



# Negacija negacije

**Svi znamo da je pohlepa zlo.** Od sedam smrtnih grijeha, čak četiri su direktna posljedica nekog oblika pohlepe, a ni ostala tri nisu joj daleko. No jeste li znali da pohlepa ima i svoju manje poznatu sestru blizanku, koja se u našoj zapadnoj kulturi počesto uči i njeguje kao vrlina? Oooooo, da...

PIŠE: SRĐAN ROJE

**T**og je dana na odjelu prodaje vladala neobična tišina. Napetost se mogla rezati nožem. Samo je nekakvo olujno mrmljanje dolazilo povremeno iz smjera Goranovog stola.

Danas mora završiti kvartalno izvješće. Nije dobro. I svi znamo što to znači. „Biti voditelj prodaje velika je čast, kompliment tvojim dosadašnjim poslovnim naporima“, ponavljao je sarkastično sebi u bradu, kiselo se prisjećajući kako je prije tri godine nevino i neiskusno ušetao u zamku menadžmenta.

Pomislili biste da voditelj prodaje ima pravo na vlastiti ured? Možda, u nekim drugim tvrtkama ili u neki drugim vremenima, ali danas Goran o tome može samo sanjati. Očekivali biste da će dobiti pohvalu zato što tvrtka bilježi pad prihoda od samo par postotaka dok gospodarski sektor kojem pripadamo tone dvostruko brže, a pola nam je konkurenata već propalo? Ali ne! „Pa super“, rekao mu je Korporativni Vrhovnik osobno, „sad kad su oni propali, ti preuzmi njihove klijente i problem riješen“. Grmlj mrmlj... uffff...

Iznenadna zvonjava Goranovog telefona svima je na trenutak zaustavila krvotok. „Pa kud baš sad i kud baš njemu?“, zapitali su se svi, još se bolje sakrivši iza raskošnih 24-inčnih monitora, relikata nekih prošlih dana kada je „zadovoljstvo zaposlenika“ bilo važnije od „kumulativne vrijednosti neamortiziranih osnovnih sredstava“.

Poziv dolazi s nepoznatog broja. Ili netko namjerno skriva svoj identitet, ili je opet neki dosadni prodavač magle. Opcija „novi klijent“ nikome ne pada na pamet. Oni su se odavno prestali sami javljati. Ovih se dana poslovi svijećom traže, bičem vode, a puškom naplaćuju.

- „Da?“, javlja se Goran mrzovoljno.

- „Dobar dan, trebala bih gospodina Gorana“, začuo se slatkasti glasić iz telefonske slušalice.

- „Ja sam, izvolite...“

Tračak nade zablistao je u Goranovom oku. Netko ga traži po imenu. Možda je





*Jer odbijati znači udaljavati se od okoline, udaljavati se od okoline znači zatvarati se, zatvarati se znači postavljati se u obrambenu pozu, a to dalje vodi u nepovjerenje, proračunatost, kalkuliranje, natjecanje, neprijateljstvo...*

to doista novi klijent koji dolazi po preporuci starog, zadovoljnog korisnika? Ti su najbolji jer, prema vlastitoj statistici, Goran zna da čak 84% takvih upita završi uspješnom i dugoročnom suradnjom.

- "Zovem vas iz tvrtke MasterBlaster d.o.o. i rado bismo vam prezentirali..."

- „Koje tvrtke?“, zajapuri se Goran dok mu istovremeno tinjajuća nada za nekim dobrim vijestima puca poput mjehura od sapunice.

- „MasterBlaster. Mi vam, naime, izrađujemo...“

- „Nismo zainteresirani!“

- „Ali ako biste odvojili samo deset minuta, moje ime je Ivana i ja bih rado navratila...“

- „Već imamo sve što nam treba.“

- „Shvaćam da ste zaposleni, ali ako biste mi ostavili e-mail adresu, mogla bih vam poslati katalog, pa kad stignete...“

- „Imate na našem webu formular za komentare, pa šaljite što hoćete. Doviđenja...“, mudro zaključujući Goran spuštajući slušalicu, znajući da te komentare s web-formulara nitko ne čita. Opasnost osujećena.

Nikada nećemo saznati što je Ivana nudila. Ni čime se bavi tvrtka MasterBlaster. Možda je bilo zanimljivo? Smanjivalo nam troškove? Donosilo posve novu kvalitetu? Novi pristup starom i nikada do kraja riješenom problemu? Umrijet ćemo u kolektivnom neznanju. A zašto?

Zbog odbijanja. Za nas zapadnjake odbijanje je nevidljivi neprijatelj koji uporno opstaje – jer je kulturološki prihvaćen.

### **POHLEPA VS. ODBIJANJE**

Nije svugdje tako. U mnogim se (nama manje ili više stranim) kulturama pohlepa i odbijanje ravnopravno tretiraju kao izvori patnje. Kod nas je koncept pohlepe jasan i, najblaže rečeno, društveno nepodoban, ali zato je odbijanje u mnogim situacijama znak dobrog odgoja. Zamislite samo sljedeću scenu: na nekakvom „finjak“ prijemu dolazi do vas konobar s pladnjem predivnih malih kanapea. Postupite li pohlepno i otmete mu iz ruke cijeli pladanj, pa krenete trpati hranu u džepove i usta istovremeno... – shvaćate neugodu? No kažete li samo: „Ne, hvala“, glavna ste faca.

Probajte taj isti „ne, hvala, neću niti probati“ pristup u Indiji, Kini, Japanu... – i gledat će vas k'o zadnjeg krelca. Ne zato što ste uvrijedili domaćina, kuhara ili tko god već bio autor dotične hrane (boli njih don za vaš sendvič), nego stoga što ste jasno pokazali kako ste – glupi! Odbijate. I to unaprijed! Uskraćivati si potencijalan dobitak iz njihove je perspektive jednako loše koliko i grabiti ga cijelog za sebe.

I potpuno su u pravu. Pohlepa i odbijanje nisu ništa drugo nego suprotna manifestacija istog svojstva. Dvije strane iste medalje. Dva pola istog magneta. Htjeti sve, ne misleći na druge, ili ne htjeti ništa, ne misleći na sebe – dođe na isto. Jer odbijati znači udaljavati se od okoline, udaljavati se od okoline znači zatvarati se, zatvarati se znači postavljati se u obrambenu pozu, a to dalje vodi u nepovjerenje, proračunatost, kalkuliranje, natjecanje, neprijateljstvo... Uočavate li ovdje neku sličnost s ponašanjem tipičnog pohlepnika?

Na intuitivnoj razini – svi smo mi ovoga itekako svjesni. Pročitajte ponovno uvod ovog teksta, odnosno ovu našu malu izmišljenu sliku s Goranom i Ivanom te odgovorite na sljedeće pitanje: kako ste točno zamislili položaj tijela Goranovih kolega iz ureda? Sjede li tijekom ove scene ponosito i uspravno, ili skvrčeno, povijenih leđa? Sad ih još samo mentalno zamolite da podignu šake u visinu lica i... eto ga... tipičan gard boksača koji čeka udarac. Takozvana – obrambena poza. Zatvorena. Odbijajuća. Nesurađujuća. Da, i odbijanje je zarazno. Baš kao i pohlepa.

Razmislite li malo, nije toliko nevjerovatno smatrati odbijanje za ubojicu suradnje. Budući da suradnja nije ništa drugo doli uzajamno davanje dijela nečeg svog i uzimanje dijela nečeg tuđeg, materijalnog ili nematerijalnog (iskustva, znanja, vještine), logično je: uskrata davanja, potpuno isto kao uskrata uzimanja, rezultiraju jednakom smrću uzajamnosti procesa suradnje, nakon čega suradnja postaje nešto drugo. Nemojte nas krivo shvatiti, ne mora ta nesuradnja, odnosno nereciprocity nužno biti loš: između učitelja i učenika ili roditelja i djeteta nema uzajamnosti, dijete puno više uzima nego što daje, no zato taj odnos, potpuno ispravno, niti ne zovemo „surad-

njom“, zar ne? I ne očekujete ravnopravnost sa svojim profesorima, zar ne?

### **NAČELO RECIPROCITETA**

No kad je riječ o stvarnom životu, koji nema tako jasan rok trajanja i unaprijed određena pravila kao što je to škola ili roditeljski dom – nesuradnja vodi prvo u otuđenje, a odmah potom i u zaostajanje, na potpuno isti način kao i pohlepa. Svejedno je da li vam se ništa ne nudi ili vi ništa ne uzimate: rezultat je isti. Čak i kada je motiv načelno plemenit. „Ja ću ti to napraviti, imam dosta iskustva oko tog posla“, kaže vam kolega. „Ma nema frke, ne bih te htio gnjaviti“, kažete vi u najboljoj namjeri, te na koncu to napravite lošije i sporije, na svačiji gubitak. Shvaćate?

Znamo da su vremena teška, ali dok se kolektivno ne riješimo odbijanja, nema ni suradnje, pa ni bilo kakvog napretka. Stoga, redom: uspravite se. Još. Jooooš malo. Udahnite duboko. Izbacite prsa prema naprijed, kao da srcem želite doći do suprotnog zida. Ne, ozbiljno. Probajte izvesti tijelom manevar upravo suprotan onom boksačkom, odnosno, u ovom slučaju – otvarajući. Nasmiješite se. Popričajte malo s uredskom čistačicom ili tetom u pekari kod koje svaki dan kupujete perece a da ne znate ni kako se zove.

I na kraju, zadnja faza, kad vas nazove netko „s neba“ i ponudi uslugu koja vas može bitno uopće ne zanima – pokazite trunku interesa za njegov trud. Ne kažemo da je kupite, nego samo pokazite malo interesa. Pitajte ih otkad se time bave, što još rade, kako im ide. S kojim se problemima susreću? Koji bi bio njihov idealan klijent – možda ga vi znate, ili možda znate nekog njemu sličnog, pa ih možete uputiti jedne na druge? Ili obratno: možda oni znaju nekoga kome bi vaše usluge i proizvodi bili od koristi. Bi li njima bio problem da vas preporučite tim svojim partnerima? Bez obaveze, dakako. Ne? Ništa od toga? „Svejedno mi pošaljite ponudu, tek toliko da imam vaše kontakt-podatke, pa tko zna, možda jedan dan nešto i smislimo...“

Shvaćate? Da? Još samo jedna stvar. Ako vam je konačni zaključak: „Wooow, kakva izvršna ideja – nije odbio telefonskog prodavača, nego je njegov dosadni poziv preokrenuo u vlastitu korist, odnosno u svoj prodajni poziv, i to na njegov telefonski trošak“, ipak niste shvatili. Pokušajte još jednom, sve od početka.