



SAVOIR-VIVRE®

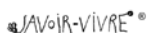
Creat cu pasiune și savoir-faire. Un volum Baroque Books & Arts®.

Seth Godin

TOȚI SUNTEM CIUDAȚI

traducere din limba engleză de
MIHAI-DAN PAVELESCU





Colecție coordonată de Dana MOROIU

Seth Godin

WE ARE ALL WEIRD. THE RISE OF TRIBES AND THE END OF NORMAL

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Portfolio, an imprint of Penguin
Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

© Seth Godin, 2015

© Baroque Books & Arts®, 2017

Imaginea copertei: Cristiana RADU

Concepție grafică © Baroque Books & Arts®

Redactor: Ines HRISTEA

Corector: Rodica CREȚU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GODIN, SETH

Toți suntem ciudați / Seth Godin;

trad.: Mihai-Dan Pavelescu. - București: Baroque Books & Arts, 2017

ISBN 978-606-8564-75-3

I. Pavelescu, Mihai Dan (trad.)

316.46

Tiparul executat de Monitorul Oficial R.A.

Niciun fragment din această lucrare și nicio componentă grafică nu pot fi reproduse
fără acordul scris al deținătorului de copyright, conform Legii Dreptului de Autor.

INTRODUCERE:

ELEFĂNȚICA GRAVIDĂ

Linda Kaplan Thaler, o legendă a publicității, spune povestea unei grădini zoologice din Belgia, care trecea prin clipe grele. Vizitatorii încetaseră să-i mai treacă pragul.

Odată cu apariția atâtor forme noi de distracție și amuzament, grădina zoologică ajunsese să aibă probleme. Vizitatorii erau puțini, dar trebuia ca animalele să fie hrănite.

Apoi elefănțica parcului zoo a rămas însărcinată.

Genii din agențiile de publicitate au trecut imediat la acțiune. Au postat pe YouTube o sonogramă a puiului de elefant. Au făcut sondaje și au lansat concursuri (fată sau băiat?). S-a atras atenția lumii și s-a indus o stare de frenezie în societate. Numărul de vizitatori a crescut și grădina zoologică și-a revenit.

Evenimentul i-a redat parcului zoo „masă”: interes de masă, frenezie în masă, mase de mulțimi. Era un triumf evident pentru noul tip de media.

Povestea aceasta se referă la o epocă mai fericită, la o perioadă în care agențiile publicitare puteau face cu

ușurință lucrul pentru care erau plătite: să atragă atenția publicului. Ea ne reamintește că economia este construită pe spatele maselor, pe distracții publice, pe fabrici organizate ca să creeze widgeturi, servicii sau divertisment pentru oricine și toți cei care au bani de cheltuit.

Specialiștii în marketing pot fi iertați pentru nostalgia lor. Masa nu mai reprezintă un element predictibil și măsurabil de a angaja publicul. Succese precum cel al grădinii zoologice amintite sunt rare (fiindcă femelele elefant însărcinate sunt rare). De acum înainte, succesul pe piața de masă va fi excepția, lebăda neagră.

Masa a murit. Sosec ciudații.

MASA, NORMALUL, CIUDATUL ȘI BOGATUL

Aceasta este o carte despre patru cuvinte și despre felul în care revoluția pe care o trăim cere să ne schimbăm înțelegerea sensului acestor termeni.

MASA este ceea ce ne-a permis să devenim eficienți. Ne-a definit producția de masă, marketingul de masă și deferența în masă față de regulile societății. „Masa” este termenul prin care denumim majoritatea nediferențiată, la care se poate ajunge cu ușurință și care încearcă să se conformeze și să supraviețuiască.

NORMALUL este termenul cu care-i denumim pe oamenii medii. Normalul descrie și cataloghează caracteristicile definitorii ale maselor. Normalul este localizat – este ciudat să fii vegetarian în Kansas, dar este ceva perfect normal în Mumbai. Normalul de aici nu este normal dincolo. Găsirea și amplificarea normalului este esențială pentru toți cei care se ocupă de mase. De-a lungul timpului, specialiștii în marketing au făcut ca un anumit standard moral și cultural să fie normal, nu doar din punct de vedere statistic.

CIUDATUL este termenul pe care îl folosim ca să-i desemnăm pe oamenii care nu sunt normali. Este posibil ca aspectul sau înfățișarea voastră fizică să fie neobișnuite prin naștere, dar, ca și mine, în mare parte, sunteți probabil ciudați pentru că așa ați ales să fiți. Deosebirile înnăscute nu au fost opțiunea voastră conștientă și nu mă voi opri asupra lor aici. Pe de altă parte, ciudații se opun față de cultura de masă și caracteristicilor normalului. Pe mine mă interesează aceste persoane, ciudații care au hotărât să evite conformismul de masă, cel puțin în unele aspecte ale vieții lor.

BOGATUL este termenul atribuit de mine individului care-și poate permite să aleagă, care dispune de suficiente resurse pentru a face și altceva în afară de a supraviețui. Ca să fii bogat nu ai nevoie de un avion privat, însă ai nevoie de destul timp, de hrană, sănătate și acces ca să interacționezi cu piața pentru bunuri și idei.

Yoghinul pe care l-am cunoscut într-un sătuc din India este bogat. Nu pentru că ar avea o locuință sau o mașină luxoasă (nu are nici una, nici alta). El este bogat pentru că poate să facă alegeri și pentru că poate să exercite o anume influență asupra tribului său. El nu face alegeri doar în privința bunurilor pe care le cumpără, ci și în privința felului în care trăiește.

Oamenii preferă să se organizeze în triburi, în grupuri de persoane care au același conducător, aceeași cultură sau aceeași definiție a normalului. Iar revoluția digitală a validat și a amplificat triburile acestea, astfel încât acum avem milioane de „silozuri”, grupuri care respectă, admiră și susțin opțiuni pe care cei din exterior le consideră clar ciudate, dar despre care noi, cei din interiorul tribului, știm că sunt normale (genul *nostru* de normal).

Ipoteza mea este că opțiunea de a ne împinge pe toți spre un normal universal, doar în scopul de a vinde mai multe gunoaie maselor, este atât inefficientă, cât și greșită. Oportunitatea epocii noastre este de a-i susține pe ciudați, de a le vinde ciudaților și, dacă vreți, de a deveni ciudați.

CONFRUNTAREA VREMURILOR NOASTRE

Nu este între bărbați și femei...

sau între stânga și dreapta...

sau între echipele Yankees și Red Sox.

Confruntarea epopeică a generației noastre este între statu-quoul masei și tumultul permanent al ciudaților.

Este greu să nu alegi o tabără. Fie veți dori să vă cheltuiți timpul și eforturile pariind pe masă și statu-quo – și încercând să vă câștigați locul în gloata aceea –, fie veți abandona căutarea respectivă și veți înțelege că există oportunități mai bune și o dezvoltare mai intensă, dacă le veți vinde ciudaților și-i veți dirija.

Pentru asta va trebui să răspundeți urgent la două întrebări:

1. Vrei să creezi și să faci promovare pe piața populației care nu e „normală”, piață care se află în creștere rapidă și pe care o și îmbrățișezi? Cu alte cuvinte, de partea cui ești? Lupti pentru statu-quo sau îi susții pe ciudați?

și

2. Ești destul de sigur pe tine ca să-i încurajezi pe oameni să facă acel lucru care e corect, util și plăcut, prin opoziție cu ceea ce sistemul le-a spus mereu să facă? Să alegem singuri sau să-i lăsăm pe alții să aleagă pentru noi?

MULȚUMIRI

Îi mulțumesc fiecărui Domino în parte pentru că s-a scuturat, e ciudat și mândru de asta: Lauryn Ballesteros, Willie Jackson.com, Amber Rae, Amy Richards, Alex Miles Younger, Michael Parrish DuDell și Ishita Gupta. De asemenea, grozavi și ciudați într-un fel foarte bun: Lisa DiMona, Lisa Gansky, Jacqueline Novogratz, Faith Salie, Sunny Bates, Sasha Dichter, Jonathan Sackner Bernstein, Alan Webber, William Godin, Nicholas K., Steve Pressfield, Sarah Kay, Sarah Jones, Beth Comstock, Linda Boff, Vicky Griffith, Russ Grandinetti, Amy Bates, Philip Patrick, Kristi Coulter, Sarah Tomashek, Sarah Gelman, Mary Ellen Fullhart, Lynette Mong, Galen Maynard, Alan Turkus, Terry Goodman, Megan Jacobsen și Jeff Bezos. Întotdeauna mulțumiri pentru Catherine E. Oliver, Martha Cleary, Paul Robinson și Red Maxwell.

Lui Helene, Alex & Mo. – care sunt superciudați.

Cuprins

INTRODUCERE: ELEFĂNȚICA GRAVIDĂ.....	5
Masa, normalul, ciudatul și bogatul	8
Confruntarea vremurilor noastre	10
 I. CAPITALISM, INDUSTRIE ȘI PUTEREA MASEI – ȘI INEVITABILUL EI DECLIN.....	13
Piața de masă redefinește normalul	15
Sfârșitul masei	17
Ciudatul nu este doar noul normal, ci este, de fapt, un lucru bun.....	18
Bine ați venit în Normal.....	19
Bun sosit în Ciudat	19
Și înapoi la normal.....	20
„El nu poate fi un bărbat adevărat, fiindcă nu fumează aceleași țigări ca mine“	21
Ce înseamnă „normal“?	22
Ce înseamnă „ciudat“?.....	23
Moartea mass-media, chiar sub ochii noștri	24
 II. CELE PATRU FORȚE PENTRU CIUDAȚI.....	27
Forța unu: Creația este amplificată	29

Forța doi: Bogăția ne îngăduie să facem ceea ce dorim, iar noi dorim să fim ciudați	29
Forța trei: Marketingul este mult mai eficient în a capta atenția ciudaților.....	30
Forța patru: Triburile sunt mai bine conectate	31
Trendul istoric spre mase versus noul trend spre ciudat	31
Antilopele nu au hobby-uri.....	32
Ciudățenia, ca expresie a caracterului uman.....	35
Bogăția se capitalizează, iar asta aduce și mai multă ciudățenie.....	37
Impactul asupra propriei noastre culturi	39
Specialiștii în marketing inteligenți îi susțin deja pe cei care doresc să aleagă.....	43
Triburile sunt mai bine conectate	46

III. MĂRIREA TREPTATĂ ȘI INEXORABILĂ

A CURBEI LUI GAUSS.....	49
Istoria (scurtă) a pescuitului.....	51
Și o istorie a pâinii.....	52
Cu toții vrem ce e cool: „Kung Fu Fighting“	53
Clopotul sau curba lui Gauss se lățește	55
„Clopotul“ nu a dispărut, dar e diferit	56
Total a început cu înghețata.....	57
Puterea îi aparține celui care face alegeri	59
Piața îi dă putere celui care face alegeri	59
Multe curbe ale lui Gauss, nu doar una	60
Masa este pentru noi ca apa pentru pești.....	61
Premiul de masă Mad Men	62
Pe cine vom dezamăgi?	64
Paranteza Gutenberg.....	66
Johnny Carson nu era ciudat.....	66
Nu ai văzut totul.....	67
Câte miliarde?	68
Digitalul nu este o umbră, ci o lumină (începeți cu internetul).....	68

Proximitatea fizică privită ca barieră în fața ciudățeniei	69
Suntem deja obișnuiți cu curba lui Gauss	70
Nu produsele sunt cele care contează.....	72
Obiectele îndepărtate pot să pară mai normale decât sunt în realitate	73
Forțele în favoarea normalilor	74
Trei (noi) forțe în favoarea ciudaților.....	76
Două hoteluri.....	77
Harry Potter și masele nedumerite	79
Mobilitatea e pe atât de ciudată pe cât devine media	80
Jenss și cele trei costume	82
TGI Fridays sosesc în Union Square (lupta dintre mase și ciudați).....	84
Fluxul și refluxul ciudățeniei și normalității.....	85
TV versus Boing Boing.....	86
Masa și domnia unei educații normale.....	87
Văzută de aproape, normalitatea dispare	91
În afara standardului: o soluție simplă pentru sistemul educațional	92
Ciudățenia și fericirea	93
Ciudățenia e peste tot.....	94
Sunt atât de mulți.....	94
Și ciudații au o obligație.....	95
Moralitatea ciudățeniei	96
Schisma.....	99
Alți (ciudați).....	101
Originile dominării.....	101
Girolamo Savonarola și lupta pierdută pentru control	104
Întepeniți în normalitate	105
POSTSCRIPT: CĂTRE TRIBURI.....	107
Mulțumiri.....	112