

świata w latach 60. XX wieku rozpoczęły się długotrwałe próby przedstawienia administracji jako stałej i nieelastycznej w porównaniu z szybkimi „organicznymi” organizacjami, które będą w stanie przetrwać na hiperglobalnym rynku. Futurologi twierdzili, że stary świat odchodzi do lamusa, a nowe postcokolwiek czasy muszą być też postbiurokratyczne. Konsultanci mogą sprzedawać swoje pomysły dotyczące kultury (nie struktury), rekonstrukcji (nie inkrementalizmu) i ducha (nie lojalności). Powstała zdecentralizowana sieć, a firmy internetowe zastąpiły przedsiębiorstwa motoryzacyjne w byciu przykładem nowej ery.

A zatem w swojej najaktualniejszej postaci menedżment stał się innym słowem na określenie przestarzałej administracji i został zastąpiony słowem „przywództwo” albo, jeszcze lepiej, „przywództwo transformacyjne”. Powraca charyzmatyczny lider, odważnie przedzierający się przez gąszcz departamentów i notatek służbowych. Bycie przeciwnikiem menedżmentu oznacza opowiadanie się za klientem, rozumienie rynku, umiejętność szybkiej zmiany strategii i tak dalej. W znaczeniu struktury organizacyjnej dinozaury należy podzielić na mniejsze i bardziej sfokusowane jednostki. W kontekście psychologii indywidualnej zwycięzcami są innowatorzy, nonkonformiści, specjaliści od nowych sposobów rozwijania firmy. Dorzuć do tego internet, a możesz stworzyć coś, co przypomina manifest antyorganizacyjny, ale bardzo niewiele mówiący o kapitalizmie, własności, zyskach i tak dalej. Autorzy pokroju Thomasa Franka ładnie wykazali, jak łatwo tę patynę radykalizmu przenieść na coś, co Frank nazywa „rynkowym populizmem”. Innymi słowy, to menedżment jest winny temu, że usługi publiczne nie działają tak, jak należy,

albo że organizacje komercyjne nie są w stanie zaspokoić każdej naszej zachcianki. Musimy pozbyć się hierarchii i przyjąć jakikolwiek neologizm proponowany w ramach krytyki terażniejszości i przedstawiany jako rozwiązanie na przyszłość<sup>37</sup>. To jest radykalny kiosk sprzedający książki na lotnisku, zakładający, że Amazon go wkrótce nie zamknie. To też postać radykalizmu, którą łatwo powtarzać i sprzedawać w szkole biznesu, kapitalizm 2.0 ozdobiony podobizną Che i czaszką ze skrzyżowanymi piszczelami.

### ***Krytyka kulturowa***

Opisane dwa rodzaje zaangażowania są mniej lub bardziej „polityczne” przez duże P, w takim znaczeniu, że jasno i świadomie włączają się w krytykowanie języka, strategii i charakteru zarządzania. Niemniej pomysły te są też bardziej zwyczajne, są częścią kultury masowej otaczającej globalną Północ oraz szkołę biznesu.

W reklamie firmy kurierskiej FedEx widzimy młodego człowieka podczas pierwszego dnia w pracy. Szef pokazuje mu stertę paczek i mówi:

– Mamy trochę zaległości. Wszystko to musi dziś wyjść z firmy.

– Tak, ech... ja nie zajmuję się wysyłką.

– Nie, nie, to bardzo proste. Korzystamy z firmy FedEx.

Każdy to potrafi załatwić.

– Pan nie rozumie, ja mam dyplom MBA.

– O, pan ma MBA?

– Tak...

– Hm, w takim razie muszę panu pokazać, jak to się robi<sup>38</sup>.