

nimata ne podobne družbene ureditve ne podobne ideologije, imata pa nekatere skupne državne interese, zaradi katerih sta sklenila pogodbo o dvajsetletnem prijateljstvu. Tudi tu bi lahko naštevati še in še primerov.

Tudi mi nimamo z arabskimi državami ne podobne družbene ureditve ne podobne ideologije. Prav nasprotno. Imamo pa podobne in včasih prav enake državne interese. To je tisto, kar nas združuje in kar je stvarna osnova za dobre odnose in sodelovanje — pa prav nič drugega. Če bi od vsega začetka stvari postavili tako, ne bi bilo treba nikakršnih moralnih kriz, kadar se v arabskem svetu dogajajo stvari, ki so za nas nesprejemljive. Če hočemo svoje odnose z drugimi državami dosledno graditi na moralnih kategorijah in vrednotah, potem moramo nemudoma pretrgati odnose z ZDA (zaradi vietnamske vojne in tisoč drugih stvari), s Sovjetsko zvezo (zaradi okupacije Češkoslovaške in tisoč drugih stvari), z Indonezijo (zaradi pokola komunistov), z Indijo (zaradi množičnih pobijan demonstrantov), z Grčijo (zaradi zapiranja in preganjanja naprednih ljudi), z Etiopijo (zaradi genocida v Somaliji), z Anglijo (zaradi mučenja ujetih irskih upornikov v zaporih), z Brazilijo (zaradi pobijanja Indijancev), s Poljsko (zaradi antisemitizma) in z vsemi drugimi (povsod bi se našel kakšen prepričljiv moralno-ideološki razlog) — in navsezadnje še sami s sabo (tudi tu vzrokov ne bi manjkalo).

Vse to zveni zelo cinično — in v bistvu tudi je. Žal, zgodovina mednarodnih odnosov ni učbenik lepega vedenja in zbirka vzgojnih zgledov; je veliko bolj dokument o tem, kako resnični ali namišljeni državni in nacionalni interesi spodrivajo in konec koncev spodrinejo vse drugo. Zavest o tem in temu primerno ravnanje tudi v propagandi lahko prepreči veliko iluzij. Ena od takih nepotrebnih iluzij je, da so vsi tisti, s katerimi je pametno,

koristno in potrebno ali nujno sodelovati zaradi naših lastnih interesov — brezmadežni krilati angeli.

J. Stanič

RAZPRODAJA NARODNEGA PONOSA

Že od nekdaj velja, da je med vsemi boleznimi najbolj nalezljiva neumnost. Tudi v naših časih. Tudi med nami. Celo vse kaže, da smo prav Slovenci za njen virus še prav posebno dovzetni. S preprostimi besedami se temu odtenku slovenske neumnosti pravi — naj mi bo dovoljen ta ljudski izraz — ritalizništvo do tujcev. Včasih je raslo iz manjvrednostnega kompleksa, mnogokrat iz strahu, zdaj poganja iz povampirjene potrošniške duše, ki »s pesmijo na ustih« razprodaja svoj (?) narodni ponos.

Pred kratkim je bila v Portorožu »gala predstava« jugoslovanskih pevskih grl, nekakšen »Portorož fest«, še bolj pred kratkim smo si v dveh nedeljskih večerih lahko ogledali to radost tudi na malih zaslonih. Tudi poslušali smo jo lahko. Enkratni slovenski dogodek, nesporno! V Portorožu si je to predstavo ogledalo nekaj tisoč dopustnikov, med njimi najbrž tudi kak Slovenec; televizijski prenos je bil namenjen nekaj stotisočem Slovencev, domala samo Slovincem, pa vendar: v dveh zaporednih nedeljskih večerih smo poslušali angleške, italijanske, nemške, srbohrvaške in ENO (prevod angleškega teksta) slovensko pesem! Seveda: tujim gostom, ki so prišli k nam na počitnice, je treba ustreči: naj se počutijo kot doma (začenjam domnevati, da je ta pregovor naše gore list) Angleži, Nemci, Italijani, Hrvati, Srbi, vsem skupaj in vsakemu posebej pa je treba skozi radost pesmi prikriti, da bi utegnil v teh krajih, morda že celo kar ob morju, živeti tudi slovenski človek, morda celo predvsem slovenski človek. Potem pa je treba še

prek televizije prepričati ves slovenski narod, da se našim ambasadorjem dobre volje najlepše, najbolj omamno zatresejo glasilke, če skozi njihova grla klockotajo angleški, italijanski, nemški itd. glasovi, samo ne slovenski. Vem, ni pomoči: takšen je naš čas in takšen je naš svet: na podobnih festivalih v Avstriji, Nemčiji, Italiji, Ameriki in drugih turistično razvitih deželah (prav gotovo tudi v Španiji) kar pokajo lestenci v dvoranah od slovenske pesmi, ki jo pojo tamkajšnji pevc. Drugače prav gotovo ne more biti, saj vendar samo posnemamo veliki svet.

Indiskretna televizijska kamera je med poslušalci poiskala tudi predsednika slovenskega izvršnega sveta: naj mi ne zameri, toda držal se je prav kisto in imel sem občutek, da se ne počuti prav dobro med svojim pojočim ljudstvom...

Sem morda surov, če rečem, da je bila to parada neumnosti, politične zagovodnosti (prav glede na tujce), nesramnosti do lastne dežele in naroda?

Pa vendar: ta modna revija neumnosti ne bi bila vredna ne jeze ne jeznega zapisa, če ne bi bila simptom in celo logičen izraz neke splošne razprodaje narodnega ponosa. Tako splošne, da se je skoraj ne zavedamo več. Spominjam se kritike (žal, samo med Pismi bralcev) na račun kranjskega avtobusnega podjetja, ki se je odločilo, da hoče biti Creina, pa ljubljanske sorodne duše, ki se je ob kranjskem zgledu zasramovalo svojega starega imena Ljubljana transport in poskušalo najti kaj bolj ustreznega za tuje uho, menda so se že skoraj ogreli za Viator, kajti važno je, da tujec ime razume in da ga zna izgovoriti, naši ljudje pa si glede na svojo prakso v tujini že nekako pomagajo, starejši pač povprašajo mlajše, in tako, drug z drugim, se nekako prerinejo skozi vse bolj zamotane labirinte tujk, pa še človeška solidarnost se tako krepi. In ker smo že pri tem: transport je tudi tujcu prav domača beseda, mo-

ti torej beseda Ljubljana. Kajpak: to je tako lokalno slovenska beseda, da res ne gre z njo begati tujca, pa čeprav pride na obisk v Ljubljano. Baje so prizadevni občani že poslali mestnim očetom predlog, naj bi naše mesto — ker ime že imamo — preimenovali v Emono. Tako bi tujcem lahko dokazali, da smo bili svojčas rimska provinca.

Čigava provinca pa smo danes?

In tako delujejo že celi štabi propagandistov, reklamnih agentov, psihologov tržišča, turizma in mednarodnih stikov, ki poskušajo najti za sleherni slovensko ime nekaj takšnega, kar tujcu lepo zveni, pa čeprav nič ne pomeni. Pijače na primer — čeprav smo v pitju že kar velesila — smo že vse potujčili, celo stari zapiti dolenski cviček je postal imenitni marvin in se tako skoraj pobratil s tržaškim zlatom in uro darwil.

Razprodaja narodnega ponosa cvete kot še nikoli. Res, da je kramarjev vsak dan več in da cena nezadržno pada, toda tak je zakon trga, treba je povečati proizvodnjo, ponujati vsak dan več, za oko, za uho, za tip, za sleherni čut razvajenega tujca.

C. Zlobec

UREDNIKOVE MARGINALIJE

V zadnjem času je izšlo v Sodobnosti nekaj prispevkov (Zidar, Kramberger, Štih, Jovanović in drugi), zaradi katerih imam kot urednik te revije nekoliko manj mirne dneve, kot bi si jih želel. V redakciji me obiskujejo prijatelji in sodelavci, na ulici me ustavljajo znanci, po telefonu se oglašajo »zoprniki v poklicu«, eni z obžalovanjem, drugi z navdušenjem, pa spet z očitki in skoraj z grožnjo — ob istih prispevkih, ob istih avtorjih, ki da so pogumni in poniglavi, pametni in topoumni, mojstri peresa in pocarji, družbeni analitiki in pamfletisti itd. itd. — vselej, kajpak, z ustreznim nasvetom: — Take avtor-