

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
kolegijalne komunikacije među suradnicima. Suradnici postaju jedni drugima tihi
protivnici, suparnici, kompetitivno i inficirane ose i strljenovi, umjesto
da uživaju u svojem timskom radu, složni poput malih mrava...

Već pri ulazu u bilo koju birokratsku palaču iza
njih vrata nas čeka nepregledan niz razmjene i
popunjavanja papirologije s raznim informacijama, utke se pretvaramo u
ahovske
figure i spremno uskačemo u vagone administracije od jednog do drugog,
birokratskog
službenika

Preputamo im se, ipak, znaju da će nas i ovaj
put
nemilosrdnim birokratskim mlinom i "precizno i vicarskog sata"
evidentirati i obraditi u najdužem mogućem roku, kako bi nas tako
izmrcvarene
pustili opet na nama prividnu slobodu, a zapravo natrag na uvijek
pokretnu
traku nadziranih ulica, trgova i pametnih nebodera s uredima nalik
ahovskim
pločama uvijek spremnima za novu partiju aha. Jo je jedno uzaludno
čekanje u
redu je iza nas.

Veæ smo naviknuti na to maltretiranje. Źelimo 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 pretplatnièki broj, zatim pritisnite ljest-ve...." Tržište je to na kojem vjeèno 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 Źeljenog 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 Źivota.

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

Rolf Jensen, primjerice, predviđa 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 Źeljama 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 orijentiranom ozraèju u kojem Źivimo.

Priznajmo si, u uvjetima pretjerane birokracije, nestaje tople prijateljske, ili u najmanju ruku kolegijalne komunikacije među suradnicima. Suradnici postaju jedni drugima tihi protivnici, suparnici, kompetitivno i inficirane ose i stranjeno, umjesto da uživaju u svojem timskom radu, složni poput malih mrava. Ljudi na pogreškama ovog današnjeg života morati skrojiti neke nove zakone budućeg poslovanja.

A, ako se netko pita kako su nastale sve dosadane cigle Palaèe Novog vremena, njezini kreatori opravdat de se riješima kako su ih osmislili tijekom jednog od brojnih pokušaja stvaranja idealnog društva. Ali, graditelji tog idealnog društva ipak bismo trebali biti svi mi zajedno i trebali bismo drukčije razmisliti o pristupima jedni drugima.

U mom razgovoru o suvremenim trendovima tržišnog komuniciranja s Kevinom Robertsom, autorom knjige Lovemarks, u kojoj on najviše govori upravo o ljubavi u poslovnoj i marketinškoj komunikaciji, upitala sam ga zašto je u svojem viđenju idealnog tržišnog komuniciranja apostofoirao upravo ljubav i što misli o poslovnosti našeg vremena, na što mi je on odgovorio kako vjeruje da je suvremena poslovnost neminovan stroj ljudskog napretka te kako, ako to želimo, možemo tu istu poslovnost iskoristiti na najbolji mogući način, kada je već tu i to kako bismo stvorili bolji svijet.

Kako? "Poslovi prelaze sve kulturne i geopolitičke granice, oni idu svugdje, kuda druge institucije, poput na primjer vlade neke države, ne mogu. Kad spojite nacr, poduzetnost, emociju i inspiraciju, možete stvarati ozračje općeg poticaja među ljudima. Za snove je potrebna hrabrost. Treba hrabrosti kako bi se nešto poduzelo. Ne smijemo se nikada zadovoljiti postojećim stanjem. Trebali bismo uvijek vjerovati u promjene na bolje", rekao mi je.

Razmišljajući o njegovu optimističnom pogledu prema standardiziranoj poslovnosti, znam da sve to o čemu on govori možemo postići jedino svi zajedno, a nikako sami. I ja još uvijek slijepo vjerujem kako će se ljudi uskoro probuditi iz tog prenapravljenog znanstvenofantastičnog sna i napokon spoznati jedni druge kao ljude, a ne kao pločice oko vrata globalnih ratnika iz kakve kompjuterske igrice ili plastificirane kartice s ugrađenim kôdovima i otisnutim brojevima, kao JMBG-ove, OIB-e, pinove, bar kodove i štampane etikete te da će čovječanstvo napokon spoznati ljepotu usporavanja svoga hoda po pokretnim birokratskim tračnicama života i poslovanja.

Vrh piramide još nas nije počeo na sva zvona šipirati, iako je i to već u planu, a Kevin Roberts čvrsto 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 Robertovim porukama ljubavi, vjerujem da je društvo snova, uz našu malu pomoć, ipak moguće. Tome je budućem društvu, ako ga želi-mo izgraditi, najviše potrebna naša predanost ostvarenju snova i naša vještina biro-rekreacije za novi, bolji i humaniji svijet. U protivnom, to će se društvo snova pretvoriti u noćnu moru.