



1900
HIERARCHIE



1950
KRAJINA



1980
KOSTKA



2000
FLEXIBILITA



Pravda o životě v kanceláři?

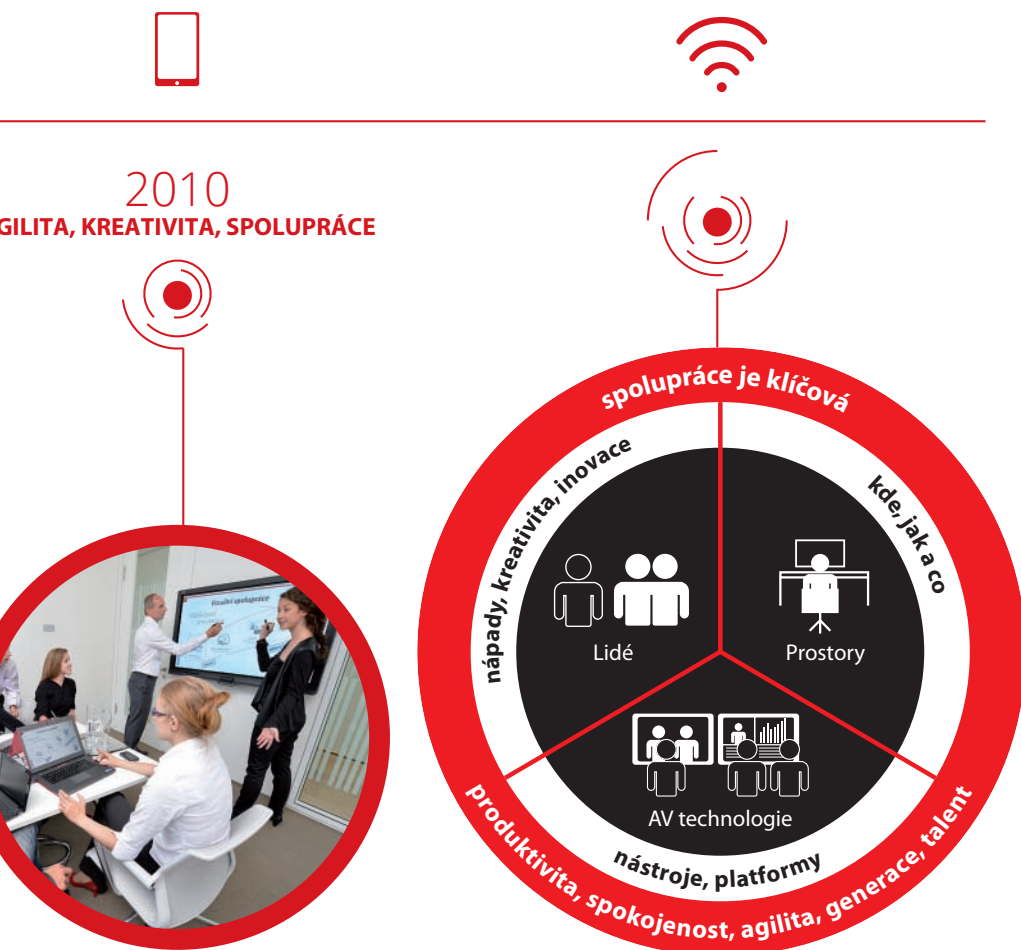
Společnost AV MEDIA se již 25 let zabývá chováním lidí při práci, včetně způsobů, jak co nejlépe podpořit jejich sociální interakce návrhem smysluplných pracovních prostor s audiovizuálními technologiemi. Jsme přesvědčeni, že práce v budoucnu bude více kreativní, v takové podobě se totiž budoucnost již dnes tvoří.

První základy uspořádání kancelářských prostor položil již v éře strojů poháněných parou americký inženýr Frederick Taylor. „V době, kdy se podporovala převážně síla lidských svalů, Taylor se snažil zlepšit průmyslovou efektivitu, byl jedním z rozumových vůdců ‚hnutí efektivit‘. Velký důraz kladl na normování a ergonomii pracovních pohybů, zdokonaloval pracovní procesy, aby dělníci byli co nejvýkonnější,“ otevírá náš rozhovor Jiří Plátek, marketingový manažer, a hned pokračuje v dalším popisu historie kanceláří.

Taylorovy zásady byly publikovány v knize **Principles of Scientific Management** vydané v roce 1911. V nejvyšších patrech továrny pracovali nadřížení, v nižších patrech pak ostatní zaměstnanci. Podle hierarchie obývali pravouhlé pracovní prostory.

Na přelomu padesátých a šedesátých let minulého století přišli v Německu bratři Eberhard a Wolfgang Schnelleovi s konceptem otevřených kanceláří (podobajících se dnešním open space kancelářím), které měly v lidech povzbudit vzájemné propojení. Cílem bylo, aby lidé seděli společně, ne v hierarchickém pracovním prostoru, tedy opak toho, co prosazoval Taylor. Lidé si však v otevřeném prostoru stěžovali na ztrátu soukromí a velký hluk, což leckde trvá i dodnes.

Nadvláda psacího stroje byla kolem roku 1980 nahrazena pevným počítačem a uzavřenou kancelářskou



Ůcitáme se na pokraji technologické revoluce, která zásadně změní způsob života a práce. V takovém měřítku, objemu a komplexnosti, jak to lidstvo doposud nezažilo.



1

kostkou. V kostkách seděli lidé s vlastním počítačem. Z pohledu technologie se jednalo o velkou revoluci. Navržené prostory však určitým způsobem potlačovaly spolupráci. Uspořádání ovlivnilo i způsob vzájemné komunikace. Kolegové, kteří byli od sebe vzdáleni přes uličku, si začali posílat informace po e-mailu a tento návyk si neustále přenášíme.

S příchodem mobilních telefonů se prostory musely přizpůsobit novým, tzv. flexibilním požadavkům. Bellův pevný telefon byl definitivně nahrazen mobilem. Lidé už neměli potřebu pracovat v kanceláři, protože mohli odkudkoli. Flexibilní práce je založena na časovém plánu, nikoli na tom, kde a jak se práce dělá. Místo práce od 9 do 17 lze úkoly splnit v jiném časovém rozmezí. Tato forma naplňuje i aktuální představy o práci v digitálním světě, jak skloubit pracovní a soukromý život.

Dnes jsou ve srovnání s minulostí lidé hodnoceni za myšlení místo vykonávání rutinních úkolů. Firmy si i z tohoto důvodu uvědomují, že správně navržené kancelářské prostory mají spolupracovníky povzbudit, aby měli během práce možnost se soustředit, setkávat se s lidmi z různých oddělení a spolupracovat s nimi. Výsledkem těchto vzájemných sociálních interakcí jsou neotřelé nápady a nové způsoby řešení standardních úkolů. Prostory musejí kreativní práci podporovat. Výše popsané úzce souvisí i s postojem lidí, kulturou a posláním organizace.



2



3

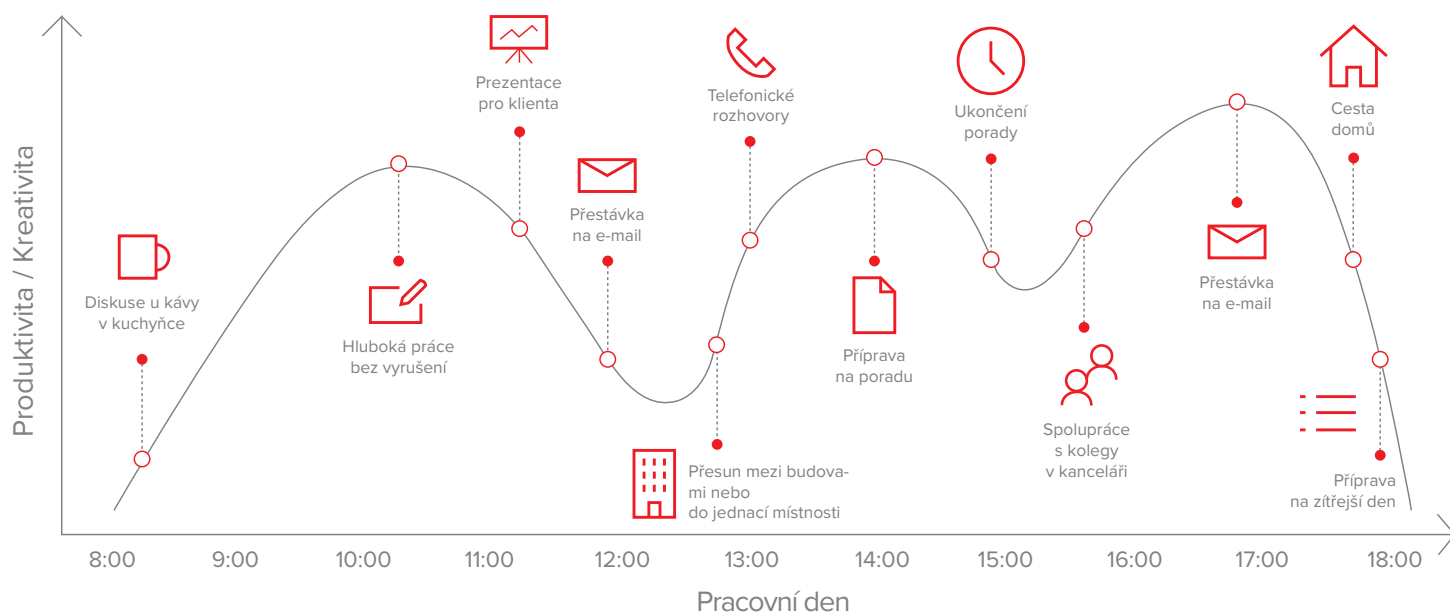


4



5

- 1 Focus room
- 2 Huddle room
- 3 Collaboration room
- 4 Videoconference room
- 5 Board room



MINULOST, SOUČASNOST A BUDOUCNOST

Naši pravěcí předkové stavěli své společenství na tom, v čem je kdo nejlepší a tím pro druhé nejužitečnější. Základem byla velká míra dobrovolnosti, autonomie a zodpovědnosti. Mnohem více se soustředili na sebeřízení a spolupráci. Přeneseno do dnešního světa, v týmu je potřeba se obklopit talenty, specialisty, mistry v daném oboru, aby byla šance dopracovat se nejlepšího výsledku.

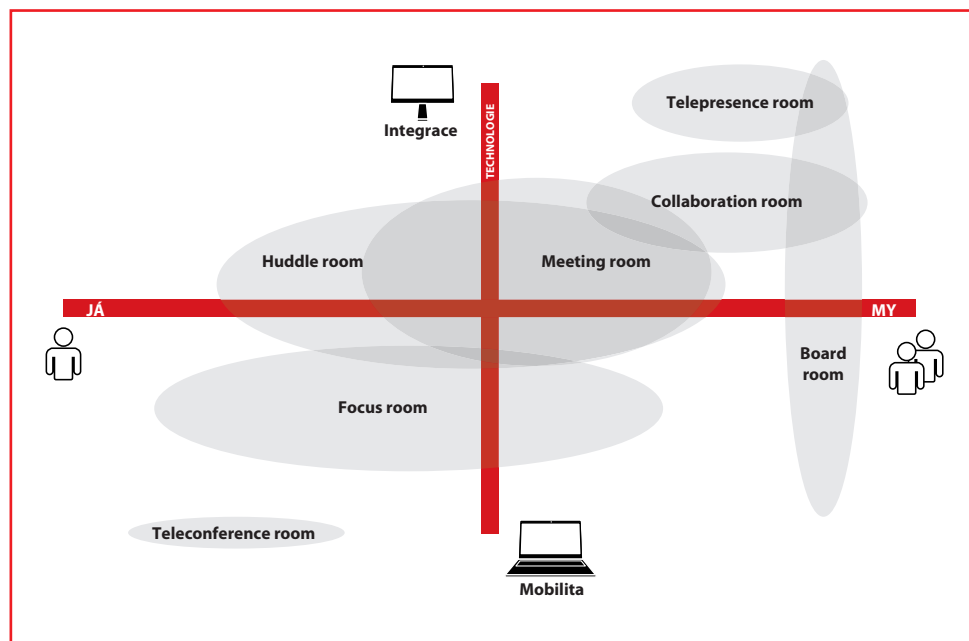
Většina práce, která nám během „čtvrté průmyslové revoluce“ zbude, bude podle renomovaného ekonomy Klause Schwaba vyžadovat hledání nových cest. Kreativita a spolupráce budou zásadními dovednostmi, bez kterých se neobejdeme.

INTERAKCE V DIGITÁLNÍ DOBĚ

„V současné době se organizace soustředí převážně na uspořádání pracovních a společenských prostor: světla, barvy, design nábytku..., což je určitě důležité pro pocity a celkovou atmosféru, ale co téma spolupráce a kreativita?“ poznamenává Jiří Plátek.

Představte si moderně vybavenou místnost, kde všichni sedí a prezentující kliká na snímky v PowerPointu. Není zde něco špatného? Asi se shodneme, že v tomto případě nelze mluvit o zapojení lidí, ale o frontální prezentaci. Kvalita setkání je mimořádně nízká. Po pár minutách se mezi účastníky objevuje nepozornost, nuda a zklamání. Zažili jste něco podobného? Týmy bohužel i za těchto podmínek pokračují v nekonečném projednávání věcí, které by bylo možné vyřešit během pár minut. Jasná komunikace sklouzne z cesty nadbytkem času, který věnujeme popisu myšlenek v podobě série monologů místo dialogu. Chceme-li změnit výkonnost lidí, neobejdeme se bez zcela jiné úrovně, jak mezi sebou lépe komunikovat a spolupracovat.

Možná postačí dodržet následující jednoduché pravidlo **3Z: Zajmout lidi, zapojit je a zefektivnit jejich práci**. Pro opravdové manažery a týmové lídry se



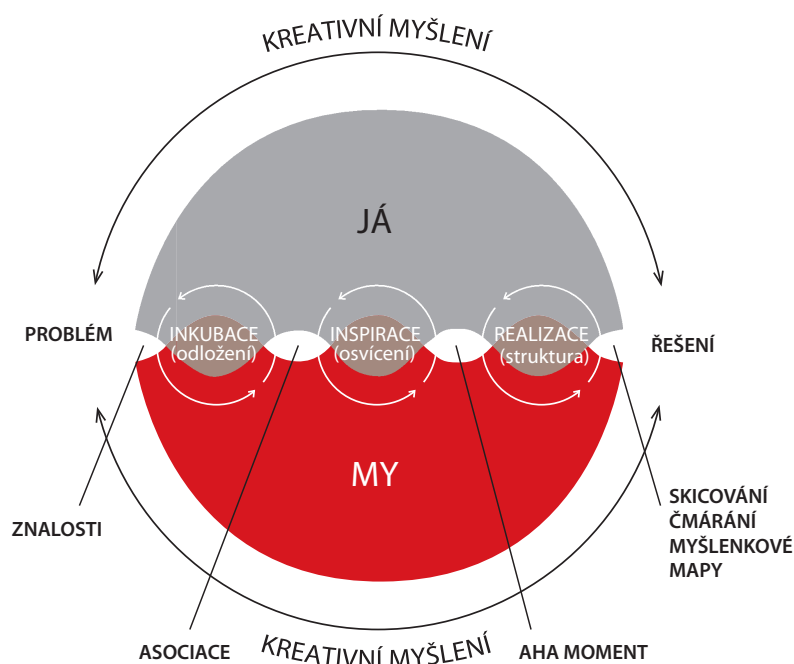
stávají názory spolupracovníků nejcennějším zdrojem informací, které lze proměnit ve skvělé nápady. Chtějí pracovat chytřeji. Ale jak toho dosáhnout?

ČMÁREJTE A SDÍLEJTE

V kancelářském prostředí hraje nezanedbatelnou roli i jednoduché čmárání, podporuje kreativitu a tvořivé myšlení. „Když se vás zeptám, zda umíte kreslit, většinou váhavě odpovíte, že ne. Když se ale zeptám, zdali si občas něco načmáráte, odpověď bude většinou kladná,“ poznamenává Jiří Plátek a doporučuje knihu Mikea Rohdeho **Příručka skečnoutuingu**.

Čmáranice, náčrty, grafy, obrázky či jakékoli vizuální zdroje zpracovává lidský mozek mnohem rychleji. Ptáte se proč? Mozek má za sebou dlouhou historii vytváření tzv. mentálních obrazců, v nichž lidé vstupují do kontaktu s různými předměty i mezi sebou navzájem. „Vizuální procesy se vyvíjely po miliony let,

„Komunikace není o tom, co říkáme. Komunikace je o tom, že ostatní lidé slyší, co máme na mysli.“



takže se jedná o velmi efektivní informační mechanismus," doplňuje souvislosti Jiří Plátek a odkazuje se na knihu **Jak pracuje váš mozek** od autora Davida Rocka.

Jak vám tohle může pomoci? Co děláme při poradách, prezentacích, workshopech, brainstormingu... Ano, sdílíme a tvoříme vizuální obsah. Využívejme proto vizuální obsah smysluplně, a to nejlépe digitálně! **Integrujme do firemních procesů metody jako design thinking, lean management, kaizen, kanban, design sprint, lean thinking, visual thinking...**

KREATIVITA JAKO VÝKONNOST

Místo aby se většina organizací zaměřila na kreativní zázemí, soustředí se na plnění krátkodobých cílů jako produktivita, výkonnost a snižování nákladů. Nicméně již dávno předtím Richard Florida, autor bestselleru **The Rise of the Creative Class**, a další významné osobnosti přeformulovali dnešní chápání kreativity. Ne jako vrozený dar několika jedinců, ale jako základní lidský talent: něco, co k nám neodmyslitelně patří.

Kreativita totiž představuje důležitou dimenzi výkonnosti. Nárůst výkonnosti bude procházet přes schopnosti týmů a celé společnosti. V pracovním prostředí se objevují nové a nové výzvy, stále sílí poznání, že lidský výkon ve značné míře závisí na kvalitě fyzických, kognitivních a emočních pracovních podmínek. Je tedy stále jasnější, že návrh pracovních prostor a vhodně vybraných digitálních technologií může podpořit schopnost každého jedince, jak kreativně přemýšlet a aktivně se zapojovat.

KREATIVNÍ KULTURA

Firemní prostory utvářejí chování lidí a chování lidí v průběhu času ovlivňuje i firemní kulturu. Fyzický prostor má vliv na postoje, chování a míru výkonu, z nichž musejí těžit lidé i organizace. Potřeba kreativity a touha po ní v pracovním prostředí jsou nyní silnější než kdykoli předtím. K naplnění tohoto

naléhavého požadavku potřebují lidé smysluplně navržený prostor a technologie, které podpoří mnoho pracovních činností utvářejících kreativní proces.

Každý z nás má vrozené schopnosti kreativity. Odkrytí těchto schopností v podstatě spočívá v odkrytí lidského potenciálu. Když je kreativita podporována, stane se z ní zvyk. Výsledkem pak může být vyšší růst podnikání pramenící z lidí, kteří objeví prohlubující se vědomí společného cíle a osobního naplnění tím, že pracují kreativně, čímž napomáhají svému podniku k prosperitě.

SPOLUPRACUJME

„V pražském a brněnském showroomu pořádáme inspirativní setkání pro zákazníky, kteří se nespokojí s tradičním pracovním prostředím, chtějí narušit zaběhlý firemní stereotyp a nespokojí se se statem quo. V místnostech, které podporují kreativní chování a potřebu spolupráce (focus room, huddle room, meeting room, collaboration room, videoconferencing room, board room, show room...), představujeme formou individuálního zážitku, jak aktivně využívat audiovizuální technologie. Naše ověřené principy dokazují, že vhodné skloubení prostoru a technologií podpoří kreativitu a spolupráci. Cílem setkání je poukázat i na rychle se měnící svět a požadavky s tím spojené,“ uzavírá Jiří Plátek.

Mají-li být všechny firmy opravdovými firmami, pak by možná všechny kanceláře měly být ateliéry. Pokud je pěstování kreativity cílem podnikání, pak by pracovní prostředí mělo nabízet víc ovzduší pro spolupráci. Kreativní ekonomika potřebuje nezávislé myslící jedince, kteří mají svobodu a schopnost vynalézavě přemýšlet.

Spolupráce může vést k nečekaným nebo jinak nedosažitelným objevům.



- 1 Board room – náhledové zobrazovače a interaktivní displej
- 2 Collaboration room – interaktivní displej
- 3 Meeting room – interaktivní displeje a Skype pro business
- 4 Videoconference room – interaktivní displeje a Skype for business