

Kako ubiti kreativnost?



Možda vam ubijanje kreativnosti kod vaših zaposlenika i suradnika već i sada dobro ide pa mislite da iz ovog članka i nećete mnogo naučiti. Ali sve što radimo možemo raditi još bolje i kvalitetnije, pa vam ovi savjeti možda ipak dobro dođu. Temeljeni su na istraživanjima američke psihologinje Terese Amabile, dakle imaju i znanstvenu podlogu. Pa ćete kreativnost ubijati kao pravi profesionalac, a ne tek tako - amaterski. Dakle...

Samo kritizirajte, nikad ne pohvaljujte

Strah od kritike je najveći ubojica kreativnosti. Koliko puta smo imali neku ideju ali se nismo usudili izreći je bojeći se da će je drugi proglasiti glupom, bezveznom ili neupotrebljivom. Strah i nije tako neobičan kad znamo što se kroz povijest događalo kreativnim ljudima i njihovim idejama.

Još 1933. nacisti su sve njegove knjige spalili na lomači. Freud je na to rekao: "Kako je čovječanstvo napredovalo! U srednjem vijeku spalili bi i mene".

Nekima su spalili samo knjige, druge su spalili zajedno s knjigama, neke su zatvorili, a neke samo proglasili ludima. Iako je malo vjerojatno da smo novi Freud, Giordano Bruno, Galileo Galilei ili Virginia Woolf - ipak vjerojatno imamo svoje trenutke i iskrice kreativnosti. No, ako svaku našu ideju dočeka kritika sigurno ćemo vrlo brzo odustati.

Stoga, ako želite ubiti kreativnost kod svojih ljudi - stalno ih kritizirajte. Čim čujete neku novu ideju proglasite je glupom ili neprovedivom.

Sjedite im za vratom ili im visite nad glavom

Kreativnost podrazumijeva igranje idejama, eksperimentiranje, provjeravanje. Često radimo na nekom problemu, mučimo se danima a kad na kraju odustanemo

Dolje navedene izjave idealne su za ubijanje kreativnosti. Možete kreativno doći i neke svoje.

- To je smiješno
- Pokušali smo to i ranije
- To nikada neće upaliti
- Nije praktično
- Spustimo se na zemlju
- Apsolutno ste u krivu

- rješenje nam sine samo od sebe. Pa kako se toga ranije nisam sjetio - u čudu se pitamo. Ili se rješenja sjetimo u snu. Kreativnost zahtijeva aktiviranje nesvjesnog uma i intuicije, a to se ne događa po naredbi. I za to je potrebno vrijeme.

Stoga, dajte nekom svom zaposleniku zadatak koji zahtijeva kreativnost, ali mu postavite strogi rok i svakih pet minuta provjeravajte dokle je stigao sa svojim rješenjem. Budite nestrpljivi i kritizirajte ga. Rezultati neće izostati, tj. kreativnost će

Ni slučajno nemojte izjaviti nešto tipa:

- To bi bilo vrijedno pokušati
- Istražite još malu tu ideju
- Možda tu ima nešto
- Dobro da ste to pogledali i s druge strane

Ako ih upotrijebite, kod nekih od vaših otpornijih zaposlenika kreativnost bi mogla i preživjeti



dr. Dubravka Miljković

netragom nestati. A što je još bolje, nećete gubiti novac čekajući da mu sine što god naplativo.

Novac i samo novac

Istraživači koji se bave kreativnošću tvrde da su ljudi najkreativniji onda kad rade ono što vole, za što imaju smisla i u čemu uživaju. Manje su kreativni ako nešto rade samo za novac, slavu ili priznanja. Ali tko kaže da su znanstvenici u pravu? Nisu zaposlenici tu da rade ono što vole, nego ono što im vi kažete. A kompanija 3M?

Kompanija 3M potiče svoje istraživače da 15% vremena rade na projektima kod kojih se ne vidi trenutna materijalna korist.

Pokazalo se da to značajno povećava kreativnost njihovih istraživača. Pa ako je tako, najbolji način da je ubijete je da zahtijevate da se sve što učine može trenutno pretvoriti u kune. Ili još bolje - u eure.

Uvedite intenzivno natjecanje

Ljudi su najkreativniji kad imaju vremena igrati se idejama, kad potpuno utonu u ono čime se bave i kad zaborave na sve oko sebe - na to koliko će sve trajati, koliko će koštati a osobito hoće li biti bolji



prof. dr. Majda Rijavec

od drugih. Ako stalno razmišljamo kako će to drugi napraviti i hoćemo li biti lošiji, javlja se strah - a strah je veliki neprijatelj kreativnosti. Tada prestajemo razmišljati svojom glavom, prestajemo se igrati idejama, prestajemo tražiti nešto novo - i usmjeravamo se da to učinimo onako kako se to očekuje od nas. A tako ćemo stvoriti samo nešto uobičajeno, možda vrlo solidno ili dobro, ali sigurno ne nešto novo i kreativno.

Kako da potaknete svoje ljude da se natječu umjesto da surađuju - za to vam sigurno nisu potrebna neka posebna uputstva.

Postavite stroge granice

Možda proizvodite čokolade. I možda želite novi, kreativni omot za njih. Zašto ne biste dali zadatak nekome od svojih zaposlenika da smisli nešto novo. Ali... taj novi omot mora biti crvene boje, mora na sebi imati sliku djevojčice od oko sedam godina, ime čokolade ne smije imati više od dva slova i ona moraju biti točno određene veličine. Ako ovako postavite ograničenja - budite sigurni da će novi omot za čokoladu biti sve - osim nov i neobičan.

počeli žaliti i još više mi otežavati život. Moja stanodavka je rekla: Zbogom, ti mora da si poludio. Napustio si stalno namještanje i doveo u pitanje i mirovinu. Zbilja sam se počeo pitati nisam li sasvim poludio... Trebalo mi je svega devetnaest dana da napišem cijelu knjigu, u siječnju 1970. godine...

Charles Bukowski, Pošta

KARIJERE

Gordana Kovačević predsjednica Ericsson Nikole Tesle

Nakon što je tijekom posljednjih šest godina iznimno uspješno vodio Ericsson Nikolu Teslu, Åke Enell napustit će mjesto predsjednika kompanije, a na njegovo mjesto dolazi dosadašnja potpredsjednica Ericssona Nikole Tesle, Gordana Kovačević. U svojoj je dosadašnjoj karijeri primila brojna priznanja kao uspješni menadžer, a prema izboru Hrvatskoga udruženja menadžera i poduzetnika (CROMA), proglašena Menadžerom godine u Hrvatskoj u kategoriji velikih poduzeća.



Novi financijski direktor T-Mobilea

Jürgen P. Czapran novi je član Uprave zadužen za financije hrvatskog T-Mobilea. Donedavno izvršni dopredsjednik za financijski kontroling T-Mobilea Internationala, Jürgen P. Czapran, naslijedio je Kenta. Kao član Uprave za financije Czapran će biti zadužen za područje financija, kontrolinga, naplatu potraživanja i sprječavanje zlouporaba. Rodio se u Njemačkoj gdje je i završio Ekonomski fakultet. Većinu profesionalnog života proveo je u njemačkoj kompaniji Philips GmbH.



Domagoj Kero iz diplomacije u Podravku

Direktor predstavništva Podravka International US postao je dosadašnji diplomat Domagoj Kero koji je u dosadašnjoj karijeri radio kao otpravnik poslova hrvatskog veleposlanstva u Australiji, savjetnik za gospodarstvo u Ministarstvu vanjskih poslova, konzul savjetnik za gospodarstvo u njujorškom Generalnom konzulatu, a potom i generalni konzul Republike Hrvatske. Posljednja je funkcija, na kojoj je bio do prelaska u Podravku, vođenje odsjeka za bilateralnu gospodarsku suradnju Ministarstva vanjskih poslova.

Nova uprava HPB-a

Savjet Hrvatske narodne banke dao je suglasnost na prijedlog NO Hrvatske poštanske banke da predsjednik Uprave te banke bude Josip Protega, a član Ivan Sladonja. Protega je bio direktor investicijskog bankarstva Privredne banke Zagreb, a Sladonja, dosadašnji prvi čovjek investicijskih fondova u vlasništvu PBZ-a.

karijere@ripup.hr

Pošta

... Punih jedanaest godina radio sam na pošti. Od svoje tridesetdevete godine pa do pedesete. Bio sam uvjeren da će me rad na pošti dotući; jednostavno nisam više mogao izdržati. Tada sam odlučio da ću postati profesionalni pisac... Ljudi su znali da sam dao otkaz pa su me