



Voditeljstvo kot ustvarjalna umetnost

Voditi lepo Učinkoviti poslovni vodje in uspešni umetniki imajo tri skupne točke

Ena največjih zagovornic uporabe umetnosti v razvoju poslovnih vodij prihodnosti je profesorica Nancy Adler, ki se je pred kratkim na povabilo IEDC – Poslovne šole Bled mudila v Sloveniji. Govorila je o tem, kaj pomeni voditi lepo.

BARBARA PAVLIN

S predavanjem je udeležence spodbudila k razmišljanju o tem, da je voditeljstvo mogoče obravnavati kot ustvarjalno umetnost. Navzoči so s pomočjo praktičnih primerov raziskali poglede na ustvarjalno voditeljstvo, ki motivira, navdihuje in spodbuja zaposlene, da dosežejo in presežejo svoje sposobnosti.

Nancy Adler je predstojnica katedre za management na Univerzi McGill v Montrealu v Kanadi in tudi pionirka na področju vključevanja umetnosti v proučevanje in poučevanje managementa in voditeljstva. Že več kot desetletje vključuje umetnostne pristope v svoje delo z managerji in voditelji po svetu. Pri tem ji pomaga tudi dejstvo, da je slikarka.

Nancy Adler verjame, da bi moralo biti voditeljstvo 21. stoletja utemeljeno bolj na upanju, hrepenenju, inovaciji in lepoti kot na podvajanju zgodovinskih vzorcev. »Prvič v zgodovini lahko voditelji delujejo iz svoje domišljije in aspiracije, in ne iz preteklosti. Razkorak med tem, kaj si ljudje lahko zamislijo in kaj dosežejo, še nikoli ni bil manjši,« pravi Nancy Adler. Predanost umetniškemu ustvarjanju je bil na splošno v pristojnosti umetnikov, in ne poslovnežev, a profesorica meni, da imajo učinkoviti poslovni voditelji in uspešni umetniki tri skupne veščine.

Prva je zmožnost videnja resničnosti take, kot je, v vsej njeni lepoti in grdoti. Druga sta zmožnost in pogum predvidevanja možnosti, priložnosti, vključno z možnostjo ustvarjanja lepote (pozitivne spremembe) in navdihovanja drugih. Tretja skupna veščina pa je, da se premaknejo od resničnosti nazaj k možnosti. Poslovni umetniki na-

mreč vidijo tako lepoto (dolgorčni potencial rasti) kot grdoto (strateški in strukturni tokovi), ki jo večina vlagateljev ponavadi spregleda, vključno z lepoto malih start-up podjetij z visokim tržnim potencialom in nič zgodovine ter grdoto preizkušenih bluechipov, ki jim ne uspeva več slediti času.

Profesorica trdi, da sledenje zgledu umetnikov lahko pomaga poslovnim voditeljem izkoristiti njihov celoten potencial. »Slikarji se praznega platna lotijo z željo po izdelavi nečesa zelo kakovostnega, v poslovnem svetu pa se vse prevečkrat ljudje zadovoljijo s povprečjem. Ne vidim razloga, zakaj umetnikove usmeritve v doseganje najboljšega ne bi mogli uresničiti v poslu. Naj bo ekonomija platno voditeljev.« Seveda umetnost odgovora za poslovna vprašanja ne ponuja na krožniku. Lahko pa vas postavi korak nazaj, da premislite in se spomnite svoje rešitve, ki ponavadi presega doseganje ravnanje, pravi Nancy Adler. Govori tudi o kreativni ekonomiji, kjer bi ljudje združili želje po lepem in ustvarjalnost, ki ima velik tržni potencial za reševanje težav oz. iskanje rešitev, ki so vredne človeka.

Oblikovalsko razmišljanje

Za vodenje v 21. stoletju se je treba vprašati, kako povrniti zmožnosti hrepenenja in predstavljanja sveta, zapolnjenega z lepoto. Stremeti k lepoti pomeni, da si predstavljamo svet brez lakote, zahteva, da se zavzemamo za cvetoče okolje, ne tako, v katerem je onesnaževanje le zmanjšano. Ustvarjanje lepote ne zahteva tradicionalnih menedžerskih tehnik, ampak oblikovalsko razmišljanje in veščine. Zato ni presenetljivo, da se v izobraževanju menedžerjev dogajajo spremembe, pravi Nancy Adler. Tradicionalno so menedžerji dobri pri izbiri tega, kar je na voljo, manj pa pri ustvarjanju novih možnosti.

Zato ne čudi, da se oblikovalske in menedžerske izobraževalne ustanove povezujejo. Ena glavnih nalog izobraževanja, še posebno menedžmenta, je po mnenju Nancy Adler, da pomaga voditeljem pri repozicioniranju. To pomeni, da jim pomaga skočiti višje in razširiti usmerjenost z mikro (individualne) ravni na makro oz. družbeno perspektivo.



Nancy Adler FOTO IEDC