



Marc Luyckx Ghisy, doktor znanosti, matematičar, filozof i teolog, član World Business Academy i dekan Cotrugli Business Academy iz Zagreba. Gdin. Luyckx je direktno surađivao s Predsjednikom Europske komisije, prvo s Jacquesom Delorsom, a kasnije sa Jacquesom Santerom kao član grupe za "Napredna istraživanja" zadužen za preispitivanje etičke, kulturalne, religijske i političke dimenzije stvaranja Europske Unije u kontekstu promjene svjetonazora.

## Win-win strategija za Europsku Uniju u društvu znanja - 2. dio

Marc Luyckx Ghisy

### Prevladavanje tajnosti i patentiranja

Tajnovitost i patentiranje osnovne su vrijednosti kapitalističkoga sustava. Tajnost prije podnošenja zahtjeva za patentiranje pravilo je o kojem se u posljednje vrijeme mnogo raspravlja. Mnogi mislioci još uvijek brane sustav patenata, a u sklopu foruma Svjetske trgovinske organizacije veće dugo pregovara o pravima na intelektualno vlasništvo gdje se Zapad bori za obranu i održanje tih prava. Promatraču se borba čini legitimnom.

Harlan Cleveland je o tom problemu progovorio 1985. g. kada je izjavio da "informacije uvijek cure". To znači da će se tajnovitost sve teže održavati: "Informacije su porozne, transparentne. Cure. Imaju tendenciju da se šire. Što više cure, više ih ima, i sve više nas dolazi u posjed tih informacija. Luđačke košulje vladinih klasifikacija, trgovinske tajne, prava na intelektualno vlasništvo i povjerljivost svih vrsta vrlo se teško uklapaju u ovaj nemirni resurs."

Informacije doista cure. A toga će biti sve više i više. Na webu je npr. moguće naučiti kako napraviti nuklearnu bombu! Postaje vrlo teško držati informacije tajnima, a taj će problem postati još težim, ponajviše zbog ultrabrzog razvoja IT-a.

Znanje je ključna imovina novoga društva. Pod pretpostavkom da tajnovitost nije više održiva, postavlja se pitanje koje će to nove vrste struktura nastati? Ponavljam, ljudi su toliko uklopljeni u stari način razmišljanja kojeg smatraju vječnim i nepromjenjivim, da je mnogima vrlo teško zamisliti nešto drugo. Možda moramo ponovno otkriti ideju kolektivnoga vlasništva i kooperativnog upravljanja koje plemenska društva koriste već tisućama godina.

Odličan primjer je međunarodni ugovor o oceanskom dnu koji je nakon mnogo godina borbe verificiran konvencijom UN-a o Zakonu o moru 1982. g., kao i sporazumi i programi koji su sastavljeni i potpisani nakon samita Rio Earth 1992. g. Možda je stiglo vrijeme za otkrivanje starih istina i stvaranje novih koncepcija koje će dovesti do održivoga svijeta.

Najgori scenarij je onaj u kojem Zapad nameće zakone za zaštitu intelektualnoga vlasništva cijelome svijetu.

## Pojedinačno vlasništvo sredstava za proizvodnju

Slobodno možemo reći da je **pojedinačno vlasništvo sredstava za proizvodnju** najznačajnija karakteristika društva znanja koja sama po sebi označava kraj kapitalizma i marksizma, kao i kraj rasprava Ljevice i Desnice. U ovom se obilježju pronalaze temelji teorije i objašnjenje razloga krize Ljevice u Europi i svijetu. Naime, čitava strategija marksizma i Ljevice okrenuta je borbi radnika za vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju. U isto se vrijeme Desnica borila za vlasništvo poduzetnika i vlasnika kapitala.

Danas se taj rat završava, zato jer su sredstva za proizvodnju u društvu znanja umovi pojedinaca - zaposlenika. To znači da se svake večeri zaposlenici vraćaju svojim kućama noseći sa sobom sredstva za proizvodnju. S druge strane, svake večeri poduzetnici ostaju sami sa svojim kapitalom i tvornicama, ali bez sredstava za proizvodnju. Kapital još uvijek postoji, ali je izgubio centralnu važnost. Društvo više definitivno nije kapitalističko.

Stoga se poduzetnik znanja susreće s novim izazovom: osigurati da mu se sredstva za proizvodnju ujutro vrate na posao. To objašnjava zašto je današnji menadžment postavio čovjeka u središte pozornosti dodjeljujući mu ključnu ulogu u preživljavanju tvrtke: ne žele izgubiti svoje najbolje sredstvo proizvodnje. Sve to nas dovodi do ponovne humanizacije menadžmenta.

Međutim, samo jedan ljudski mozak nije produktivan. Ljudi moraju surađivati kako bi stvorili novu vrijednost. To je temeljni razlog zašto se u posljednje vrijeme toliko raspravlja o mrežama. Mreže kreativnih ljudi su u biti alati za stvaranje vrijednosti u ovom novom društvu.

## Ljudski kapital postaje najvažniji

Ljudski je kapital od najveće važnosti, tu više nema sumnje. Mnogi su poduzetnici shvatili ovu tvrdnju kroz vlastito iskustvo, često nakon što bi izgubili najbolje umove u svojoj tvrtki. Na njihovu sreću, nisu odmah bankrotirali ali su morali zbog toga u potpunosti promijeniti vlastiti stil upravljanja.

Međutim, neke su tvrtke zbog pritiska tržišta morale napustiti *novi* stilove upravljanja, i vratiti se staroj vertikali, upravljanju usmjerenom na kratkoročne rezultate i orijentiranome samo na zaradu. Korištenje stare prakse u budućnosti se ne preporuča.

Moramo ozbiljno razmotriti drugačiji scenarij. Scenarij u kojem se ljudska bića, korištenjem raznih tehnika i metoda, usklađuju s tehnološkim sustavima. Andrew Kimbrell, osnivač institucije *International Center for Technology Assessment* ([www.icta.org](http://www.icta.org)) u Washingtonu je jednom prilikom rekao: "Poslovni ljudi, akademici i istraživači su konačno shvatili da postojeća tehnologija kojom čovječanstvo danas raspolaže nije usklađena sa životom samim. Kako bi se mogli nositi s ovom povijesnom dilemom, tehnoutopisti i njihovi korporativni sponzori pokrenuli su inicijativu koja oduzima dah. Ta se inicijativa ne odnosi na promjenu tehnologije kako bi ona kvalitetnije zadovoljavala potrebe živih bića, Naprotiv, ti su ljudi razvili potpuno drugačiji i iznenađujuće sebičan pristup. Odlučili su oblikovati život i samu realnost tako da se bolje uklapaju u tehnološki sustav. Opisani kontekst, od kojeg se ledi krv u žilama, lijepo opisuje značaj tehnološke revolucije u tijeku."

Stoga moramo biti svjesni da promjena vrijednosti neće trenutno donijeti svjetlu budućnost. Svaka se vrijednost može koristiti na dobar ili loš način, što ovisi o slobodnom izboru ljudi. Ne treba podcijeniti negativne sile u ljudima i društvu.

## Kvalitativni napredak i održivosti

Nepokolebljiva vjera u napredak još je jedna od osnovnih vrijednosti industrijskog kapitalističkog društva. U pred-modernom agrarnom društvu, *stabilnost* je bila osnovna vrijednost, a *promjene* nisu bile dobrodošle. Astronomi Kopernik i Galileo na svojoj su koži osjetili negativne posljedice promjena. U modernim industrijskim društvima, napredak istiskuje stabilnost do te mjere da je kategorija stabilnosti postala predmetom ismijavanja. Kapitalizam je koncepciju napretka dodatno naglasio uvođenjem nove i nepobitne vrijednosti bezgraničnog kvantitativnog rasta.

No, veliki je problem takvog promišljanja što u ograničenom svijetu neograničeni rast matematički nije moguć. Mnogi ljudi intuitivno osjećaju neodrživost takve situacije, ali svoje osjećaje ne iznose javno budući da se koristi napretka neprestano potvrđuju.

Dobra je vijest što se u društvu znanja, znanje može okarakterizirati kao izvrsne, dobre ili loše kvalitete. To znači da se znanje, kao i ljudska kreativnost, može mjeriti isključivo na kvalitativan način jer je produktivnost znanja povezana s kvalitetom, a ne s kvantitetom.

Peter Drucker je 1993. rekao: "Moramo razumjeti da količina znanja, odnosno njezin kvantitativni aspekt, nije ni približno toliko važan kao produktivnost znanja, odnosno kvalitativni aspekt. To se podjednako odnosi na nova znanja kao i na već usvojena znanja i njihovu primjenu." Ovaj je citat veoma važan. Signalizira pojavu novog ekonomskog sustava u kojem pravila igre još nisu poznata. Sve to nam govori da će se osnovna koncepcija napretka morati doraditi i da će se ljudi morati naviknuti na njezinu kvalitativnu definiciju.

To će biti naredna razdjelnica u razvoju globalnog društva. Nova će definicija napretka mijenjati njegovo lice i naličje u godinama koje su pred nama. Sve to znači da nas čeka **tranzicija iz društva koje teži proizvodnji maksimalne količine proizvoda u društvo koje teži poboljšanju kvalitete znanja**. Znači li to da će u globalnom smislu, cilj svjetskog društva biti poboljšanje kvalitete života za svakoga? Ta je opcija ne samo moguća nego možda i *jedina* koja nas može pripremiti za održivu budućnost.

Najveći društveni problem današnjice je marketinška potrošačka logika koja ljude prisiljava svakoga dana stvarati nove proizvode što iscrpljuje primodu i okoliš. Sa stajališta čisto kvantitativnog napretka, održivost nije moguća jer podrazumijeva zaustavljanje sustava, što nije prihvatljiva opcija. Kako onda stvoriti novu koncepciju? Na neki način negdje u sustavu mora doći do prekida uobičajene prakse.

Kvalitativni napredak mogao bi biti znak za zaustavljanje, novo crveno svjetlo na semaforu, koje nudi prihvatljivu opciju, pogotovo ključnim figurama u sustavu: prosvjetljenim poslovnim ljudima. Preusmjeri li se društvo s kvantitete na kvalitetu, stvaranje održivog društva budućnosti postaje moguće. Pomak prema kvalitativnom napretku čovječanstvu daje novu neophodnu koncepciju održive budućnosti.

U filozofskom smislu, opisano od ljudi zahtijeva napuštanje materijalističkog okvira u kojem su rasli, i usmjeravanje prema post-materijalističkom društvu budućnosti. Koji će onda biti ciljevi društva ako nisu povezani s materijalnim napretkom? Društvo budućnosti se može odlučiti da se okrene kvalitativnom razvoju čovječanstva. Mnogima bi se ova ideja mogla činiti čudnim, no već do 2015. g. mogla bi postati očita. Iako nitko ne može predvidjeti budućnost, za nju se treba pripremiti.

## Etika, smisao i transparentnost

Prema industrijskoj logici, proizvodi nemaju etičku konotaciju. Na primjer, čelični blok se može proizvesti u tvornici u Njemačkoj gdje su radnici zaštićeni strogim društvenim zakonima, gdje se s njima ispravno postupa i gdje zarađuju za kvalitetan život. S druge strane, taj isti blok se može proizvesti i u indijskoj tvornici koja eksploatira svoje radnike. U samom proizvodu nema vidljive razlike, i dalje je to isti čelični blok.

U društvu znanja, proizvodi su sve više povezani informacijama, znanjem i smislom. Ljudi žele putem Interneta saznati o proizvodnji Nike tenisica, tko ih proizvodi i u kakvim uvjetima. Isto se može primijeniti na piletinu ili brzu hranu; ljudi žele znati na koji je način hrana uzgojena.

Uđemo li u dublju analizu, očigledno je da se Microsoftov proizvod razlikuje od Linuxovog proizvoda. Unatoč svojim kvalitetama, prvi šalje podsvjesnu poruku zatvorenosti i ekskluzivnosti. Kupci ne mogu promijeniti ili kreativno obogatiti proizvod kojeg su kupili. Microsoftovi proizvodi pored toga što su skupi, prisiljavaju ljude na kupnju uvijek novih verzija koje nisu uvijek kompatibilne sa starijim hardverom ili softverom. Linuxovi programi otvorenog su tipa te su stoga podložni preinakama i poboljšanjima od strane kupaca. Napravljeni su po mjeri čovjeka i zbog toga usklađeni s pozitivnom slikom budućnosti. Opisani primjer pokazuje na koji način smisao počinje prožimati poslovni svijet i javno mišljenje općenito.

Drugi je primjer Coca-Cola koja se 1999. g. suočila s krizom kada su se u Belgiji djeca razboljela nakon konzumiranja Coca-Cole u školi. Uprava Coca-Cole je krizu rješavala orijentacijom na proizvod, objekt. Limenke Coca-Cole tretirane su kao proizvodi s greškom. Milijuni limenki su povučeni s europskog tržišta i prodani u Africi, gdje po svemu sudeći nikome nisu naškodili. Poslovanje orijentirano prema proizvodu pokazalo se kao dobar i jeftin način rješavanja problema.

Međutim, kada su mediji obavijestili javnost o problemima Coca-Cole, stvorilo se negativno ozračje te je cijena dionice u kratkom vremenu izgubila 50% vrijednosti! U očima potrošača, limenka Coca-Cole, čija se prodajna cijena sastoji od 10% zašećerene vode i 90% brenda, izgubila je dio svoje nematerijalne vrijednosti. Doista, ovaj pažljivo kreiran brend zastupa etičke vrijednosti jednakosti i integracije među rasama, svijet harmonije i pravde, nadu u bolji svijet za nove generacije, itd. Takvim se brendom ne može upravljati na isti način kao i s materijalnim objektom. Menadžment mora odražavati, "zračiti" vrijednosti brenda, a to viši menadžment Coca-Cole nije razumio. Jednostavno nisu uzeli u obzir nematerijalnu dimenziju. Sve skupa je uništilo karijeru izvršnoga direktora koji je bio prisiljen podnijeti ostavku.

Primjer Coca-Cole pokazuje dubinu društvenog angažmana oko novoga načina poslovanja i novoga načina razmišljanja. Takvih je primjera mnogo, svugdje u svijetu. Problem je što mnogi direktori, poput izvršnoga direktora Coca-Cole, očajnički pokušavaju riješiti problem starim metodama.

## Od naređivanja i kontrole do ponovnog povezivanja i suosjećanja

U industrijskom i kapitalističkom društvu, naređivanje i kontrola podrazumijevali su se sami po sebi, do te mjere da te metode nitko nije preispitivao. Sredstvima za proizvodnju trebalo je zapovijedati i kontrolirati ih kako bi bili učinkoviti. U tom "društvu strojeva", ljudi su bili prisiljeni na prilagodbu strojevima koji su im za uzvrat određivali radni ritam.

U društvu znanja, ovakav moderan, racionalan i patrijarhalan način upravljanja naglo zastarijeva. Odgovor proizlazi iz razumijevanja da ljudsko znanje i ljudsku kreativnost nije moguće kontrolirati, pod pretpostavkom da ljudsku prirodu nije moguće mijenjati.

Navedeno se odnosi na još jednu transformaciju koja nadilazi jednostavni pomak u vrijednostima, a odnosi se na najdublju promjenu u korištenju moći još od pojave patrijarhalnog društva prije 5.000 godina. Od toga vremena moć se primjenjivala po vertikali, prema metodi naredi i kontroliraj. Odjednom je takva praksa naglo počela zastarijevati budući da ne može poticati ljudsku kreativnost. čini se da se događanja u stvarnom svijetu izmjenjuju brzinom koja u mnogome nadilazi sposobnost ljudskog razumijevanja. Zbog toga su ljudi primorani iznova otkrivati moć. U razdoblju tranzicije, čini se da žene uspješnije upravljaju ljudskim resursima jer vjerojatno u sebi nose matrijarhalni način korištenja moći koji se koristio u pred-patrijarhalnom društvu. Muškarci su snažnije povezani s patrijarhalnim strukturama moći što njihov zadatak čini izazovnijim i težim.

Na neki se način društvo znanja može usporediti s turbinom, akceleratorom promjene patrijarhalnog društva u novo, žensko-muško, partnerski orijentirano društvo. Ključno pitanje koje iz svega proizlazi jeste: kakve su to nove strukture moći? Sigurno je da će moć u budućnosti postati prepuna mogućnosti i da će poticati život i kreativnost. Za muškarce to znači jedan sasvim novi svijet, barem za *yang* dimenziju njihovog bića.

Još je važno napomenuti da je patrijarhalna moć, zbog svoje orijentiranosti prema naređivanju, oduvijek sebe postavljala iznad prirode. Zbog toga je i bila odvojena

od prirode, od osjećaja, od života samoga. Prakticiranje moći nikada zbog toga nije davalo prave učinke, postavljajući se "nad prirodu" umjesto da bude "u prirodi". Takav model nadmoći prožimao je cijeli moderan svijet. Da bi se situacija promijenila i da bi se moć počela koristiti na drugačiji način, na način koji potiče život i kreativnost, ljudi se moraju iznova povezati s prirodom i osjećajima. To predstavlja posve nov način odnošenja prema stvarnosti. Opet je jasno zašto je ženama ovakva promjena jednostavnija nego muškarcima.

Dobra je vijest da se nastavkom ovih promjena utire put novoj viziji svijeta, viziji koja vodi prema održivosti. Nova struktura moći vodi ljude prema jednostavnijem ostvarenju pozitivne i održive budućnosti.

Međutim, promjene u sustavu vrijednosti stvorit će u aktualnim strukturama moći osjećaj ugroženosti, osjećaj urušavanja samih temelja njihove snage. Ljudi se moraju pripremiti na očajničke, u nekim slučajevima čak i vrlo nasilne reakcije usmjerene k očuvanju vlasti i kontrole. Ljudi se moraju pripremiti na nadolazeće godine kontradiktornih struktura, uz značajne promjene i vrlo radikalne odgovore na njih.

Promjene su počele. Vrlo je vjerojatno da se neće zaustaviti. Međutim, o budućnost nitko ništa ne zna!

### Negativan scenarij

Transformacija temeljnih vrijednosti društva očito je u tijeku. Svaka je vrijednost poput osovine, a glavne se osovine društva kreću prema društvu znanja. Svaka od njih omogućava pozitivne ili negativne pomake i svaka se može živjeti u pozitivnom ili negativnom smislu.

Negativan scenarij zbog toga je moguć. I ne samo to, vrlo je vjerojatno da je upravo on prvi na redu jer nas u njegovom smjeru vode uobičajene politike poslovanja. Također je bliži svakodnevnim životima velikog broja ljudi. Vrlo je vjerojatno da će osobe na vlasti učiniti sve u svojoj moći kako bi zadržali vlast i kontrolu nad političkim i ekonomskim prilikama u svijetu. U povijesti se nikad nije dogodilo da vladajuća klasa spontano predaje moć podređenoj klasi. Takav scenarij nije vjerojatan.

Svrha ovog teksta nije u stvaranju scenarija idiličnog raja koji nas čeka u budućnosti. Odbijanje promjene u praksi može uzrokovati veću štetu nego li shvaćanje i progresivno prihvaćanje te promjene. U takvom je razdoblju važno pripremiti ljude na pitanja sutrašnjice:

1. Koja su to nova pitanja?
2. Koje su nove opasnosti?
3. Kako zamišljamo post-kapitalističko društvo?
4. Kako će post-kapitalističko društvo funkcionirati?
5. Kako ponovno osmisliti ekonomiju, moć, uključivanje, trgovinu, čuvanje tajni, oskudicu, ljudski kapital, kvalitativan napredak, etiku u poslovanju i javnoj upravi, ponovno povezivanje, itd.?
6. Kako izbjeći opasnost suptilne manipulacije najvišim vrijednostima i ljudskom prirodom?
7. Kako se pripremiti za te nove opasnosti?

Civilno društvo mora razviti svijest o ovim važnim pitanjima. Za razliku od većine političara, javno mnijenje je već razvilo pasivnu svijest o ovim promjenama. Ljudi ih intuitivno osjećaju, te je sada hitno potrebno potaknuti ih na zanimljivi dijalog o kolektivnoj i pojedinačnoj budućnosti.

Cilj je ovog teksta pomoći javnosti da otvoreno promišlja o promjenama koje već sama intuitivno predosjeća. Otvorenim izražavanjem osjećaja, civilno društvo može sudjelovati u konstruktivnom dijalogu o društvu sutrašnjice, njegovim opasnostima i izuzetnim mogućnostima.

## Zaključak

Gotovo sve vrijednosti modernog racionalnog kapitalističkog sustava u ubrzanoj su i tihoj transformaciji. Uobičajeno je stoga naglasiti pojedine aspekte onoga što se još uvijek sporo transformira. Ovaj je članak naglasio nestajanje ključnih vrijednosti. Temelji industrijskoga kapitalizma ubrzano se raspadaju, dok *uobičajena poslovna praksa* još uvijek prevladava. Možda je interpretacija pogrešna? Da li su događaji krivo shvaćeni? Da li je sve ovo pretjerivanje? Otkud ovakva tišina, odsutnost promišljanja i djelovanja? Samo će nam vrijeme pred nama otkriti odgovore na naša pitanja.

## Zahvale

Autor se zahvaljuje Peteru Utterbacku koji radi za European Public Policy Advisors u Bruxellesu i Stockholmu, za podatke o Coca Coli.

*Čovječanstvo će uništiti: politika bez načela, užitak bez svijesti, bogatstvo bez rada, znanje bez karaktera, posao bez morala, znanje bez humanosti i obožavanje bez žrtvovanja.*  
Mahatma Gandhi



Copyright: World Business Academy, 2005.

Uredio: Marko Lučić  
Prijevod i lektura: Cleo, jezici i informatika, Zagreb

