



Magdalena Jelić, diplomirana novinarka, konzultantica s područja odnosa s javnošću i dizajnerica interijera. Bogato iskustvo u odnosima s javnošću uključuje rad na mjestima izvršne direktorice, PR konzultantice i voditelja projekata u vodećim hrvatskim i stranim tvrtkama, te marketinškim i PR agencijama.

Poticanje kreativnosti okruženjem Magdalena Jelić

Kreativnost je temelj svakog posla. Većina ljudi nije ni svjesna ove činjenice iako sami često ili gotovo stalno vrte po glavi nove ideje, smišljaju nove načine kako nešto unaprijediti, olakšati. Ideje nas guraju, tjeraju naprijed i čine nas posebnima, drukčijima od drugih. Svatko posjeduje neki kreativni talent i samo je pitanje kad će ga spoznati i početi koristiti.

Velik broj poslodavaca upotrebljava razne psihoverbalne tehnike za stimulaciju kreativnosti kod zaposlenika često ne primjećujući kako je moguće krenuti iz puno jednostavnijeg smjera.

Interijer ili izgled poslovnog prostora samo je jedan dio interne komunikacije, neverbalne, naravno. Koliko samo vremena i energije ulažemo da bismo poboljšali internu komunikaciju u tvrtki, plaćamo silne "team buildinge" ne bismo li stvorili osjećaj zajedništva i timski duh, da bismo nakon takvih aktivnosti vratili zaposlenike u uredske kocke, uglavnom u "pretoploj" sivoj nijansi.

Ured koji svakako treba izdvojiti kao jedan od najkreativnijih i najstimulativnijih je onaj tvrtke *Google*, popularno zvan "*Googleplex*". Poslovna filozofija ove tvrtke temelji se na visoko motiviranim zaposlenicima. No, ne radi se samo o izgledu, gdje imamo tematsku lepezu od prašume do vagona ili fotelja za masažu.



Naime, jedan od načina na koji se potiče kreativnost je i promjena okruženja u kojem radimo. Sve što trebate napraviti je odnijeti svoj "problem" na novo mjesto. Šetnja u park, ručak u kineskom restoranu ili možda posjet zoološkom vrtu mogu donijeti rješenje koje je jednostavno, ali "nevidljivo" za vašim radnim stolom. Otiđite na neko novo mjesto gdje ćete imati slobodu, drukčiju percepciju i samim time mogućnost da pitanje postavite na drukčiji način te tako dobijete zadovoljavajući odgovor.

Još jedan primjer takve "interijer" komunikacije sa zaposlenicima je i sloboda da recimo dovedete svog ljubimca na posao. Životinje dokazano pozitivno utječu na raspoloženje ljudi pa je stoga takav potez u potpunosti smislen. Mogućnost odmora u wellness sobi, relaksacija u teretani ili na terasi uz kavicu primjer su promjene mjesta bivanja koji osigurava navedenu promjenu perspektive.

Zanimljivi predavači, veliki umovi današnjeg doba, pisci i glazbenici česti su gosti u takvim tvrtkama. Takvi posjeti omogućuju zaposlenicima osobnu nadogradnju, rad na sebi i razvoj, potiču kreativnost te samim time podiže kvalitetu rada i kao krajnji rezultat poboljšavaju poslovanje.

Kreativna okolina pokazala se uspješnim modelom i samo je pitanje vremena da i ostale tvrtke shvate koliko je zapravo isplativo ulagati u kreativan interijer. I najmanji detalj može utjecati na kreativnost: od plakata do namještaja ili privatnih detalja koje zaposlenici slobodno odlaze na radnom stolu. Ovdje se radi o osjećaju zadovoljstva i ugođe koji su ključni za produktivnost zaposlenika.

Stari "Cubical modeli" i danas su česti u nekim većim tvrtkama. Radi se o izrazito demotivirajućem okruženju u kojem su komunikacija i suradnja svedene na minimum, a o veličini osobnog prostora ne treba niti pričati. Treba naglasiti i obično loše osvjetljenje u ovakvom okruženju gdje pojedinci u većini

slučajeva nemaju pristup direktnom prirodnom izvoru svjetla.



Ovdje se može govoriti o "izlaženju iz kutije" (eng. "out of box" – op. ur.) – i doslovno i umom. Sobe za sastanke jednako su važan kreativni element u tvrtkama. Zaposlenici u njima provode kreativne trenutke i rješavaju probleme. Zabavni sadržaji također mogu doprinijeti opuštеноj, stimulirajućoj atmosferi. Osim toga važno je imati na umu da je prostor potrebno urediti na način da što veći broj ljudi može sudjelovati u nekoj aktivnosti, kako bi se potaknula *sinergija* i *energija*.

Prostranost prostora, mirni kutak i prostor za odmor samo su dijelovi uređenja interijera. Ovakva organizacija prostora ne odnosi se samo na velike korporacije. I male tvrtke mogu vrlo uspješno urediti svoje poslovne prostore i na taj način stimulirati svoje zaposlenike.

Upravo zahvaljujući tvrtkama kao što su *Google*, *Twitter* ili *Facebook* sve više tvrtki shvaća važnost i prihvaća ideju kreativnog okruženja.



U Hrvatskoj možemo izdvojiti primjer agencije za odnose s javnošću *Indigo komunikacije* koja je svoj poslovni prostor maksimalno otvorila i uredila na način koji omogućuje komunikaciju i potiče kreativnost.



Dosadni uredski prostori stvar su prošlosti. Obične žarulje, bijeli zidovi, kvadratni namještaj ... zjev, zjev! Prostor u kojem radimo uvijek je na neki način slika nas samih. Ono što je u nama odražava se u našem prostoru. I obrnuto. Što se nalazi u vama?