

## Mumljanjem do optimizacije poslovnih procesa

„Religija je uzdah potlačenog stvorenja, um svijeta bez srca, kao i duh bezdušne situacije. Ona je je opijum za mase.“

Karl Marx

„U nekim slučajevima poduzeća koja su obraćala pažnju na duhovnost nadmašivala su ostale za 400 do 500 posto u neto dobiti, prinosu na investicije i vrijednosti dionica.“

W. D. Thompson, (2000): „Can you train people to be spiritual?“, Training and Development, 54/12, str. 19.

Nije vijest da je religioznost građana u padu. Sekularizacija žari i pali. Sve je manje deklariranih vjernika, sve se rjeđe pohode bogomolje. Stare se crkve pretvaraju u [restorane](#), [klubove](#), [banke](#). Raste broj onih koji vjeru i znanost vide isključivo u sukobu, kao suprotne, nepomirljive stvarnosti. Ipak, čini se da je (stvarno već dosadna) pandemija 2020. godine nešto, možda malo, promijenila, pomakla.

Stvari su tekle svojim tokom, manje-više ustaljenim, i posao i život, dok nije sve stalo. A kad je stalo, postavilo se pitanje: zašto? Ne samo zašto pandemija, nego zašto posao, zašto život, zašto *bilo što*? Čemu? Znanost ne daje nikakav smislen odgovor, osim: život služi – a posao mu u tom pomaže – jedino da bismo se razmnožavali. Sretni li smo zbog tog! Nu smisla...

Potrošačko je društvo naoštreno da bi otupljivalo: letanje amo-tamo, s prekovremenog u *šoping*, izmoždeno strmoglavljenje u krevet, i opet budilica; šljokičasta ambalaža, što jedu poznati, s kim se viđaju nogometaši, kako je pjevačica riješila problem kurjeg oka. Google nudi gotova pitanja, kamoli odgovore! Zapravo, kupac je oguglao s Googleom. Tek kad je s pandemijom sve zaustavljeno počelo je preispitivanje prioriteta i kod otupljene mase.

Uz novostečeno slobodno vrijeme i egzistencijalnu prijetnju mnogi su u tržišnom kapitalizmu (i drugdje) počeli glasnije vapiti za bar nekim sveobuhvatnim smislom, onim koji bi obujmio 24 sata, i na poslu i van njega, i krenuli ga tražiti gdje god mogu. A čim se u tržišnom kapitalizmu osjeti potražnja odmah nastane i ponuda: konzultantske tvrtke prikladno nazvane [Ritualist](#), [Sveti dizajn](#) ili [Labos za dizajn rituala](#) i slične počele su nuditi „sastavi-sam-duhovnost“ po popularnim cijenama. Uzimaju neke izvanjske religijske elemente i nude ih kako bi opustili napete zaposlenike i povećali njihovu radnu učinkovitost. Ritual za „pogreb“ neuspjelog projekta, ceremonija za online konferencije, trenuci šutnje ili mantranje ili mumljanje prije sastanka, mirisanje cimeta ili štapića („kako bi sudionici imali zajedničko osjetilno iskustvo“), paljenje svijeća, ponavljajuće rečenice („korporativne inkantacije“) – djelić je ponude ovih poduzeća. Osnivač jedne takve firme napisao je [knjigu](#) o tome kako preoblikovati obične svakodnevne aktivnosti poput čitanja ili šetnje psa u „svete rituale“. Čitana je.

Kako god promatrali navedenu pojavu – kao šuplji, pomodni trend ili kao iskreno traganje (ili negdje između), u svakom slučaju ona aktualizira pitanje prakticiranja duhovnosti na poslu. Do jučer anemične, bezlične korporativne ljušture, od jučer i velike i male firme žele pronaći, stvoriti „dušu“. Ako ju pronađu to će im otvoriti put (i) ka povećanju profita. No, ima li sve to skupa ikakvoga smisla?

\*\*\*

Od kad se proklamira da je vjera privatna stvar, a religioznost nešto što se eventualno smije prakticirati isključivo unutar vlastita četiri zida, od tad je izopćena i duhovnost s radnog mjesta. Na poslu u zapadnom društvu nema prostora za ikakve vjerske znakove ili obrede, niti za išta što bi im nalikovalo. Pa ipak, zaposlenici su samo ljudi, a ljudi su i duhovna bića koja traže smisao, svrhu u svemu što rade, pa i na poslu. Ne postoji sklopka koja bi se mogla aktivirati ulaskom u ured, a koja bi zatomila ovaj poriv, koliko god radnik bio primoran aktivirati ju prolaskom kroz vrata poslodavca. Godine 2018. [procijenjeno](#) je da 40% zaposlenika smatra kako je njihov posao potpuno besmislen; (pandemijske) godine 2020. navedeni je postotak zasigurno još porastao.

Smisao konkretnog posla, rada u određenom poduzeću, kod poslodavca ili u vlastitoj firmi – usko je vezan uz smisao postojanja toga poduzeća, poslodavca, firme. Prije nego se počne razvezivati klupko smisla postojanja poduzeća, valja rasplesti sljedeće: biti zaposlen ne znači raditi. I onaj tko na radnom mjestu spava – zaposlen je. Katkad i onaj tko budan radi zapravo *fuša*, i bolje bi bilo da spava. Ako se rad samo „odrađuje“, među ostalim zato što se u njemu ne prepoznaje smisao koji rezonira, odnosno koji je bar donekle usklađen s unutarnjim poimanjem smisla (u privatnom životu), to jamči nizak angažman radnika, te slabo ili nikakvo zalaganje i predanost. Raditi na nekom radnom mjestu pri čemu je smisao postojanja poduzeća ispumpavanje što veće dobiti – ovo većinu radnika niti ispunjava, niti potiče na predanost. Upućivati radnike u smjeru koji se zove „prije svega što više novca“ teško će ih učiniti dugoročno zadovoljnima, a nezadovoljan radnik je i ekonomski neefikasan. „Što više novca“ je problematično jer je novac alat, sredstvo, vozilo – on ostvaruje svoju svrhu u onome za što i kako se koristi. Vozilo jest bitno, ali ono služi kako bi se dostigla destinacija. Prioritizirati novac (dobit) znači zamijeniti destinaciju vozilom. Nema smisla izgrađivati vozni park i pritom nemati nikakvu ideju destinacije kud bi se vozila vozila, a u kriznom ambijentu poput ovogodišnjeg pokazuje se naročito važnim posvijestiti smisao i rada pojedinca, i postojanja poduzeća. Doduše, treba jasno napomenuti: težiti ka ostvarenju profita ne samo da nije nikakvo zlo, nego je ekonomska nužnost. Dobit je apsolutno legitiman operativni cilj poslovanja. Dopuštati ili čak njegovati duhovnost na poslu može pomoći ostvarenju dobiti, i to ne mora biti ništa loše. No, dobit nije konačna točka ekonomskog ciklusa poduzeća. Upravo suprotno, ona je prva točka novog ciklusa u kojem treba odgovoriti na pitanje: a što sad? Kako smisleno potrošiti dobit?

Gotovo je nemoguće (ali i nepotrebno) ukomponirati različite religijske prakse različitih zaposlenika u poslovni proces jednoga poduzeća. No, moguće je i

potrebno uskladiti i učiniti nadopunjujućima (tj. komplementarnima i kompatibilnima) smisao postojanja poduzeća i smisao rada njegova zaposlenika. Duhovnost na poslu je „*koncept koji uključuje učinke duhovnih faktora koji djeluju zajedno unutar nekog organizacijskog okruženja, i to na individualnoj, grupnoj i organizacijskoj razini*“<sup>1</sup>. Dok individualna duhovnost može biti osobna, privatna, samačka, duhovnost na radnom mjestu je kolektivno iskustvo. Ona je priznanje da zaposlenici imaju unutarnji život koji je hranjen smislenim radom. Otkad je čovjeka postoji i njegova duhovna sfera (i) iz koje on crpi bar skice odgovora na konačna, iskonska pitanja. Da, smisao rada moguće je radniku ponuditi i bez crpljenja sa izvora tradicionalnih, etabliranih religija. Pa ipak, religije imaju tisućljetno iskustvo i specijalizaciju iz „menadžmenta duhovnosti“. Također imaju ormare prepune alata za krpanje, popravak i popunu duševnih brazgotina, ožiljaka i praznina, a na tim ormarima ne postoji lokot. U ovo krizno doba pojavili su se „majstori“ koji pokušavaju upotrijebiti neke od ovih jednostavnijih alata i tako dodati smisla poslovanju nekih poduzeća. Riječ je o mahom američkim firmama koje pod utjecajem krize (zdravstvene, ali i društveno-političke) i aktualno naglašene borbe za društvenu pravdu i prava manjina angažiraju „duhovne konzultante“ kako bi uspokojili uznemirene radnike.

Premda se neki od njihovih savjeta čine takvima ovi konzultanti nisu (uvijek) šarlatani: neki imaju cijenjene diplome (npr. harvardska teologija, i sl.). Iako među pobornicima preuzimanja religijskih elemenata u poslovni svijet sigurno postoji mnogo i obrazovanih i iskrenih tražitelja, stvarno je teško ne zakolutati očima pred scenom paljenja mirisnih štapića prije poslovnog sastanka i mumljanja ili mantranja neodređenih slogova, a sve kako bi se smanjili korporativni troškovi i povećala dobit. Patetika, šuplja sentimentalnost i pomodarstvo? Možda, ali tko će im zabraniti? Niti tko može, niti tko smije. No, što ako netko ne želi sudjelovati u takvom igrokazu? Tu nastaje problem. Za takvog individualca reći će se da nije timski igrač, da nije svoj ego u stanju podrediti grupi, da minira timski duh i produktivnost, ili još gore – da nije lojalan poslodavcu i da je bezdušan. I zbog toga postoje oni koji se izrazito opiru prodoru duhovnosti na radno mjesto: neki to vide kao stvaranje korporativnih kultova ili kao dodatno posvjetovljenje koje omalovažava i degradira stare tradicije svodeći ih na rekvizite tupavog potrošačkog društva.

Jedan od problema utilitarnih pristupa religiji („iskoristimo neke elemente religioznosti, ali bez obveza i predanosti“) jest u tome što se preuzimaju izvanjski oblici bez nekog reda i koncepta; koristi se forma bez sadržaja smatrajući da će sadržaj već nekako sam nadoći oponašanjem, glumljenjem forme. Kao što osoba neće naći duševnu ravnotežu i mir samo zato što je obrijala glavu i stavila na sebe odijelo budističkog monaha, niti će postati spretna u baratanju mačem čim se odjene u samuraja, tako ni efikasnost i produktivnost čudesno ne nastaju čim se upale svijeće na sastanku. Vjera u sadržaj je ključan element, i ako nje nema preostaje samo scenografija.

I prije pandemije pragmatični menadžeri uvidjeli su da radnici imaju svoje potrebe koje, ako se dobro oblikuju unutar poduzeća, mogu povećati njihovo

---

<sup>1</sup> Buszka, S. G., & Ewest, T. (2020). Integrating Christian Faith and Work: Individual, Occupational, and Organizational Influences and Strategies. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-22914-6>, str. 72

zadovoljstvo poslom, a samim time i radni učinak<sup>2</sup>. „Što više zaposlenici pronalaze smisao i svrhu u svom životu, to su više predani organizaciji“<sup>3</sup>. Pa ipak, navedeni se stav može smatrati i perfidnim, podmuklim ako pokušava tek iskoristiti radnika kako bi iz njega izvukao više u korist poslodavca. Ali nisu radnici priglupi, oni mogu prozrijeti jesu li nastojanja menadžmenta samo maskarada ili iza toga stoji nešto neproračunato. Ako je pristup duhovnosti na poslu sveobuhvatan, neizvještačen i iskren, onda će iz toga proizaći i dodatna ekonomska vrijednost s kojom će biti zadovoljni i menadžment i radnici *zajedno* (to je jedan od temeljnih principa tzv. ekonomije zajedništva). Ključni je element povjerenje: ako radnici ne vjeruju menadžmentu, i/ili uprava ne vjeruje zaposlenicima – od tog neće biti ništa. Instrumentalizacija duhovnosti razotkrit će se kao organizirana manipulacija i čak donijeti suprotne učinke: još će više udaljiti zaposlenike od poslodavca, te smanjiti i proizvodnost i druge ekonomske rezultate.

Potrebno je također uočiti da trend traženja *poslovne duše* slijedi onu poznatu doskočicu „duhovnost da, religioznost ne“, onu koje se drže mnogi koji „vjeruju u Boga, ali ne vjeruju Crkvi“. Naime, brojni su razlozi zbog kojih se građani razvijenih društava sve više odmiču od institucionalnih religija (premašuju granice ovoga člancića). Ali, svakako je zanimljivo da mnogi od njih nakon udaljavanja osjete određenu nutarnju prazninu, pukotinu koju traže nekako popuniti, makar i slamom. Valja izbjeći samodopadno podsmjehivanje onima koji sijenom krpaju rupe u armaturi temelja, jer i oni tragaju za smislenim sadržajem, pa makar u izvanjskome, a onaj tko grebe po površini možda dođe i do nutrine.

\*\*\*

„Tajne vjenčanja, mature, vjerskih službi i sportskih događaja moćne su ceremonijalne tehnike za dramatično povećanje ljudskih rezultata – načini za povećanje produktivnosti, jačanje odnosa i učinkovito upravljanje promjenama“ - ovako se promovira knjiga pod naslovom „Ceremonija: duboka nova metoda za postizanje uspješnih i održivih promjena“ autora Thomasa Melochea i Kylea Aretaea (2017)<sup>4</sup>, objavljena davno prije covida. „Ceremonija“ se promatra kao „strategija kojom se istovremeno može povećati produktivnost, poboljšati kvaliteta i smanjiti troškovi“. Sasvim jasno, iskreno i neskriveno autori razotkrivaju što nastoje postići ceremonijalizacijom odnosa u poduzeću: žele povećati produktivnost, kvalitetu proizvoda odnosno usluga, i smanjiti troškove. Hoće li itko strasno, predano i gorljivo stremiti ka povećanju produktivnosti i smanjenju troškova samo zato što je uvedena neka nova „ritualna procedura“ vođenja sastanka? Autori su uvjereni da hoće.

---

<sup>2</sup> Karakas, F. (2009). Spirituality and Performance in Organizations: A Literature Review. *Journal of Business Ethics*, 94(1), 89–106. doi:10.1007/s10551-009-0251-5

<sup>3</sup> Milliman, John, Andrew J. Czaplewski, and Jeffery Ferguson. 2003. Workplace Spirituality and Employee Work Attitudes: An Exploratory Empirical Assessment. *Journal of Organizational Change Management* 16 (4): 426–447

<sup>4</sup> <https://www.amazon.com/Ceremony-Profound-Achieving-Successful-Sustainable-ebook/dp/B071X6XV43>

Postoje i [drugi](#) utjecajni mislitelji koji predlažu „šopingiranje“ od religija, kao u trgovačkom centru, i uzimanje samo onih elemenata koji „kupcu“ trenutno odgovaraju. Doslovno ovako: božićne pjesme da, Bog ne. Umjetnost u crkvama da, duhovnost ne. Time žele popuniti neke unutarnje, egzistencijalne rupe, ali bez obaveza. Treba li im objašnjavati da nema nogometa bez lopte? Ili to onda nije nogomet? Naravno da ne treba. Svaki je čovjek tražitelj i valja pomagati svakome u putovanju, osobito onima koji primjećuju da u vjeri/religiji postoji nešto vrijedno, nešto što mogu integrirati u svoj život. A zahtjevima tipa „sve ili ništa“ prisvaja se autoritet ključara posljednjih vrata i rastjeruju se umjesto prizivlju lutajući čupavi [šupljorošci](#).