



Marko Lučić, urednik i član uprave,
portal *Quantum21.net*, časopis *qLife*

Powered by:



A School with a View

Uvodnik

Marko Lučić

Poštovani čitatelji,

u mjesecu lipnju na portalu *Quantum21.net* bavimo se "promjenom svjetonazora u biznisu". U posljednje vrijeme na stručnim skupovima i u javnim medijima često nailazimo na taj pojam, pa nas se tako upozorava na "nužnost promjene svjetonazora u društvu i gospodarstvu, ako želimo da se išta promijeni". Još je davne 2002. godine Vlada Republike Hrvatske izradila strategiju razvitka pod nazivom *Hrvatska u 21. stoljeću* koja je trebala pružiti viziju razvitka hrvatskog društva i gospodarstva na početku novog milenija. U tom doista značajnom dokumentu ugledni stručnjaci naglašavaju kako, citiram: "(...) ipak, promjena svjetonazora je najvažnija od svega, jer sve naše strategije i svi naši projekti neće imati učinka ukoliko se on ne promijeni... Promjena *mindseta*, koja u najširem kontekstu čini socio-kulturni kapital ove zemlje, problem je kojeg nije moguće preglasati." (dr. sc. Željko Lovrinčević, Ekonomski Institut u Zagrebu, koordinator projekta).

Svjetonazor je, najšire shvaćeno, pogled na svijet, mentalni model, skup predodžbi koji određuje na koji način pojedinac interpretira svijet oko sebe; na koji način odgovara na ključna filozofska, religijska i etička pitanja; određuje što je važno, a što nije važno u našim životima. Metaforički ga možemo usporediti s "kompjuterskim programom" naše podsvijesti koji određuje da mislimo to što mislimo pa zatim činimo to što činimo. Odnosi se na skrivene fundamentalne pretpostavke o načinu funkcioniranja svijeta koje uglavnom ne preispitujemo, koje su nam "normalne", iako u nekom drugom povijesnom razdoblju one uopće nisu bile "normalne", već potpuno sulude.

Novi svjetonazor se prvo pojavljuje u znanosti, obično fizici, da bi se zatim polako proširio na sva područja ljudskog života, pa tako i na gospodarstvo. Lideri i menadžeri u organizacijama svoje odluke ne donose u nekom imaginarnom vakuumu, već na temeljima *operativnog svjetonazora*, često posve nesvjesno, što navedenoj kategoriji, kako je i potvrđeno u *Strategiji razvoja Hrvatske*, daje ogromni

značaj. Ako se percepcija stvarnosti, filozofija u pozadini svih naših aktivnosti ne promijeni, tada ćemo uvijek, baš uvijek, proizvoditi iste, neželjene rezultate.

Dakle, ako lideri i menadžeri, prije svega u politici i gospodarstvu, nastave funkcionirati "po starom", prevladavajućem mehanicističkom svjetonazoru stvorenim u Europi 17. stoljeća, nezasitna težnja za profitom i rastom i dalje će uzrokovati "neizrecivu štetu planeti i ljudima koji na njoj žive". Iako nam je takvo stanje svijesti omogućilo gotovo nevjerojatan materijalistički napredak, uslijed suženog fokusa interesa sa sobom je donijelo i brojne nenamjeravane, ali veoma negativne učinke kao što su npr. enorman jaz između bogatih i siromašnih, glad, ratovi, terorizam, zagađivanje okoliša i posvemašnja prijetnja opstanku svekolikog života na Zemlji.

Stari svjetonazor na stvarnost gleda kao na satni mehanizam, vjeruje u neograničeni materijalistički napredak, dominaciju čovjeka nad prirodom i prirodnim resursima, u njegovu sposobnost neograničenog razumijevanja na temelju informacija prikupljenih fizičkim osjetilima, u materijalističko stjecanje kao "vrhovnu životnu svrhu". Na njegovim smo temeljima izgradili organizacije krutih hijerarhija, u kojima su ljudi samo zamjenljive komponente, a rad se odvija na principu naloga "odozgo prema dolje", koje izdaju lideri i menadžeri naučeni da osjećaji, vrednote i intuicija pojedinca nemaju baš nikakvu vrijednost, te da je racionalno rasuđivanje na temelju "objektivnim informacijama" jedini način da se donose ispravne odluke.

S druge strane novi, *organsko-bolistički svjetonazor* nastao na temeljima suvremene kvantne fizike, na svijet gleda kao na čistu energiju, cjelinu s beskonačnim brojem prisno povezanih i stalno promjenjivih entiteta, u kojem unutarnje iskustvo pojedinca, koje uključuje intuiciju, emocije, kreativnost i duh, ima mnogo veći značaj od informacija prikupljenih fizičkim osjetilima.

U kontekstu svakodnevnog biznisa to znači da naglasak prelazi na kategorije kao što su *povezanost, cjelovitost, kreativnost, suosjećanje i intuicija*. Lideri nove paradigme stoga radije uvažavaju unutrašnju mudrost i autentičnost ljudi nego vanjske impersonalne snage, a odluke donose iz dubine unutarnje svijesti, povezane sa sviješću drugih ljudi i prirode budući da znaju kako je *sve Jedno* i kako je sav živući svijet povezan. Upravo zbog toga, prihvaćanjem poduzetničkog duha, izvornih poriva i vjere da se, usprkos "objektivnim činjenicama", ipak krene u nekom smjeru, stvaraju nove temelje napretka.

Lideri nove paradigme osjećaju da su ljubav, znanost, sreća, umjetnost, zadovoljstvo, filozofija, sport, kvalitetni odnosi, sloboda, obitelj, kultura, duhovni rast i prijatelji mnogo važniji nego "konkurentnost poduzeća". A onda, u kopernikanskom obratu, kada naposljetku prihvate ovu istinu, "konkurentnost poduzeća" pod njihovim se vodstvom uzdiže na posve nove razine.

Ugodno čitanje!