

Društvo snova

Autor Administrator

Društvo snova je
moguće

Elia Patricia
Pekica-Pagon, Hrvatsko slovo

...u uvjetima
pretjerane birokracije, nestaje tople prijateljske, ili u najmanju ruku
kolegjalne komunikacije među suradnicima. Suradnici postaju jedni drugima tihi
protivnici, suparnici, kompetitivnošæu inficirane ose i stršjenovi, umje-sto
da uživaju u svojem timskom radu, složni poput malih mrava...

Veæ pri ulazu u bilo koju biro-kratsku palaèu iza
èijih vrata nas èeka nepregledan niz raz-mjene i
popunjavanja papiro-logije s raznim informacijama, šutke se pretvaramo u
šahov-ske
figure i spremno uskaèe-mo u vagone administracije od jednog do drugog,
birok-ratskog
službenika

Prepuštamo im se, ipak, znajuæi da æe nas i ovaj
put
nemilosrdnim birokratskim mlinom i "preciznošæu švicars-kog sata"
evidentirati i obraditi u najdužem moguæem roku, kako bi nas tako
izmrcva-rene
pustili opet na nama prividnu slobodu, a zapravo natrag na uvijek
pokretnu
traku nadziranih ulica, trgova i pametnih nebode-ra s uredima nalik
šahovskim
ploèama uvij-ek spremnima za novu partiju šaha. Još je-dno uzaludno
èekanje u
redu je iza nas.

Veæ smo naviknuti na to maltretiranje. Želimo li se, pak, odmoriti od obilaska biro-kratskih muèilišta, postoji i drugi naèin muèenja, kao što je to, na primjer, naša komu-nikacija s automatskim sekretaricama poje-dinih tvrtki, tipa: "Molimo vas, unesite svoj preplatnièki broj, zatim pritisnite ljest-ve...." Tržište je to na kojem vjeèeno zvone pokvareni telefoni iza èije zvonjave strplji-vo oèekujemo nove susrete s nasnimljenim porukama i cijelim nizom robotiziranih up-uta o pritiskanju tipki koje æe nas, ako smo taj dan sretne (ali i široke) ruke, dovesti do željenog operatera. U glavi su nam pinovi, šifre i lozinke, dok se kreæemo strogo kon-troliranim pokretnim trakama našeg vreme-na. Ljudima je, vjerujem, ipak bitniji topli ljudski kontakt od automatizirane uèinkovi-tosti i stroge sistematizacije svakog aspekta našeg života.

Upravo iz pera insidera, duboko uronjenih u sve tijekove globalnog tržišnog funda-mentalizma stižu najvjerodstojnije prièe o njegovu funkcioniranju, kao i zapanjuæea proroèanstva o buduænosti svjetskog tržišta, bazirana na bogatim iskustvima autora. Dvije knjige na spomenutu temu nedavno sam ponovno s posebnim veseljem proèita-la, jer predviðaju okretanje smjera brandin-ga i marketinga opæenito od racionalnog prema emotivnom tržišnom komuniciranju. To su poznate knjige The Dream Society Ralfa Jensa i Lovemarks Kevina Rober-tsa.

Rolf Jensen, primjerice, predviða da æe u najskorijoj buduænosti najuspješniji na tržištu biti upravo proizvodi i usluge koji apeliraju na naše osjeæaje prije nego na na-še misli. Autorova je teorija kako æe svi su-dionici u procesu tržišne komunikacije u skoroj buduænosti promijeniti naèin svoje komunikacije s tržištem, od pukog davanja informacija temeljenog na željama i potre-bama potrošaèa u tople, ljudske prièe pune mašte. To je samo još jedan dokaz da vrsni poznavatelji tržišnih zakonitosti ipak pro-mišljaju o tom birokratskom, strogo infor-mativno orientiranom ozraèju u kojem živimo.

Priznajmo si, u uvjetima pretjerane birokracije, nestaje tople prijateljske, ili u najmanju ruku kolegjalne komunikacije među suradnicima. Suradnici postaju jedni drugima tiki protivnici, suparnici, kompetitivnošæu inficirane ose i stršljenovi, umje-sto da uživaju u svojem timskom radu, složni poput malih mrava. Ljudi æe uèeæi na pogrješkama ovog današnjeg života morati skrojiti neke nove zakone bududeg poslovanja.

A, ako se netko pita kako su nastale sve dosadašnje cigle Palaèe Novog vremena, njezini kreatori opravdat de se rijeèima kako su ih osmislili tijekom još jednog od brojnih pokušaja stvaranja idealnog druš-tva. Ali, graditelji tog idealnog društva ipak bismo trebali biti svi mi zajedno i trebali bismo drukèije razmišljati o pristupima jedni drugima.

U mom razgovoru o suvremenim trendovima tržišnog komuniciranja s Kevi-nom Robertsom, autorom knjige Lovemarks, u kojoj on najviše govori upravo o ljubavi u poslovnoj i marketinškoj komuni-kaciji, upitala sam ga zašto je u svojem vi-ðenju idealnog tržišnog komuniciranja ap-ostrofirao upravo ljubav i što misli o pos-lovnosti našeg vremena, na što mi je on od-govorio kako vjeruje da je suvremena pos-lovnost neminovan stroj ljudskog napretka te kako, ako to želimo, možemo tu istu po-slovnost iskoristiti na najbolji moguæi naèin, kada je veæ tu i to kako bismo stvo-rili bolji svijet.

Kako? „Poslovi prelaze sve kulturne i geopolitièke granice, oni idu svu-kud, kuda druge institucije, poput na primj-er vlade neke države, ne mogu. Kad spojite nacrt, poduzetnost, emociju i inspiraciju, možete stvarati ozraèje opæeg poticaja među ljudima. Za snove je potrebna hrabrost. Treba hrabrosti kako bi se nešto poduzelo. Ne smijemo se nikada zadovoljiti postoje-æim stanjem. Trebali bismo uvijek vjerova-ti u promjene na bolje", rekao mi je.

Razmišljam o njegovu optimističnom pogledu prema standardiziranoj poslovnosti, znam da sve to očemu on govori možemo postići jedino svi zajedno, a nikako sami. I ja još uvek slijepo vjerujem kako æe se ljudi uskoro probuditi iz tog prenaglašenog znanstvenofantastičnog sna i napokon spoznati jedni druge kao ljudе, a ne kao plo-čice oko vrata globalnih ratnika iz kakve kompjuterske igrice ili plastificirane kartice s ugrađenim šiframa i otisnutim brojevima, kao JMBG-ove, OIB-e, pinove, bar kodove i čipirane etikete te da æe dovesti do na-pokon spoznati ljetopu usporavanja svoga hoda po pokretnim birokratskim tračnicama života i poslovanja.

Vrh piramide još nas nije počeo na sva zvona čipirati, iako je i to već u planu, a Kevin Roberts prvi je uvjeren: "Svijet se može povezati jedino kroz zajedničku ljubav i inspiraciju svih nas. Ljubav i inspiracija prelaze sve moguće granice. Govore svakome shvatljivim jezikom. Sjedinjuju svijet kao nijedna sila na Zemlji."

Opijena optimizmom budućeg Jensenova društva snova i Robertsovim porukama ljubavi, vjerujem da je društvo snova, uz naučnu i pomoć, ipak moguće. Tome je budućem društvu, ako ga želi moći izgraditi, najviše potrebna naša predanost ostvarenju snova i naša vještina biro-rekreacije za novi, bolji i humaniji svijet. U protivnom, to æe se društvo snova pretvoriti u nošenu moru.