki v praksi šele začenejajo z marketinškim delovanjem:

(1) V tretjem poglavju, pri obravnavi mikro in makro marketinškega okolja, je, kot zelo pomemben dejavnik uspešnosti, poudarjen "interni marketing". Prav to je eden glavnih problemov naših podjetij, ki je nastal še v okrilju dogovorne ekonomije, državnega protekcionizma in posebne-ga statusa t.i. "namenske industrije". V tem kontekstu je ena najpomembnejših ugotovitev pravilno postavljanje horizontalne in vertikalne (kompetitivno-subordi-