

# KREATIVNOST je najveće ljudsko blago

Čovjek je u svojoj suštini biće kreacije pa je tako svatko od nas rođen s neograničenim potencijalom za kreativno djelovanje. Međutim, istraživanja su pokazala kako već u djetinjstvu uspavamo 75% svog potencijala za kreativnost, dok odrasli ljudi prosječno koriste samo 2% svog ukupnog kreativnog potencijala. Kako god vam zvučale ove brojke, one su zapravo poziv na razmišljanje i akciju.



Jasminka Jelčić,  
prof. psihologije

Neuroznanost je temeljito istražila način funkcioniranja ljudskog mozga i utvrdila kako je naš moždani procesor podijeljen na lijevu „analitičku“ i desnu „kreativnu“ polutku. Naš mozak ima tendenciju organizirati informacije u prepoznatljive obrasce i stvarati veze među već pohranjenim informacijama, skladišteni nova iskustva prema unaprijed utvrđenim načelima. Kad hoćemo potaknuti vlastitu kreativnost, zapravo smo na putu propitivanja, a često i odbacivanja gomile dotad naučenog i prihvaćenog kroz naš dotadašnji život.

Steve Jobs, jedan od najutjecajnijih menagera današnjice, jednostavno definira kreativnost kroz povezivanje stvari, odnosno informacija. Prema njegovom mišljenju, svako

znanje i iskustvo ima vrijednost, a potencijal je svakog pojedinca u spremnosti na povezivanje vlastitih znanja i iskustava na novi, nelinearni način koji će otvoriti novu perspektivu.

## KAKO U POSLOVNOM OKRUŽENJU STVORITI ATMOSFERU KOJA POTIČE I PODRŽAVA KREATIVNOST?

- Ne postoji univerzalan recept koji će biti učinkovit u svakoj situaciji, no nudimo neka zapažanja i preporuke utemeljene na iskustvima istraživanja i poslovne prakse.
- Ljudi su najkreativniji kad rade na poslovima do kojih im je stalo i koji im predstavljaju izazov. Hrabro i iskreno analizirajte rade li ljudi u vašem timu na poslovima koji optimalno odgovaraju njihovim sklonostima, sposobnostima i vještinama.



Željko Milić, Education Business Manager u kompaniji Apcom (zastupnik za Apple u Hrvatskoj)

“Mladi ljudi promoviraju nov način života, ali na isti način učenja i stvaranja znanja. Ne

odgovoriti na njihova očekivanja bila bi velika pogreška. Oni su „urođenici“ tehnologije i žele je koristiti bilo gdje, bilo kada i za bilo što. S druge strane, njihovi profesori svojom kreativnošću i inovativnošću postaju „teamleaderi“. Iskustvo koje je Apple stekao u posljednjih 30 godina u obrazovanju, stvorio je obrazovne programe koji se temelje na inovativnosti i kreativnosti prateći sve trendove koji su bliski i mladim ljudima i njihovim mentorima. Sama tehnologija s kojom radim i izazov koji svakodnevno imam, traži od mene kreativnost. S jedne strane omogućava mi punu slobodu u traženju i ostvarivanju ideja i projekata, a s druge strane radim s tehnologijom koja se temelji na inovativnosti i kreativnosti te mi je cilj implementirati je u hrvatski obrazovni sustav.



mr. sc. Gordana Kovačević, predsjednica Ericssona Nikole Tesle

“Kao što primjer velikog Nikole Tesle pokazuje, inovativnost i kreativnost nisu privilegiji velikih i


moćnih nego su ljudi ti koji čine razliku. Upravo je stoga cijela povijest Ericssona Nikole Tesle priča o kreativnim ljudima koji su u različitim prilikama i tehnološkim uvjetima, svojim idejama i znanjem pridonosili razvoju globalnih trendova te razvoju naše kompanije kao regionalnog ICT lidera i najvećeg hrvatskog izvoznika znanja. To ne bi bilo moguće da se u kompaniji nije sustavno poticao razvoj inovativne kompanijske kulture. Uz snažno tehnološko liderstvo u rješenjima za operatore i inovativna rješenja u tom dijelu, nove ideje i ulazak u neka nova područja kao, daju nam priliku za globalne odgovornosti i širenje poslovanja te nas čine konkurentnima na svjetskom tržištu. Upravo stoga o našem znanju i inovativnosti danas ovisi s kakvim ćemo intelektualnim potencijalom konkurirati svijetu sutra.



Dražen Nikolić,  
Executive Partner,  
Accenture

“Pronalaženje rješenja u consulting industriji samo je po sebi osobito kreativan proces budući da su proble-

mi naših klijenata u osnovi različiti, pa tako traže i različita rješenja. Kreativnost dolazi do izražaja od samog početka - u pokušaju razumijevanja problema, pa do toga kako dostupna sredstva najbolje iskoristiti za rješavanje problema. Da bi se podržao i dodatno potaknuo razvoj kreativnosti, unutar naše tvrtke Accenture svake godine organiziramo natječaj za kreativna rješenja koja su našla primjenu kod klijenata. Dodatno smo pokrenuli programe koji omogućuju stvaranje novih kreativnih modela suradnje s klijentima. Hipoteza koju zastupamo jest da u svijetu ima dovoljno ideja i otkrića, ali trebamo kreativne arhitekture inovacija koji će te ideje i otkrića pretvoriti u rješenja koja će unaprijediti poslovanje.

- Vremenski pritisak najveći je neprijatelj kreativnosti jer nam je potreban period za inkubaciju, vrijeme u kojem ćemo „uroniti“ u temu i otvoriti mogućnost pojavljivanja kreativnih ideja. Kad to znamo, bilo bi vrijeme propitati istinsku vrijednost sljedećeg zahtjeva: „Rok za završetak posla jest jučer!“
- Ljudska je kreativnost u negativnoj korelaciji s ljutnjom, strahom i anksioznošću. Kad to znamo, pitanje je poslovne mudrosti odustajanje od još uvijek čestog stava kako je atmosfera straha, neizvjesnosti i pojačanog pritiska na zaposlenike poluga ostvarivanja uspjeha.
- Suradnja i povjerenje u suradnike također su važni elementi formule za uspješno kreativno djelovanje. Bilo bi smisleno osvijestiti koje vrijednosti promovirate u tvrtki jer ljudi prestaju dijeliti informacije kad se nađu u kompetitivnoj situaciji s kolegom. Uspješne, kreativne timove krase međusobno povjerenje i spremnost na dijeljenje i raspravu ideja.
- Komunikacija, komunikacija i opet komunikacija. Atmosfera otvorenosti i osjećaj da u svakom trenutku imamo slobodu dati i dobiti informaciju koja nam je potrebna, značajno povećava vjerojatnost novih i inovativnih rješenja na svim razinama poslovanja. 



Ksenija Faber, plesni pedagog

## Uloga tijela i kretanja u poticanju kreativnosti u poslovnom djelovanju

Poznato je da su mašta i znatiželja jedan od glavnih izvora uspjeha. Imamo li neki problem, nastojimo pronaći rješenje. Stoga ne čudi činjenica o sve većem poticanju kreativnosti u poslovnom djelovanju. Stvaranje kreativnog djela koje je originalno i korisno nije uvijek jednostavno, ali naše nam tijelo može pritom pomoći.

Mozak funkcionira na način da je njegov frontalni režanj odgovoran za stvaranje ideja, a mali mozak adekvatno modelira sve tjelesne kretnje. Suвременa istraživanja o radu ljudskog mozga dokazala su da frontalni režanj mozga i kognitivni procesi malog mozga surađuju u proizvodnji, kreativnosti i inovaciji. Stoga je povezanost kretanja i kreativnosti jasno vidljiva. Svakodnevno smo prisiljeni izvoditi pokrete koji su automatizirani i bez unutarnje motivacije. Malo se krećemo, svoje tijelo zaustavljamo ili ga gotovo paraliziramo. Ako dodamo umor i stres, dobili smo sjajnu kombinaciju koja nam grči mišiće i stvara bol. Zato jednostavno počnite drukčije razmišljati o pokretu. Doživite pokret kao umijeće. Usmjerite misli na pokret i pojaviti će se unutarnji poriv za njegovo što bolje izvođenje. Stvorite svoje umijeće svakodnevnih pokreta: ustajanja, sjedenja, pisanja, hodanja, premještanja knjiga, češljanja. Budite svjesni činjenice da naš uspravan položaj nije pasivno stajanje nego spiralna dinamika svih tjelesnih struktura.

### „IGRE“ POZITIVNO DJELUJU NA LJUDE

Prilikom radionice koju sam organizirala s djelatnicima u njihovom radnom okruženju, primijetila sam kako neuobičajene igre pozitivno i poticajno djeluju na sudionike. Zaigrana atmosfera i timski rad stvaraju osjećaj zadovoljstva u razbijanju svakodnevnih rutine. Nađite razlog za uvođenje kratkih igara dodavanja, osmislite poligone koji će vas natjerati da se u prostoru u kojem radite drukčije krećete.

Za kreativno rješavanje problema dobra je strategija prekida ili odmora od problema. U tom prekidu počastite se kratkim vježbama za vrat, ramena, pokrenite šake i cijele ruke jednostavnim kružnim kretnjama, razgibajte stopala, kružite koljenima i kukovima. Dišite. Udahnite pet puta kroz nos, a izdahnite na usta koristeći trbuh, dijafragmu i pluća ili jednostavno pronađite pogled u prirodu i odmorite oči polaganim vodoravnim kretnjama. I uvijek imajte na umu da su stvari najdjelotvornije kada su zabavne!

## Preporuke za „brainstorming“

(iz knjige Toma Kelleya „The Ten Faces of Innovation“)

- 1 Kvantiteta rada kvalitetu**  
Izvršne ideje izviru iz mnoštva ideja. Dogovorite unaprijed konkretan broj ideja koje ćete generirati.
- 2 Potaknite bizarne i luckaste ideje**  
Spremnost za generiranje čudnovatih i ekstremno drugačijih ideja može biti vrlo korisna. Često prave inicijative proisteknu iz prvotno potpuno ekscentričnih ideja.
- 3 Koristite slikovni materijal**  
Drevna poslovica kaže kako slika govori više od tisuću riječi pa koristite slikovni materijal jer oslobađa i potiče kreativnost.
- 4 Pričekajte s procjenjivanjem ideja**  
Niti jedna ideja nije generalno loša pa za vrijeme brainstorminga utišajte kritičare. Dajte prednost kreativnosti i slobodnom generiranju ideja, a kritičko mišljenje ostavite za sljedeću fazu evaluacije ideja.
- 5 Dok jedan govori, drugi slušaju**  
Kad slušamo što drugi govore i strpljivo čekamo da završe misao, dajemo šansu da upravo izrečena ideja potakne u nama neku sljedeću.
- 6 Nakon završetka brainstorminga napravite predah i tek tada započnite evaluaciju generiranih ideja**  
Vjerojatno će se na vašoj listi naći gomila neupotrebljivih ideja, no među njima zasigurno ima i onih do kojih biste teško došli na druge načine.