



Da li učimo lekcije od vaterpolista: misli lokalno, radi globalno?

Zar ovih dana svi nismo ponosni? Zar nam nije probuđen nacionalni ponos i prkos? Zar nam vaterpolisti nisu priredili veliku radost? Ali, da li smo svjesni da su nam vaterpolisti takođe održali lekciju? Da li su nam možda razbili iluziju da mi ne možemo biti najbolji? Da mi ne možemo biti prvi nigdje sem u Crnoj Gori? Da mi ne možemo biti prvi u konkurenciji izvan Crne Gore, jer smo mali, zaostali, neprosvećeni? Kako mi možemo da se nosimo sa većima i starijima od sebe? Što su nam poručili vaterpolisti? Zar mnogi ne misle da su nam poručili: možete i vi drugi to? Ili su nam možda poručili: dosta sa tim strahom da ne možemo više? Zar nijesu rekli: dosta tog ličnog sakrivanja iza žala da smo mali? Što znači crnogorsko prebrojavanje: prvi, ja do njega? Ako ovo važi zalokalne razmjere (unutar Crne Gore), zašto ne važi za naše ambicije van Crne Gore? Zar vaterpolisti ne kažu svima nama: izađite već jednom iz te ljuštore gdje se osjećate moćnim i najboljim i zaplivajte u globalnim vodama?

Zar ne slavimo Petra Porobića? Zar nas on nije porobio uspjehom koji je postigao? Zar on nije jedan od rijetkih ljudi čiji su uspjeh svi slavili kao svoj? A da li su se svi oni „treneri“, „menadžeri“, „preduzetnici“,... u drugi vrhovnjaci zapitali: šta sam ja uradio ka „trener“ da se približim vrhu izvan Crne Gore, da se približim evropskom vrhu, da se približim standardima globalnog tržišta? Zar svi ti „veliki“ igrači sa „istorijskim“ idejama lokalnih razmjera ti osvajači Evrope praznim pričama nisu dobili veliku lekciju? Da li se razbija predstava da nije najvažnije biti na lokalnoj TV stanici ili miljenik „svoje“ štampe? Da li su nam vaterpolisti pokazali da lokalno tržište nije dovoljno za uspjeh, slavu i priznanje? Zašto ovo ne shvatimo i za ostale oblasti, biznis na primjer? Koliko kompanija danas u Crnoj Gori ima te „imperijalističke želje“ – osvajanje tržišta izvan Crne Gore? Koliko ih smatra da može osvojiti tržište izvan Crne Gore?

Možemo li sebe zapitati: ako mogu vaterpolisti – zašto ne mogu i ja i moja kompanija? Ali, ako su vaterpolisti uspjeli – pitanje je zašto nije kompanija? Šta su oni uradili, a mi u našoj kompaniji nismo? Zaista, što su to oni radili i kako su radili da bi bili prvi u Evropi? Zašto samo gledamo njihovo zlato? Zašto nas samo ono zadivljuje? Zašto ne pomislimo na litre i litre znoja izgubljenih na treninzima u bazenu? Zašto ne mislite na godine i godine treninga tih mladića? Zašto ne pomislite na ko zna koliko stotina puta uvijek bavane kombinacije? Zašto ne pomislite na dane i mjesece odvojenosti ovih mladića od svojih najbližih, na njihove emotivne žrtve? Zašto ne pomislite na ne tako dobre uslove za rad? Možemo li se zapitati što ih to motiviše, jer znam da u ovom sportu i nije tako velik novac u igri?

Da li, u poređenju sa našom kompanijom, oni imaju neku povoljnost i prednost u uslovima ili tretmanu?

Da li je ta prednost ipak u nečem drugom, a ne u uslovima u odnosu na našu kompaniju?

Da li se ta prednost ogleda možda više u načinu razmišljanja i viziji trenera Porobića i sistemu vrijednosti koji on razvija? Zar se ona ne ogleda u karakteru svakog člana ekipe? Da li se možda ogleda u nepretencioznosti mladih vaterpolista? Da li se ogleda u zdravom odnosu prema uspjehu i životu? Da li se ogleda u vjeri u sebe? Da li se ogleda u njihovom velikom prijateljstvu i međusobnom uvažavanju i poštovanju, što je bilo tako vidljivo na javnoj sceni? Da li ove prednosti (radne, mentalne, duhovne, psihološke,...) gradi naša kompanija? Da li ulaže u njih? Da li je vrhovni trener kompanije sposoban da svoj uspjeh mjeri i profitom i zadovoljstvom zaposlenih, kao Porobić medaljom i ozarenim i zadovoljnim vaterpolistima (visok profit i plata)? Da li shvatamo da je mnogo teže postići upravo ove prednosti, nego materijalne? Ili ćemo i dalje kukati na uslove čekajući prvo da nam neko da medalje, pa da onda počnemo da ozbiljno radimo?

Zamislite da su vaterpolisti prvo okačili zlatne medalje, a potom uskočili u bazen da ih osvoje? Kad je vaterpolo u pitanju to izgleda smiješno i neobjašnjivo, zar ne? A kad je kompanija u pitanju i ne izgleda tako neozbiljno – prvo mi daj subvenciju, obezbijedi plate,... da bih počeo da radim?

Da li zaista u svim našim kompanijama trebamo da „podignemo nišan“ ka globalnom tržištu? Ipak, da li shvatamo da „podizanje nišana“ ka globalnom tržištu znači usmjerenost na sebe, na razvoj sebe, na promjenu sebe, na vjeru u sebe, na otkrivanje sebe, na buđenje sebe, na uvažavanje sebe, na pomoć sebi od sebe,...?

Zar uspjeh vaterpolista ne šalje upravo tu poruku?

Zar nam uspjeh vaterpolista ne šalje poruku: Misli lokalno-radi globalno!

Da li nam vaterpolisti mogu pomoći da u Crnoj Gori napustimo pogubnu udžbeničku maksimu: Misli globalno – radi lokalno? Da li znamo da je malo nacija na svijetu koje misle tako globalno i raspravljaju o globalnim svjetskim problemima, a rade samo „u lokalnu“ kao mi? Otuda i glavna poruka uspjeha vaterpolista i jeste u pitanju: da li je vaterpolo paradigma primjenjiva na naš biznis?

Ako je to čak i moguće makar i za djelove našeg biznisa, da li neko ima apstrakcije da vaterpolo paradigmu primijene na politiku?

Da li smo se u ovom slavlju zapitali da li su možda vaterpolisti uspjeli između ostalog i zbog toga što su bili daleko od politike i njene paradigme?