

**Kia spúšťa kampaň Creativity Drive s cieľom podporiť kreativitu budúcich generácií**

* **Kia Creativity Drive sa inšpiruje štúdiami, ktoré ukazujú ako klesá tvorivosť.**
* **Počas podujatia Kia Hackathon sa spojili kreatívci automobilky Kia, odborníci na vzdelávanie, tvorcovia a novátori, aby pomohli vniesť do spoločnosti pozitívne zmeny.**
* **Riešenie z Hackathonu sa bude zavádzať a testovať v celej Európe s cieľom zlepšiť a overiť získané výsledky.**
* **Pre tím, ktorý vyvíjal model Kia EV6, bolo tvorivé vyjadrenie kľúčové, pričom práve vďaka tvorivosti vznikajú nové myšlienky a koncepty ako Kia EV6.**
* **Kia EV6 je prvý špeciálny batériový elektromobil značky Kia s rozšírenými možnosťami rýchlonabíjania s napätím 800 V a dojazdom 510 kilometrov.**

Automobilka Kia spustila kampaň Creativity Drive s cieľom preskúmať to, čo dáva každému z nás osobitosť: kreativitu. Ide tu však o viac. Creativity Drive je stelesnením ambície spoločnosti Kia podporovať a ochrániť kreativitu pre budúce generácie. V záujme dosiahnutia tohto cieľa sa Kia spojila s poprednými novátormi, tvorcami a pedagógmi, aby preskúmali možnosti ako podporovať kreativitu pri vývoji detí.

Inšpiráciu pre svoju kampaň Creativity Drive čerpá Kia z viacerých nedávnych štúdií, ktoré ukázali, ako klesá kreativita jednotlivca od detstva. Správa, ktorú vypracovali Dr. George Land a Beth Jarmanová v mene organizácie NASA,\* nedávno zdôraznila, že väčšina dospelých vykazuje o 96 % menej tvorivosti než päťročné dieťa. Zdá sa, že spôsob výučby v nás s pribúdajúcim vekom potláča tvorivosť.

V reakcii na toto zistenie Kia nedávno zorganizovala dvojdňové virtuálne podujatie „Kia Hackathon“ s cieľom vyriešiť výzvu, ktorá je dôležitá pre celú spoločnosť: Ako môžeme podnietiť zmenu, aby sa pri vzdelávaní mladých ľudí dostalo tvorivosti rovnakého uznania ako gramotnosti? Na tomto podujatí, ktoré bolo realizované s podporou švédskych odborníkov na transformatívne vzdelávanie z Hyper Island, sa spojili kreatívci zo spoločnosti Kia, odborníci na vzdelávanie a tvorcovia, aby túto výzvu vyriešili.

Účastníci podujatia Kia Hackathon boli rozdelení do troch tímov. V každom tíme bol jeden z troch inovatívnych tvorcov, ktorí posúvajú hranice a využívajú tvorivosť vo svojom každodennom živote: Dr. Merritt Mooreová, americká profesionálna baletka a kvantová fyzička, Lucy McCraeová, sci-fi umelkyňa, filmárka, vynálezkyňa a telesná architektka a napokon Dr. Nelly Ben Hayounová, ocenená návrhárka zážitkov, filmárka, umelkyňa, prednášateľka a výskumníčka. Počas dvoch dní tímy diskutovali, rozoberali a rozvíjali svoje nápady. Potom svoje riešenia prezentovali pred porotou, ktorej predsedal Gregory Guillaume, viceprezident európskeho dizajnérskeho centra značky Kia.

To najsilnejšie spomedzi troch vizionárskych riešení, ktoré tímy predstavili počas podujatia Kia Hackathon, bolo rovnako intuitívne aj geniálne. Vychádza z jednoduchého predpokladu, že naše vzdelávacie systémy sa zameriavajú predovšetkým na to, aby deti naučili poznať správne odpovede na pevne dané otázky. Povzbudzovať deti v tom, aby voľne kládli otázky, je však podľa návrhu tohto tímu oveľa efektívnejší spôsob, ako podporiť kreativitu a riešenie problémov. Tento predpoklad priviedol tím k myšlienke povzbudiť deti pomocou kariet k tomu, aby kládli viac otázok. Kia bude teraz spolupracovať s kreatívnymi partnermi a ďalšími odborníkmi na vývoji a realizácii tejto myšlienky prostredníctvom skúšobných projektov v rámci celej Európy, aby sa zabezpečilo, že pôjde o inšpiratívny a účinný nástroj, ktorý pomôže zvýšiť kreativitu u budúcich generácií.

*„Kia verí v silu inovácie, inšpirácie a kreativity, s čím sa v spoločnosti Kia stretávam dennodenne, keď neustále vytvárame ešte pokrokovejšie a udržateľnejšie riešenia mobility,“* uviedol Jason Jeong, prezident spoločnosti Kia Europe. *„Prostredníctvom kampane Kia Creativity Drive chceme podporiť mladých ľudí na celom svete, aby boli takí kreatívni, ako im to ich myseľ umožňuje. Myslíme si, že na to, aby mohla spoločnosť ďalej napredovať, nestačí, aby tvorivosť prežila, ale musí prekvitať v mysliach budúcich generácií.“*

Kampaň Kia Creativity Drive prichádza krátko po rebrandingu značky Kia, ktorý priniesol nové firemné logo, slogan značky a úplne novú dizajnovú filozofiu – zjednotené protiklady. Cieľom tejto odvážnej transformácie spoločnosti Kia a účelu značky je vybudovať si vedúce postavenie v odvetví mobility v budúcnosti, a to prepracovaním takmer všetkých aspektov podnikania, počnúc značkou a dizajnom až po funkčnosť, technológie, používateľskú skúsenosť a udržateľný výkon.

Technologická tvorivosť zohrávala kľúčovú úlohu pri vývoji modelu Kia EV6, ktorý uviedla Kia na trh ako prvý automobil v rámci novej stratégie značky. Tento štýlový crossover ponúka rozšírené možnosti rýchlonabíjania s napätím 800 V, vďaka čomu sa nabije z 10 na 80 % kapacity už za 18 minút, ako aj potenciálny dojazd vyše 510 kilometrov v reálnych podmienkach. Kia EV6 je prvý špeciálny elektromobil z dielne automobilky Kia, ktorý využíva jej úplne novú globálnu modulárnu platformu pre elektromobily (E-GMP). Do roku 2026 plánuje spoločnosť rozšíriť svoju ponuku elektromobilov o 11 nových plne elektrických modelov – sedem z nich bude postavených na platforme E-GMP a štyri elektromobily budú odvodené od existujúcich modelov. Objednávanie modelu Kia EV6 už bolo spustené, pričom prvé dodávky v rámci Európy sa očakávajú vo štvrtom kvartáli 2021.

- Koniec -

**Poznámka pre redaktorov**

\* Ďalšie informácie o správe, ktorú pripravili Dr. George Land a Beth Jarmanová v mene organizácie NASA, nájdete po [kliknutí sem](https://anewkindofhuman.com/creative-genius-divergent-thinking-test/)