

GOVORITE MANAGERSČINO?

Kdor danes ne govori managerskega diskurza, je ravno tako izločen, kot je bil nekoč tisti, ki ni obvladal samoupravnega. | Primož Turk

Da bi sploh lahko govorili o fenomenu, kot je managerski diskurz, moramo najprej spregovoriti o pojmu diskurza. Beseda diskurz izhaja iz latinskega 'discursus', ki ga Slovar tujk razloži kot: »razgovor, razpravljanje; govor, predavanje.« S tem seveda še nismo razložili, kaj naj bi diskurz bil. Vendar je vsakomur med nami verjetno dokaj razumljivo, kaj naj bi govor, razgovor ali pa razpravljanje bilo. Sam diskurz je neke posebne vrste govor. Če torej nekemu rečem: »Včeraj sem bil na razgovoru za novo delovno mesto,« ali pa: »Na delovnem mestu se je razvil zanimiv diskurz,« bo verjetno dokaj jasno, da sem bil skupaj z drugimi ljudmi in da se je med nami odvil nek pogovor. Diskurz je na nek način ravno ta »med nami,«

poenostavljeno rečeno, način govorjenja, ki ga uporabljamo. Medij, v katerega se umešča diskurz, je govor. Vendar se tako način govora kot diskurz s časom spreminjata. Pojmi, besede, besedne zveze in razni označevalci, ki smo jih nekoč uporabljali, so danes zastareli, nihče jih ne izreka več.

Diskurz ni nekaj, kar izberemo. Diskurz izbere nas, vsaj v kolikor hočemo biti del nekega kroga.

Najenostavneje bomo diskurz ponazorili, če sledimo časovnim spremembam, ki so se odvale v nekem prostoru. Če vzamemo primer Slovenije, lahko hitro opazimo, da so se na ravni diskurza v nekaj kratkih desetletjih (mogoče še prej) zgodili odločilni premiki. Manager, ki bi danes govoril o tem ali onem TOZD-u ali pa o potrebi po večjem samoupravljanju, bi verjetno vzbudil nemalo začudenja.



Diskurz niso le besede, ki jih govorimo, diskurz vnaprej določa tudi, kako in o čem se bo govorilo. Za njim vedno stoji način razmišljanja.

Foto: Dreamstime

Po vsej verjetnosti ga, vsaj mlajši sodelavci, sploh ne bi razumeli. Nasprotno pa je manager, ki spregovori o matičnem podjetju in njegovih podružnicah, ali pa o potrebi po ploski strukturi organizacije, takoj razumljen. Če bi poskušali z eno besedo reči, kaj se je spremenilo, bi dejali, da gre za novo vrsto diskurza.

Od samoupravnega do managerskega diskurza

Različne stroke uporabljajo različne tipe diskurza. Ker pa nas na tem mestu zanima predvsem managerski diskurz, bo najbolje, če nadaljujemo s primerjavo med preteklim in sedanjim časom, ki nam bo omogočila razumeti, kaj je managerski diskurz. Upravičeno lahko rečemo, da v Sloveniji, vsaj na neki splošni ravni, pred procesom tranzicije (približno v letih 1989 in 1990) nismo imeli managerskega diskurza. Pred tem je bil na sceni drugi tip diskurza, ki bi ga lahko po tedanjem sistemu poimenovali kar samoupravni diskurz. Ta diskurz je odseval duha tiste dobe, ali pa, če vam je tako ljubše, tedanjo socialistično ideologijo. Kdor tedaj ni uporabljal samoupravnega diskurza,

je bil v najboljšem primeru nerazumljiv, v najslabšem pa že vnaprej izključen iz družbe. Ali si sploh lahko predstavljate nekoga, ki bi v času samoupravnega diskurza govoril o deregulaciji, o reengineeringu, outsourcingu ...? Sam samoupravni diskurz je že vnaprej določil, kako (in obenem o čem) se bo govorilo.

Tip diskurza gre vedno z roko v roki z načinom mišljenja.

Vendar, ali je danes kaj drugače, kar se diskurza tiče? S procesom tranzicije in z zamenjavo ideologije je nastopil nov tip managerskega diskurza, ki določa, kako in o čem bomo govorili. Česar nekoč ni bilo moč ubesediti, lahko danes izrečemo z največjo lahkoto. Tako v medijih kot tudi v medsebojni govorici se vsakodnevno srečujemo s pojmi, kot so: preveliki stroški dela, potreba po večji učinkovitosti, vizija, poslanstvo, kupci kot kralji ... Sami ti pojmi in diskurz, ki ga vsakodnevno srečujemo, pa niso nekaj obrobnega. Prav nasprotno, to je samo osrčje trenutne družbe. In kolikor hoče nekdo biti del te družbe, kar pa je za vsakega managerja neizbežno, saj je to voda, v kateri plava, mora tudi sam govoriti ta jezik in uporabljati te iste izraze. Če mi ne verjamete, lahko naredite praktičen preizkus. Ko se naslednjic znajdete v krogu managerjev, uberite samoupravni diskurz in videli boste nemalo začudenih oči.

Managerski diskurz pa pravzaprav ni nekaj, kar izberemo. Kje pa, diskurz izbere nas, vsaj v kolikor hočemo biti del družbe in del managerskega »teama«. To, da hoče nekdo biti del družbe in da mora

torej govoriti poseben tip diskurza, ni nič nedolžnega, je le način, da uporabljamo »primerne« besede. Tip diskurza gre vedno z roko v roki z načinom mišljenja. Pravzaprav je specifičnost diskurza ravno v tem, da za njim vedno stoji neki točno določeni tip mišljenja.

Managerski diskurz kot vsesplošen fenomen

Za razliko od samoupravnega diskurza, ki je bil še nekaj parcialnega (le eden od diskurzov) in lokalnega (denimo pretežno jugoslovanski fenomen), je managerski diskurz obenem totalen in globalen. Totalen je v smislu, da skoraj nimamo več različnih diskurzov, kot so: govoričar znanstvenika, politika, poslovneža ..., ampak le še splošen diskurz managementa, pravzaprav kar neke vrste »managerščino«.

Ali, kar je zgolj hrbtna plat tega; danes so znanstveniki, politiki in poslovneži vse bolj podobni managerjem in njihova naloga ni več toliko raziskovanje, delovanje ... kot le še manageriranje. Vse bolj se zdi, da je takšen ali drugačen predsednik vlade predvsem manager, država pa le nekoliko večja organizacija.

Kar se pa globalizacije managerskega diskurza tiče, je dovolj, če pomislimo na srečanje managerjev iz različnih delov sveta, ki se z lahkoto razumejo v skupnem diskurzu. Nekoč bi se samoupravni in kapitalistični direktor težko razumela, danes govorita isti jezik managerskega diskurza. In kamor koli po svetu že greš poslovat, se lahko razumeš le še skozi to, vse prežemajočo, vrsto govornice. ■

Primož Turk je študent managementa in filozofije. Z managementom se podrobneje ukvarja na projektu kritičnega managementa na Mirovnem inštitutu.

Vesna Vuković

preiskovalna novinarka

Gospodarstvo je postalo globalen posel, v katerem zmagujejo dobro obveščeni, ljudje brez informacij pa izgubljajo. Poslovna ozadja razkrivam, ker je v njih skrita vaša prihodnost.

Najboljši pišejo Dnevnik.

www.dnevnik.si



Za 14-dnevno brezplačno prejemanje pokličite

080 20 07

