

Uvijek kada pročitam neku informaciju ili analizu o najtraženijim i najunosnijim poslovima u Bosni i Hercegovini, kada me agencije za raznorazna istraživanja i eksperti uvjeravaju da se najviše traže komercijalisti i informatičari, imam snažan poriv da njihove podatke dopunim još jednim zanimanjem, kojeg, istini za volju, u zvaničnim klasifikacijama zanimanja nema. Ali je daleko najunosnije, barem kada je BiH u pitanju.

Zamislite situaciju u kojoj ste svaki dan svjedok i gledate kolegu koji po cijeli bogovetni dan sjedi na svome radnom mjestu, ne diže glavu sa računara, zabrinuto odmahuje glavom i teško uzdiše. Prva misao koja i površnom i pažljivijem posmatraču prolazi kroz glavu je sigurno da se čovjek ubija od posla. Teškog i nesnosnog posla zvanog praćenje rezultata na internet stranicama kladionica.

Ja znam barem dvojicu takvih, a vi?

Godinama su me kolege upozoravale na jednog ovdašnjeg marketinškog maga, u smislu da uvijek dobija unosne poslove, radi sa velikim organizacijama, ali... E, ove tri tačke mi nikada nisu baš do kraja razjasnili, ali mi se sve samo kazalo.

Danima sam pokušavala dokučiti zašto je nekome potrebno tri dana da bi napravio tri kartice novinarskog teksta, dok u isto vrijeme nekome drugom treba tri sata da presluša intervju na diktafonu, prenese rečeno na papir, sredi tri

kartice teksta i preda ga uredniku. Na riječ sam vjerovala da se radi o “jako, jako kompliciranom tekstu”, sve dok nisam, kao informatički polupismena osoba greškom kliknula na Facebook i ustanovila da je jako, jako kompliciran novinarski tekst, zapravo drugo ime za dogovore sa rajom gdje će se naći tu noć ili tokom vikenda, ogovaranje užasne haljine koju je jedna jetseterica odjenula za neki party i sl. Treba li reći da sam ranije osjećala grižnju savjesti što uvijek ista osoba piše jako, jako kompliciran tekst!? Nekako u isto vrijeme mi se jedan drug požalio da im je direktor ukinuo Facebook na poslu, a onda i naljutio na mene kada sam podržala njegovog direktora. Ne zato što imam nešto protiv ove “internetske društvene mreže”, nego zato što više ne mogu...

E, sada se pitate kakve veze imaju sportske kladionice, marketinški mag i Facebook na poslu? Zajednički imenitelj im je ostavljanje dojma da se teško i naporno radi, da se ulaže mnogo truda, znanja i vremena da bi se neki posao završio, jednom rječju - prodaja ubleha...

I da se vratim na početak teksta i treće najunosnije zanimanje u BiH... Odgovorno tvrdim da je prodaja ubleha najunosnije zanimanje na našim prostorima. Ne vjerujete? Kao slučajno, bacite oko na zaslone računara kolega... **B**

Aida Delić

Glavna i odgovorna urednica