

Razmišljanje ob knjigi *Managerski diskurz: etične, politične, ideološke in komunikacijske dimenzije*

LEV KREFT

Univerza v Ljubljani, Slovenija

V Koloseju, kjer vrtijo najudobnejše filme v najudobnejših okoliščinah in ki stoji v БТС – ta pa je najudobnejše mesto, v katerem nihče ne živi, vsi pa nakupujejo in se imajo dobro –, ima svoje mesto tudi knjigarna, ki ponuja najudobnejše knjige. Najudobnejše knjige govorijo o tem, kako lahko postanete sam svoj manager. Z drugimi besedami, ponujajo vam veščine, s katerimi ne postanete le sam svoj mojster (kako naredite omaro, kako popleskate spalnico, kako uporabljate računalniški program in kako zadovoljite svojega partnerja), take, ki jih za telebane napišejo netelebani, temveč vam te najudobnejše knjige omogočijo, da postanete manager lastnega življenja, ki si večje izoblikuje samopodobo (telesno in duhovno, vserazsežno) in podobo za druge. Tako kot velja, da zadene žogo v koš samo tisti, ki je vidno prepričan, da bo zadel, še preden je sploh vrgel na koš (in konec koncev samo takemu sploh podajaš žogo), velja tudi, da bo uspeh dosegel samo tisti, ki mu je že pred tem jasno zapisano v vsem njegovem žitju in bitju, da je poosebljen uspeh. Samopodoba je retuša, ki pomeni radiranje nezdravih sestavin in navad trupa in osebnosti, pa tudi prav tako uspešno preganjanje zlih misli in nečistih poželenj. Nihče se ne rodi popoln, toda vsak lahko postane popolnost sama, saj za to zadošča, da sami v to verjamete in da drugi verjamejo vam. Sprva se zdi, da je težava najbrž v tem, da vam drugi verjamejo samo, če jim vsaj malo lažete, in da sebi verjamete samo, če ste o tem popolnoma prepričani. Toda začetek managerskega prijema je prav v tem, da pozabite na tovrstne pomisleke in se naučite zaupati sami sebi tako, kot želite, da vam zaupajo drugi. Tu ne gre niti za vero niti za vednost, gre za zaupanje, ki je pred obema: managerski nauki se namesto z metodologijo principielnega dvoma začenjajo z metodologijo principielnega samozaupanja. Podoba za druge je uspešno manageriranje drugih tako, da učinkovito sodelujejo pri vaši lastni samopodobi, da postanejo sodelavci pri čaščenju/upoštevanju/povzdigovanju vas samih, da podležejo vaši želji in da ne motijo vašega velikega duha in telesa. To, čemur se po starem reče stvarna literatura, je zdaj že nekaj popolnoma drugega. Stvarna literatura je v nasprotju s fikcijo – lepo književnostjo – pri-

povedovala o stvareh, ki so in kakor so: o tujih krajih, ki jih najbrž ne boste nikoli videli, o prečudovitem rastlinskem in živalskem svetu, ki ga sicer ne bi opazili, ter o imenitnih ljudeh in njihovih življenjih, ki bi jih sicer skoraj gotovo prezrli. Sodobna »priročniška« književnost pa ni niti stvarna niti fiktivna, temveč dobesedno nestvarna: v njej se neprestano prikazuje, kako je treba poslovati s samim seboj, torej s podjetjem, ki ne ponuja nikakršnega posebnega blaga – izdelka, razen samega sebe. To je pravzaprav ideal managementa: idealno poslovanje, pri katerem ni več fizike, ki zaradi trenja povzroča izgubo energije in številne dodatne stroške, temveč samo še metafizika, ki nič ne stane, prinaša pa čisti dobiček. In dobiček je mogoče izraziti še v mnogo bolj metafizični metafiziki, kot je metafizika denarja in kitajskih samopremikajočih se miz. Gre za čisto metafiziko samoizpolnitve, ki ustreza krščanski govorici o drugem (krstu) in tretjem (smrt z obetom odrešenja) rojstvu skupaj. Kar je tudi prvi stavek in prvi obet, ki ga vsaka od teh knjig obljublja že na prvi strani. Kaj prvi strani, na platnicah in zavihku. Če jim verjamete, ste s tem že takoj na dobičku. Če jim ne verjamete, ste na izgubi, saj vaša nejevernost škodi samo vam samim: ko bi verjeli, bi stvar delovala v vašo korist, če ne verjamete, je videti neumna in plehka, a to je samo videz, saj ste na izgubi vi sami. Tertulijan je z besedami »credo, quia absurdum est« imel v mislih prav to: samo absurdno je vredno verjetja, ker se božanska odrešujoča moč lahko kaže samo v podobi absurda. Absurd ni protislovje. Protislovje je gonilna sila, saj je razrešljivo in nagnjeno k razrešitvi, absurd je pomiritev, saj je trdno nerazrešljiv in večen. Tako je, recimo, sveta trojica, zaradi katere so se politeisti in monoteisti norčevali iz kristjanov, češ, trdite, da verjamete v enega samega boga, pa jih imate v resnici kar tri, dokaz za obstoj enega samega boga. Kajti nekrščanski monoteisti, pa naj so jim še tako blizu po svojem striktnem monoteizmu, poznajo samo tistega enega samega boga, ki se kot čarovnik iz Oza skriva za zaveso in je v resnici nekakšen sprenevedajoč se prevarant, medtem ko politeisti poznajo samo brezštevilne podobe boga, le tistega enega samega ne poznajo in ne priznavajo, tako da so vsi njihovi bogovi samo privzdignjene človeške podobe. Samo krščanski bog, ki se kaže v treh svojih reprezentacijah, je pravi monoteistični bog, ker ni nikakršnega četrtega boga, ki bi se skrival za zaveso in bi se v teh treh podobah prikazoval, niti ni enega samega boga, ki se ga ne bi dalo niti omenjati, kaj šele prikazati, temveč je ta en sam bog ravno proizvod lastnih treh reprezentacij – ni posebna, od lastnih prikazovanj ločena bitnost, saj biva kot en sam prav tako, da se prikazuje v treh podobah. Z drugimi besedami, bog je proizvod lastnega diskurza. To je tudi prva trditev

knjige: managerski diskurz je govornica, ki napolnjuje svet po dolgem in počez, pa še nekaj več kot to je: nastopa v vlogi univerzalne govornice in govornice univerzalnega. Podoba sveta, ki ga manager in management univerzalno naseljujeta, se kaže kot naravno stanje, iz katerega ni mogoče izstopiti in je vedno obstajalo. Smo torej v globalnem BTC Cityju, prisiljeni v izbiro med tremi možnostmi. Lahko sledimo, lahko podvomimo in lahko zavrnemo. Sledenje je logično – z njim gremo s tokom managerske govornice. Dvom je videti kot kritična izbira, toda kritika je znanstveno orodje krepitev tistega, kar se kritizira, in pripomoček, ki kritizirajočemu priskrbi vzvišen položaj, ne da bi za to moral kaj misliti ali kaj narediti. Zavrnitev pomeni misliti in delovati, in to je smer, ki jo z vsemi tveganji ubirajo avtorji knjige.

Prav zato je ključna pozornost usmerjena v diskurz/govornico, vključno z empiričnim delom, pri katerem metodološko ne gre niti za pridobivanje »mnenjske podobe« niti za pridobivanje informacij, temveč za pridobivanje vzorcev govornice. Pri tem je pomembna oznaka, da managerski diskurz izključuje utopijo in da se z utopičnih položajev tudi ne moremo nadejati, da se bomo pritolkli do vpogleda v managersko govornico. Pomembna je zato, ker se v tranzicijskih – postsocialističnih situacijah še ohranja nekaj spomina na tisto dediščino socialistične, tudi samoupravno socialistične govornice, ki je bila govornica absolutna, vendar tako, da je utopijo upoštevala kot nekaj, kar se že tukaj in zdaj uresničuje ali ji vsaj samo še nekaj malega manjka do popolne uresničitve (po navadi ji je bil napoti kak subjektiven dejavnik, ki se je ob stiskah povampiril v notranjega in zunanjega sovražnika). Managerska govornica je lahko govornica »mehkega« absolutna oziroma »mehkega totalitarizma« prav po tem, da vsakršno utopičnost že vnaprej izključuje in je ne razpira niti kot kako krivo vero. Pravzaprav izključuje vsakršno političnost. Po tej plati manager ustreza filistru, za katerega najpopolnejši managerski nasvet bi se lahko zapisala popravljen Aristotelova misel: »Človek je poslovno sposobna, a popolnoma nepolitična žival.« Zato seveda ostajajo glede na normalna pričakovanja nekateri odgovori presenetljivi, vendar celoten empiričen material v interpretaciji, ki jo razvije besedilo, povsem utemeljeno kaže, da se zaznavno-ideološka matrica ni spremenila, temveč se je samo premaknila. Večina se postavlja na pot med egiptovskim suženjstvom (ki pa je res za mnoge imelo in še ima pomen zlasti zaradi »egiptovskih loncev mesa«) v obljubljenem deželu, ki vodi (kot je bilo na začetku tranzicije mnogokrat rečeno) skozi puščavo – vendar se to potovanje skozi čas dogaja tu in zdaj, na tem ozemlju in v tem času, torej v zaprtem okviru

dežele. Okvir pa je vsaj rezerviran tudi do kapitalizma in tudi po tej plati napeljuje na misel, da se konfliktnosti ne bo mogoče kar tako zlahka izogniti, kot da bi šlo za kak naključen pojav. Učinek se kaže še bolj, ko od opredelitev do socializma, demokracije in kapitalizma preidemo k odnosu do pravičnosti, saj je razkorak tu še večji in posledično je še bolj vidno razmerje, v katerem se pravičnost zgolj pričakuje (od oblasti ali od tistih, ki oblast lahko usmerjajo, in to zagotovo nismo »mi«, ki govorimo). Predvsem pa je raziskava razkrila izredno velik razkorak v pogledih na pravičnost med uporabniki managerskega diskurza, ki v tem pogledu pravzaprav diskurza ne »kupujejo«, temveč gredo proti njemu, in producenti tega diskurza, za katere pravičnost ni toliko pomembna in se ne povezuje z enakostjo kot pri »navadnih« uporabnikih ali pa je nekaj, kar ima v najbližji prihodnosti izginiti. Managerski diskurz torej prisega na managersko svobodo, ki ni svoboda ljudi, temveč svoboda »poslovanja«, ter izključuje pravičnost in enakost.

Raziskovanje je zajelo tudi uporabo metafor v managerskem diskurzu, ki pomeni nastavek za razmislek, načet že na začetku knjige: če je management po plati diskurza tako blizu postreligijski govorici in je še najbližje nekakšni veččini (*techne* ali *ars*), mar ne gre za neko posebno tropično/privzdignjeno govorico, torej tisto, ki ji je v antičnem pojmovanju pripadala oznaka »visoka govorica« – *megaloprepis*, česar ne kaže enačiti z modernim (Burkovim ali Kantovim) pojmovanjem vzvišenega, saj je to govorica, ki je trdno vezana na socialni položaj: govori jo lahko samo tisti, ki že vnaprej govori z visokega položaja. V to smer namreč kaže tudi ugotovljeno dejstvo, da je jezik managementa postal dominanten in avtoritativen jezik postsocialističnih družb, ki stopa na mesto nekdanje dominante – samoupravne govorice. In če je bila govorica samoupravljanja nekaj »lokalno specifičnega«, je govorica managementa jezik globalizacije same.

V sklepnem besedilu se odpirajo tisti konteksti in vprašanja, ki dobljene ugotovitve postavljajo na način *Zeitdiagnose* (ne duha časa, kajti managerski diskurz ni kak duh časa, ki bi mu bilo treba oziroma bi se mu dalo postaviti nasproti drugačnega, avtentičnega in samolastnega duha!), ki sega tako v okvire postsocialističnega bivanja kot tudi v globalizacijo na splošno. Pri tem je treba opozoriti, da je govorica tistega, za katerega se predpostavlja, da ve, po izvorni lacanovski rabi še nekaj dokaj običajnega, tako rekoč modernega: v modernosti se ve, za koga se predpostavlja, da ve, med pogoji za to pa je tudi, da ta ni »nor«, da torej sam ve, da ne more samega sebe predpostavljati kot tistega, ki ve – podobno kot velja tudi za kralja, ki je kralj samo zato, ker ga imajo podložniki za kralja (Marx) in bi bil popolnoma in

do konca nor, ko bi se imel za kralja zato, ker je to »on sam« (Žižek). V managerskem diskurzu pa je vpisana prav ta skrajna norost: govori ga subjekt, ki sam zase predpostavlja, da je subjekt, za katerega se mora predpostavljati, da ve. Angleži so kralja, ki je imel o sebi tako mnenje, skrajšali za glavo, kraljevskosti pa določili varuha, dokler se ni našel boljši nosilec vednosti. V managerski govorici se torej kraljevi dve telesi stapljata v eno samo. Knjiga z naslovom *Managerski diskurz: etične, politične, ideološke in komunikacijske dimenzije*, ki jo je uredil Tonči Kuzmanič, je po svoji metodologiji in interpretaciji inovativna in hkrati dobro pripravljena, predvsem pa kar kliče po kritiki, tudi s pozivom na koncu. V tem ima neko prednost pred managersko govorico, ki jo obravnava: v managerski govorici kritike managementa sploh ni mogoče formulirati.