

Ali način, kako danes delamo, res spodbuja sproščanje naših ustvarjalnih potencialov?

Marjana Laibacher Rogelj

Moj Mentor d.o.o.

marjana@moj-mentor.si

Povzetek:

Svet se spreminja mnogo hitreje kot smo mi sposobni slediti, ozavestiti in prilagoditi naše pristope. Ker smo bitja rutine v nas nehote ostajajo vzorci razmišljanja in delovanja, ki so mogoče bili učinkoviti desetletja nazaj. Kritičen pogled na to, v kolikšni meri dejansko izkoriščamo svoj ustvarjalni potencial in preverjanje predpostavk, na katerih danes temeljijo tako naše osebne strategije kot strategije podjetja, s katerimi se odzivamo na vedno bolj kompleksno okolje, je zato zelo smiselno in pomembno. Sproščanje naših ustvarjalnih potencialov je kompleksno vprašanje in s spreminjanjem časa in okoliščin terja tudi nove odgovore. Strategije in koncepti izpred 10, 50 ali 100 let nam lahko nudijo pomembno osnovo, ne pa tudi enoznačnih odgovorov. Vsekakor pa bo pomemben premik potreben v smeri celovitega dojetja in razumevanja človeka ter uvid, da je sproščanje našega ustvarjalnega potenciala posledica sozvočja in ravnotežja različnih nivojev našega bivanja: fizične energije in vitalnosti, čustvene energije in povezanosti ter mentalne in duhovne energije.

Ključne besede: zavzetost zaposlenih, energija, predpostavke o delovanju človeka, zdravje in življenjska energija, čustvena energija, mentalna energija, duhovna energija, ravnotežje

1. Uvod

Živimo v okolju, kjer je več, bolje, večje in hitreje imperativ. Vsak dan se srečujemo z bistveno večjo količino informacij, kot jih dejansko potrebujemo in obvladujemo. Hitrost prenosa informacij je v zadnjih letih eksponentno narasla, srečujemo se s konstantnim občutkom nujnosti in nenehnimi motnjami. Tehnologija, ki omogoča več, bolje in hitreje, pozitivno vpliva na našo

učinkovitost, odzivnost, mobilnost, pospešuje hitrost odločanja in nam omogoča stik z globalnim svetom. Toda, ali preveč dobrega lahko tudi škodi? Ali sedanji tempo življenja in dela res spodbuja sproščanje naših ustvarjalnih potencialov, ali jih v veliki meri hromi in ubija? Obstaja nevarnost, da nas preveč vsega enostavno preplavi. Prevladujoč občutek nujnosti, ki je značilen za večino podjetij in korporacij spodbuja kreativnost, kvaliteto, zavzetost, čas za premislek in s tem tudi delovno uspešnost. Odziv večine ljudi na nastalo situacijo je v strategiji, da delamo več, dlje, hitreje in bolj konstantno. Strah pred tem, da bi zaostajali in želja, da opravimo vse, kar pred nas postavlja življenjski tempo, nam zastira pogled na to, da v tekmi z nujnim nikakor ne moremo zmagati. Obenem pa nam zmanjkuje časa in energije za refleksijo sedanjega načina dela in življenja ter razvijanje alternativnih in novih strategij za soočanje s kompleksnostjo okolja, v katerem delujemo. Na vseh področjih iščemo bližnjice ter hitre, instant rešitve in odgovore za doseganje zastavljenih ciljev in idealov.

In ker je izziv članka vprašanje o tem, ali način kako danes delamo res spodbuja sproščanje naših ustvarjalnih potencialov, bo članek s tem namenom tudi malo drugačen. Stran od citatov in navajanj že znanih in potrjenih dejstev, v smeri refleksije mojih izkušenj, doživljanj in razmišljanj, postavljanju vprašanj o sedanjih konceptih razmišljanja in delovanja posameznika, družbe in podjetij, ter iskanju novih konceptov, ki bi lahko bili zanimiva podlaga za proces transformacije, v katerega smo že vstopili.

2. Zavzetost zaposlenih in izkoriščanje naših ustvarjalnih potencialov

V kolikšni meri pravzaprav danes zaposleni izkoriščajo svoj ustvarjalni potencial? Pogled na to vprašanje nam deloma lahko razkrijejo raziskave na področju zavzetosti zaposlenih. Gallupove raziskave (1) temeljijo na več kot desetletju dela v poslovnem svetu, podatkovne baze razgovorov z več kot milijon zaposlenimi in vodji s ciljem odkrivanja najbolj pomembnih dejavnikov, ki vplivajo na zavzetost zaposlenih. S njihovim razlikovanjem zavzetih zaposlenih od nezavzetih so postavili pomemben mejnik v razumevanju izkoriščanja ustvarjalnega potenciala zaposlenih. Zavzeti zaposleni se od nezavzetih razlikujejo po tem, da v svoje delo vlagajo energijo in strast, medtem ko nezavzeti v svoje delo vlagajo čas. Gallup je s svojimi raziskavami dokazal, da zavzetost vpliva na elementarne kazalnike poslovne uspešnosti slehernega podjetja: zadovoljstvo in zavzetost zaposlenih, produktivnost, rast prometa, dobiček na zaposlenega, absentizem in podobni kazalniki. Na uspešnost podjetja torej vpliva energija, ki jo ljudje vlagajo v delo

in ne čas, ki ga preživijo na delovnem mestu in količina dela, ki ga opravijo. K vprašanju energije zaposlenih se bomo v nadaljevanju še vrnili, je pa na tem mestu pomembno, da ne prezremo tega enostavnega dejstva.

Slaba novica v okviru raziskav zavzetosti zaposlenih pa je, da so rezultati v podjetjih na različnih kontinentih sveta in v različnih panogah pokazali, da je število ljudi, ki svoje delo opravljajo z energijo, jih delo motivira na način, da so pripravljene narediti nekaj več in izkoristiti svoj ustvarjalni potencial, relativno malo. Rezultati Gallup raziskav kažejo, da je v poslovno najbolj uspešnih podjetjih le 36% ljudi zavzetih, povprečno pa se v podjetjih stopnja zavzetih giblje okoli 20%. Priložnosti za bolj učinkovito izkoriščanje našega ustvarjalnega potenciala je torej še precej?

Ob tem se poraja še eno vprašanje: so v skupini zavzetih ljudje, ki bi bili zavzeti in bi izkoriščali svoj potencial bolj učinkovito v vsakršnih okoliščinah ali je podjetje tisti ključni dejavnik, ki je ustvarilo pogoje, ki spodbuja zavzetost zaposlenih in izkoriščanje našega ustvarjalnega potenciala. Moje opažanje je, da sta oba zorna kota tega vprašanja pomembna in le ob spremembah na obeh straneh lahko pride do novih oblik delovanja in uporabe naših ustvarjalnih potencialov. Pomembno je spregledati, v čem je razlika med zavzetimi in nezavzetimi na individualni ravni in v čem je razlika med okolji, kjer je statistično več zavzetih kot nezavzetih.

3. Naše predpostavke in prepričanja, ki ohranjajo sedanjo situacijo

Že od načina, kako gledamo na posamezne stvari, med drugim tudi na pojem "sproščanje naših ustvarjalnih potencialov" je odvisno marsikaj. Kje vidimo problem, kje iščemo rešitve, kako presojamo posameznika in/ali družbo? V nadaljevanju želim osvetliti tri različne vidike oz. predpostavke:

- Ali ustvarjalni potencial lahko enačimo s kreativnostjo?
- Ali je dovolj, če imamo projekte, ki spodbujajo to, kar lahko merimo?
- Ali so naše predpostavke o delovanju človeka pravilne?

Ali ustvarjalni potencial lahko enačimo s kreativnostjo?

V času priprave na pisanje tega članka sem več kot 30 ljudi v poslovnem okolju povprašala, kaj razumejo pod pojmom sproščanje ustvarjalnega potenciala. Skoraj v vseh primerih je njihovo razmišljanje šlo v smeri kreativnosti oz.

vprašanja, kako kreativni in inovativni smo ljudje pri svojem delu. Pa res lahko naš ustvarjalni potencial enačimo z dimenzijo kreativnosti?

V poslovnem svetu je sicer že nekaj let povsem jasno, da je uspeh slehernega podjetja v mnogo čem odvisen od kreativnosti ljudi. V svetu polnem hitrih sprememb je ključnega pomena, kako inovativni so zaposleni pri kreiranju in izvedbi idej za nove produkte in storitve in obenem, kako kreativni so v iskanju rešitev za nastale probleme. Kreativnost je zapisana v številnih modelih kompetenc, s katerimi se zaposlenim sporoča, kaj se od njih pričakuje in kaj je ključnega pomena za uspešnost podjetja. Večinoma se kreativnost meri in spodbuja skozi različne projekte zbiranja in nagrajevanja kreativnih idej.

Naš ustvarjalni potencial pa je vendarle mnogo več kot samo kreativnost? Kreativnost je samo del našega ustvarjalnega potenciala. Ustvarjalni potencial je stanje, v katerem smo sposobni izkoristiti vse svoje različne notranje vire in talente na najbolj učinkovit način. Stanje, v katerem delujemo iz sebe, za sebe in skladno s seboj. Stanje, v katerem smo notranje usklajeni in notranje motivirani in nas delo kot tako samo po sebi izpolnjuje, motivira in nam daje energijo. Seveda je to stanje bistveno bolj kompleksno in večdimenzionalno in kot tako zahteva bolj kompleksne rešitve, kar pa je manj kompatibilno z zahtevami poslovnega sveta, ki zahteva hitre, enostavne in merljive rešitve. Priložnost zato je v tem, da se ponovno vprašamo, kako razumemo človeka in njegov ustvarjalni potencial in iščemo nove odgovore na to, kako ustvariti okolje, ki spodbuja sproščanje našega ustvarjalnega potenciala.

Nekatera podjetja se lahko pohvalijo s širšim razumevanjem principov delovanja posameznika in s svojimi strategijami že desetletja uvajajo pristope, skozi katere želijo spodbuditi sproščanje ustvarjalnega potenciala. Zanimiv primer je podjetje 3M. Njihov predsednik uprave William McKnight je že v letih 1930 in 1940 imel zelo sodobne in vizionarske poglede na zaposlene. Sledil je preprosti ideji: "Zaposli dobre ljudi in jih pusti pri miru." Že precej preden je opolnomočenje oz. empowerment postalo moderno, je uvajal koncepte, s katerimi je ljudi spodbujal k avtonomiji. V njegovem času so zaposleni imeli možnost, da 15% svojega delovnega časa posvetijo projektom po svoji izbiri. Kljub številnim skeptikom je ideja imela v praksi številne pozitivne rezultate. Med drugim je znotraj tovrstnih projektov, in ne znotraj rednih delovnih obveznosti, nastala ideja o izdelku Post-it, ki je še danes eden najbolj prodajanih izdelkov omenjenega podjetja. Zakaj se tovrstni koncepti niso v večji meri razvili tudi v drugih podjetjih? Odgovor lahko

najdemo že v samem primeru podjetja 3M. Pobudnik te ideje je bil sam predsednik uprave podjetja, s svojim drugačnim in nekonvencionalnim razmišljanjem o tem, kako delujejo ljudje. Večina vodij podjetij izhaja iz ekonomskih, finančnih, pravnih ali tehničnih ved, znotraj katerih veljajo povsem drugačne zakonitosti kot veljajo pri delu z ljudmi. Peščica med njimi ima široka znanja s področja psihologije posameznika in skupin. Obenem pa tudi posamezni odgovori s področja psihologije ne ustrezajo ekonomski potrebi po več, hitreje, bolje. V zadnjih letih smo z različnimi bližnjicami lahko še vedno konkurirali na svetovnem trgu, bojim pa se, da se točka preloma, na kateri strategija več in bolje vodi v manj in slabše, bliža ali smo jo celo že dosegli.

V življenju namreč ne dobimo to, kar si želimo, temveč to, kar smo. V veliki meri naše razmišljanje, naša prepričanja in percepcija o nas samih vplivajo na to, kaj v življenju dobimo in dosežemo. Podobno velja tudi za naša prepričanja o drugih, naša prepričanja o zaposlenih. Od njih ne dobimo to, kar si želimo, temveč to, kar si o njih mislimo. Nedvomno je čas, da prevetrimo naša zavedna in nezavedna prepričanja o ljudeh, o zaposlenih, ker na njihovih osnovah temeljijo naše strategije sproščanja njihovih ustvarjalnih potencialov.

Ali je dovolj, če imamo projekte, ki spodbujajo to, kar lahko merimo?

Poslovni svet je naravnani v rezultate, ki se lahko merijo. Za vsako podjetje je pomembno, kako obvladuje svoje najbolj pomembne vire: finance, tehnologijo in ljudi. Težava nastane, ko principe za obvladovanje financ in tehnologije prenesemo tudi na ljudi. Večinoma prevladuje ideja, da v kolikor stvari lahko merimo, jih obenem tudi obvladujemo. Pa je to res? Že Albert Einstein je zapisal, da "Ni nujno, da vse, kar se lahko prešteje tudi šteje in vse kar šteje ni nujno, da je možno prešteti." Lahko res merimo in spodbujamo ustvarjalni potencial zaposlenih z merjenjem števila kreativnih predlogov? Z merjenjem resda dobimo občutek obvladovanja in kontrole, na drugi strani pa se omejimo na tisti del človekovega potenciala, ki ga je možno zmeriti. Za ceno jasnih in merljivih rezultatov spregledamo, da gre pri vprašanju ustvarjalnih potencialov za bistveno bolj kompleksen koncept, ki zahteva drugačne pristope? Najbolj elementaren prikaz, kako nas merjenje lahko omejuje pri tem, koliko ustvarjalnega potenciala lahko dobimo s strani zaposlenih, je dogovor med zaposlenim in delodajalcem, ki večinoma temelji na odnosu število ur v zameno za denar. Zelo redko srečam podjetja, kjer so pogodbe med delodajalcem in zaposlenim vezane izključno na rezultate dela. V svetu se uveljavlja nov koncept dela: ROWE (Results Only Work

Enviroment), ki sta ga utemeljili Jody Thompson in Cali Ressler (2). Značilno za omenjen koncept dela je, da se delodajalec z zaposlenim dogovori izključno za rezultate dela. Zaposlenemu je od tu naprej dopuščena vsa svoboda in odgovornost. Za uspeh zaposleni v tem konceptu ne potrebujejo niti vodij. Jasni cilji, odgovornost in svoboda. So to okviri, ki v večji meri lahko spodbudijo sproščanje našega ustvarjalnega potenciala? Je to pravi odgovor za spremembo delovnega okolja v prihodnosti? Za nove koncepte bo vsekakor potrebno spremeniti stvari v temeljih. Spremembe v tem, kako razumemo in dojemamo sami sebe in spremembe v družbenih in poslovnih konceptih.

Ali so naše predpostavke o delovanju človeka pravilne?

“Zaposleni so naše največje bogastvo” je formulacija, ki v več različicah krasi spletno strani številnih podjetij. Realnost, ki jo vsakodnevno doživljajo ljudje, pogosto ni najbolj skladna s tem. Ljudje se ne počutijo obravnavani kot najbolj pomembni. Zakaj lahko prihaja do tovrstnega razkoraka. Razlogi se skrivajo tudi v znanju in razumevanju kompleksnosti človeka kot takega. Podjetja imajo različne pomembne vire, ki vplivajo na uspešnost podjetja in ključnega pomena je razumevanje razlik med upravljanjem s financami in tehnologijo ter upravljanjem s človeškimi viri. Razumevanje teh razlik kreira povsem nov način razmišljanja in dela v podjetju ter ustvarjanja pogojev za bolj učinkovito sproščanje ustvarjalnih potencialov zaposlenih. Večina vodij je še vedno bistveno bolj usposobljena za delo na strokovnem področju kot za delo z ljudmi. Kompleksne vsakdanje situacije zahtevajo od vodij široko in poglobljeno razumevanje psihologije posameznika, ki vodjem pogosto primanjkuje ali pa je “teorija” neskladna s zahtevami po več, hitreje in bolje in jo je zato težko sprejeti v svoj obstoječ sistem razmišljanja in delovanja.

Ljudje se pomembno razlikujejo od kapitala in tehnologije in razumevanje ter upoštevanje teh razlik lahko predstavlja pomemben preskok v strategijah ravnanja z zaposlenimi v podjetjih. Katere so te ključne razlike? Kaj nas razlikuje od denarja in strojev? Lynda Gratton (3) navaja tri ključne razlike, ki temeljijo na psihologiji posameznika:

- Ljudje delujemo v času in v ritmih
- Ljudje smo čustvena bitja
- Ljudje iščemo smisel

Prva pomembna razlika je v tem, da je pri ljudeh pomembno upoštevati komponento časa. Finančne vire lahko pridobimo takoj ali v nekaj dneh, novo tehnologijo lahko kupimo na trgu in v zelo kratkem času vključimo v delovanje podjetja. Ljudje pa delujejo drugače. Živimo v sedanosti, imamo svojo preteklost, ki do določene mere oblikuje naše ravnanje v sedanosti in imamo tudi svoj pogled na prihodnost, ki prav tako vpliva na našo sedanost. Spremembe pri ljudeh se dogajajo z drugačno dinamiko in v drugačnih časovnih okvirih, kot je to značilno za stroje in denar. Za pridobitev finančnih sredstev kot tudi za razvoj novih izdelkov, implementacijo nove tehnologije so značilni časovni okviri, ki jih merimo v dnevih, tednih ali mesecih. Pri vprašanju razvoja ljudi, njihovih kompetenc in tudi razvoja kulture podjetja, pa je pomembno razumeti, da za spremembe potrebujemo sistematično delo nekaj let. V podjetjih, kjer je pritisk na doseganje rezultatov visok, se obenem pojavlja tudi pritisk in pričakovanja do ljudi glede njihovih kompetenc, vedenj, znanj in vrednost, ki ne upoštevajo dimenzije časa, ki je potrebna, da želene spremembe posameznik lahko realizira.

Podjetje npr. definira nov sklop vrednot, ki so pomembne za kulturo podjetja in posledično za doseganje zastavljene strategije. Nov sklop vrednot se objavi v internih glasilih, na internetni in intranetni strani podjetja, izpeljejo se predstavitve zaposlenim in po nekaj mesecih že pričakujemo, da se ljudje vedejo skladno z na novo postavljenimi vrednotami. Predpostavka v ozadju takšne, večkrat videne, prakse v slovenskih podjetjih je, da ljudje delujejo precej mehansko, precej podobno, kot delujejo stroji. Dvomim, da se kreatorji tovrstne politike ravnanja z ljudmi zavestno oklepajo teh predpostavk. Te predpostavke so namreč enostavno implicitno vgrajene v naš trenutni sistem razumevanja sebe, človeka in sveta okoli nas. Vsi se zavedamo, da imamo ljudje svojo zgodovino, ki vpliva na nas in svoje ideje o prihodnosti, ki prav tako v mnogo čem vplivajo na naše ravnanje v trenutni situaciji. Toda trenutno poslovno okolje, ki stremi k več, hitreje, bolje enostavno ne tolerira konceptov, ki so že dolgo znani in uveljavljeni. Iskanje bližnjic ter hitrih ter enostavnih rešitev se vsaj kratkoročno in navidezno bolj sklada s pričakovanji vodstva in kapitala..

Še v nečem je pomembno prepoznati, da delujemo drugače kot stroji. Za stroje je najbolj ekonomično, če delujejo konstantno, brez vmesnih prekinitev. Ta koncept delovanja se je v veliki meri prenesel tudi na delovanje ljudi. Ljudje delajo več in dlje časa. Splošna klima podpira tovrstno delovanje in ga celo nagrajuje. Raziskave pa kažejo, da tovrstno delovanje ni učinkovito, ker ljudje za visoko

učinkovitost potrebujejo sistematično izmenjavo ritmov visoke napetosti in vključenosti ter na drugi strani sproščenosti in regeneracije (4).

Lynda Gratton poudarja, da smo ljudje čustvena bitja in iščemo smisel. Kakorkoli je to že od nekdaj jasno, pa je upoštevanje tega dejstva pri vodenju ljudi še vedno redkost. Prevladujoč pogled na ljudi je še vedno precej mehanski in razumski. Zanikanje čustvenih elementov in reduciranje človeka na razumski nivo se najbolj elementarno izraža v ideji, da ljudje v službo hodimo zaradi denarja. Smešno pri tem je, da je to pogled, ki ga pogosto srečam s strani podjetja na posameznika kot tudi s strani posameznika kot takega.

Toda čustva so dejstvo. Ljudje imamo svoje strahove, se veselimo in žalostimo, jezimo in predajamo sanjam o prihodnosti ali pa prepuščamo občutkom nemoči in frustracije. Ključno vprašanje je, kako dobro podjetja obvladujejo ti. čustveno ekonomijo? Čustveni kapital podjetja se skriva v zaupanju in zavzetosti, ki ga vodje lahko zgradijo do svojih zaposlenih. V okolju, kjer prevladuje zaupanje, ljudje v večji meri delimo svoje znanje, svoje ideje in svoja razmišljanja, kar nedvomno lahko pripomore k uspešnosti podjetja. V okolju, kjer prevladuje nezaupanje in okolje, v katerem se blokira ali ne odobrava izražanje različnih vrst čustev, se oblikuje klima, v kateri ljudje svoje znanje, ideje in svoj ustvarjalni potencial obdržijo zase. Čustvena vez med posameznikom in podjetjem je lahko pomembna konkurenčna prednost, ki jo konkurenca izjemno težko posnema. Toda pot to tega, da z zaposlenimi zgradimo odnos, ki temelji na zaupanju, da v zaposlenih vzbudimo navdušenje za uresničevanje zastavljene vizije in jim omogočimo, da prepoznajo priložnost za uresničevanje svojega ustvarjalnega potenciala, ni enostavna. Zahteva razumevanje kompleksnosti človeka ter na drugi strani predano in potrpežljivo izvajanje strategij, ki ne dajo hitrih rezultatov. Poleg finančne pogodbe, mora v ospredje stopiti čustvena oz. psihološka pogodba med zaposlenim in podjetjem.

4. Podlage za novo paradigmo, ki bo spodbujala sproščanje naših potencialov

Premik v razumevanju človeka kot celote, kot harmonijo fizičnega, čustvenega, umskega in duhovnega odpira povsem novo perspektivo in nove rešitve. Izziv sodobnega časa je v upravljanju naše energije na vseh ravneh našega obstoja. Za bolj učinkovito sproščanje naših potencialov je ključnega pomena, da smo fizično vitalni, čustveno povezani s samim seboj in z okolico, mentalno osredotočeni in odprti ter duhovno povezani s smislom, ki presega naše trenutne interese.

Sproščanje naših potencialov pomeni, da se zjutraj zbudimo polni energije in se z enako energijo vračamo z dela domov. Pomeni, da skozi svoje delo lahko izrazimo svoje poslanstvo, smo v kondiciji, da se soočamo z zahtevnimi situacijami na delovnem mestu in obenem ohranjamo ravnovesje in mejo med delom in družino, zabavo in sprostitev.

Je to sploh mogoče? Je to idealistična pravljica in utopija? Nova paradigma bo vsekakor zahtevala korenit preskok v razumevanju delovanja nas samih in verjetno tudi premislek ali trenutna družbeno ekonomska ureditev ima svetlo prihodnost?

Zdravje in življenjska energija

Prva pomembna sprememba se bo zagotovo morala zgoditi pri razumevanju delovanja našega telesa. Naše telo je čudovit in popoln sistem, ki deluje po točno določenih principih, ki v mnogo čem niso skladni z današnjimi praksami in idejami, ki nam jih vsiljuje potrošniško naravnani marketing. Prva pomembna sprememba je nujna pri razumevanju tega, da je zdravje in vitalnost normalno stanje in posledica stila življenja, ki ga živimo. Danes je stanje obratno. Normalno je, če imamo simptome in bolezni in normalno je, če za vse težave iščemo rešitve zunaj sebe. Vsak med nami za uporabo svojega kreativnega potenciala potrebuje najprej zdravo telo in dovolj fizične oz. življenjske energije. Spanje, prehrana, počitek, gibanje, svež zrak, čista voda so vsekakor temelji za ravnovesje na fizičnem nivoju. Maslowa teorija potreb je resda preveč enostavna za razumevanje kompleksnosti človeka, daje pa kljub temu pomembno in jasno sporočilo. Zadovoljevanje naših fizičnih potreb je temelj, je osnova in baza za vse nadaljnje nivoje našega delovanja. Od zaposlenih, ki so izčrpani, neprespani, zakisani zavoljo nekvalitetne in neredne prehrane, vendarle ne moremo pričakovati samo-aktualizacije, intelektualnih presežkov in visoke stopnje čustvene stabilnosti. Nekatera slovenska podjetja se zavedajo pomena zdravja zaposlenih in v svoje strategije uvajajo zanimive projekte s katerimi želijo ozavestiti zaposlene o odgovornosti za svoje zdravje ter jim ponuditi celo kopico orodij za povečanje kvalitete življenja: predavanja na temo zdravja in zdravega življenjskega stila, zdravniški pregledi, možnost za odmor in regeneracijo, organizirane fizične tedenske aktivnosti, kotički za odmor in sprostitev, sočenje svežih sokov, dostopnost do svežega sadja in zelenjave, zdrava prehrana na delovnem mestu...

Telo je osnova za naše delovanje na čustvenem in umskem nivoju obenem pa se preko telesa manifestira celotno naše stanje duha, razuma in čustvovanja. V

pozitivnem in negativnem smislu. Telo je kot printer oz. rezultat stanja na vseh ostalih nivojih. Zelo pomembno je, da se zavedamo soodvisnosti in povezanosti različnih nivojev. Če zanemarjamo, ignoriramo en del sebe, so na ta način šibkejši tudi ostali deli. In, če krepimo en del sebe, obenem krepimo tudi ostale dele. Cilj je, da uravnotežimo delovanje vseh štirih nivojev: telo - čustva - um - duhovni del.

Čustvena energija

Da bi res dobro razumeli, kako pomembna so naša čustva, za sproščanje našega ustvarjalnega potenciala, si samo za trenutek predstavljajmo, kakšno bi bilo življenje brez njih. Čustva so gorivo, so kot motor, ki poganja našo aktivnost. Brez čustev ni aktivnosti. Racionalen in hladen odnos do dela, do podjetja, posledično vpliva na to, da racionalno presojava, kaj bomo naredili in česa ne, kaj bomo delili z drugimi in česa ne, ... Kako se počutimo na delovnem mestu vpliva na sproščanje našega ustvarjalnega potenciala.

Pomembno je tudi zavedanje, da zaposleni vsak dan na delovno mesto prinesejo s seboj celo kopico čustvenih potreb: potreba po avtonomiji, potreba po priznanju in mojstrstvu, potreba pa razumevanju smisla, potreba po zaupanju in občutku varnosti, ... Zadovoljevanje teh potreb v marsičem definira tudi sproščanje našega ustvarjalnega potenciala. In pri tem nas čaka še pomemben izziv prepoznavanja in razlikovanja potreb posameznika. Nimajo namreč vsi ljudje enakih čustvenih potreb in niso nam vse čustvene potrebe enako pomembne. Kratkoročno nam seveda tovrstno delo vzame čas in energijo, dolgoročno pa je poznavanje in zadovoljevanje čustvenih potreb zaposlenih ključnega pomena pri vprašanju koliko energije zaposleni vložijo v svoje delo.

In ne nazadnje je za učinkovito sproščanje ustvarjalnih potencialov pomembno tudi ravnotežje med delom in družino oz. zasebnim življenjem. Zaposleni, ki ves čas čutijo, da zapostavljajo svoje najbližje, na dolgi rok izgubljajo na svoji učinkovitosti.

Pri obvladovanju energije čustev imajo tako posameznik, vodja kot tudi podjetje svojo vlogo in svoj del odgovornosti. Vsekakor je za vsakega posameznika pomembno, da sebe dobro pozna, pozna in obvladuje svoje vzorce čustvovanja. Na drugi strani pa je vloga podjetja, da s svojimi strategijami in vodji kreira klimo in kulturo, ki temelji na zaupanju, spoštovanju, ravnotežju in čustveni odpornosti na težavne in stresne situacije.

Mentalna energija

Današnje delovno okolje je v precejšnji meri bolj naklonjeno določenim oblikam uporabe naše mentalne energije. V ospredju je večopravnost, ki zahteva, da razpršimo našo mentalno energijo. V ospredju je tudi operativnost, ki nas zavlja občutka nujnosti sili, da razmišljamo, kako bomo rešili trenutno in nujno situacijo in kateri bo naš naslednji korak. Poleg tega je že sam Descartes s svojo idejo: "Mislim torej sem," zasejal seme, ki lahko omejuje našo mentalno energijo, ker se v preveliki meri identificiramo z našimi idejami in razmišljanji in smo posledično preveč zaprti do drugačnih idej. Ključna sestavina okolja, ki bi v večji meri spodbujalo naš ustvarjalni potencial je: čas za razmislek. Kar po mojem opažanju dandanes primanjkuje večini vodij in strokovnjakov, je čas za razmislek. Težko si je vzeti čas za razmislek, ker navzven to lahko deluje, kot da ne delamo nič. Za okolje, kjer prevladuje občutek nujnosti, je to skoraj nesprejemljivo. Pomanjkanje refleksije dogajanja in samorefleksije je kritično. In pri tem ne gre za čas, temveč gre za prioritete in obenem nerazumevanje, da razmislek o situaciji lahko pripelje do pomembnih uvidov, s katerimi lahko delujemo bolj proaktivno in oblikujemo rešitve, ki predstavljajo bolj učinkovit način odzivanja na trenutne okoliščine.

Duhovna energija

Količina energije, ki jo lahko imamo na razpolago v vsakem trenutku je odsev naše fizične kondicije in stanje našega telesa. Zakaj bomo to energijo porabili pa je povezano z našim duhovnim nivojem. Duhovni nivo nam daje smisel in smer in je zato osnovni vir motivacije za vse naše vedenje in ravnanje.

Duhovni nivo je tisti del nas samih, kjer se odpira področje našega poslanstva, namena, smisla, ki gre preko meja našega osebnega interesa. Gre za zavest pripadnosti nečemu, biti del nečesa večjega, kar nas navdaja z brezmejno energijo. Gre za razumevanje smisla naše poti in učenj oz. lekcij, ki jih srečujemo na tej poti. Biti v stiku s svojim duhovnim delom obenem tudi pomeni, da se prepustimo intuitivnemu vedenju, kaj je za nas v življenju dobro in kaj ne, katera pot je prava in katera ne.

In ne nazadnje duhovni del vključuje zavedanje naše povezanosti z vsem in vsemi, kar vpliva tudi na to, da se obnašamo bolj ekološko in v smeri trajnostnega razvoja.

Če občutku osebnega smisla, poslanstva, dodamo še jasno vizijo, smo ustvarili vir energije in inspiracije, ki nas bo vodil preko številnih ovir in težav, nam omogočal preseči samega sebe in še kako spodbudil sproščanje naših ustvarjalnih potencialov.

5. Zaključek

Prihodnost je že tu. Spremembe v načinu dela in življenja so neizbežne. Prevetritev temeljnih predpostavke o nas samih in o našem načinu življenja so pomemben del tega procesa. Kozmetični popravki bodo le podaljšali agonijo. Za preskok v razumevanju našega ustvarjalnega potenciala in ustvarjanju pogojev, v katerih se bo le-ta lahko bolj spontano sproščal, bo potreben pogum kot tudi modrost, ki jo bo potrebno črpati tudi iz dolgo znanih resnic o celovitosti delovanja človeka.

Reference:

- * Rodd Wagner, James K. Harter (2006). 12 Elements of great managing
- * Cali Ressler, Judy Thompson. (2008). *Why work sucks and how to fix it*
- * Lynda Gratton (2000). *Living strategy, Putting people at the heart of corporate purpose*
- * Tony Schwartz, Jean Gomes, Catherine McCarthy. (2010). *The way we are working isn't working*