

Креативная лаборатория

Концептуальный проект

(вер. 003, Ив., 11.02.07)

I Резюме

Креативная лаборатория – это центр, **продуктом** которой являются:

- креативные идеи,
- пилотные и экспериментальные проекты,
- методики, техники и тренинги повышения креативности и креативных прорывов,
- информационные поводы,
- репутация бренда,
- увеличение креативного потенциала гостей и участников лаб.,
- улучшение эмоционального и физического состояния гостей и участников лаб.,
- team-building.

Лаборатория организована как полунезависимое подразделение под патронажем компании - Спонсора и территориально расположено в месте - аттракторе (например Индия-ГОО).

Деятельность и выходные продукты лаборатории организует и координирует креативная группа из 2-4 человек. Кураторство деятельности лаборатории осуществляет одно из первых лиц организации – Спонсора. Работа ведется по проектному принципу, в зависимости от решаемых задач для участия в проектах приглашаются внешние креаторы (и/или эксперты) и сотрудники компании Спонсора.

II Предметные области, методики и формы работы лаборатории

Основные **предметные области**, над которыми работает лаборатория:

- интернет и интернет-технологии,
- реклама и брендинг,
- техники креативности и самосовершенствования,
- современное искусство.

Особый упор делается на пограничные области/людей/идеи/проекты, на использование креативного потенциала одной предметной области в другой с целью синтеза и получения **эффекта синергии** в производстве продуктов лаборатории.

Используемые **техники и методики**:

- интеллектуальные техники и методики
 - лудизация¹,
 - мозговые штурмы,
 - ОДИ² и др.

¹ Лудизация - уникальная техника разработанная в 90-х годах XX века. В процессе лудизации окружающая реальность размывается, становится неотличимой от игры, сна, дискурса. Лудизация делает реальный мир воображаемым, а воображаемые миры – реальными. Практика лудизации освобождает и раскрепощает воображение, необходимое для творческой работы. Также может эффективно использоваться для генерирования пула решений для задач любой сложности.

- техники иррационального прорыва
 - техники динамических медитаций³,
 - релаксирующие техники,
 - энергетические техники⁴
- психологические техники
 - психологические тренинги,
- другие техники
 - ролевые игры,
 - путешествия⁵,
 - практики создания предметов современного искусства.

Организационные **формы** производства продуктов:

- тренинги (креативные штурмы, замаскированные под тренинги),
- путешествия (креативные штурмы, замаскированные под путешествия),
- игры (...),
- семинары и круглые столы (...),
- лекции (...),
- выставки.

III Современное искусство как составляющая работы Лаборатории

Работа в области современного искусства крайне важна для успеха Лаборатории.

Современное искусство имеет сильное сущностное сходство с интернет-технологиями (и вообще любыми инновационными технологиями), рекламой и брендингом. Их объединяет задача **постоянного производства нового** (как кардинально нового, так и нового через архитектурную инновацию).

Современное искусство находится на переднем крае гуманитарных технологий, особенно брендинга. Современное искусство - есть лаборатория, которая экспериментирует со способами привлечения внимания. Вниманию нужно новое, поэтому мастера современного искусства в своих проектах стремятся каждый раз поразить, удивить, вывести за пределы существующего, предложить новое видение мира и новое понимание искусства.

При этом полная свобода в использовании средств накладывается на обязательный «сильный», прорывной результат/впечатление - «В рамках современного искусства допустимо все, но за это оно должно «вставлять!» .

² ОДИ – организационно-деятельностные игры (методология разработана П.Г. Щедровицким и др.)

³ Медитация – это состояние прекращения внутреннего диалога на фоне кристально чистой осознанности. Под «медитацией» также часто понимают и сами техники достижения этого состояния. Медитативные техники позволяют совершать иррациональные прорывы (когда решение приходит из «неоткуда») и повышают интеллектуальную (рациональную) креативность и работоспособность за счет полной интеллектуальной и эмоциональной релаксации. Динамические медитации позволяют быстро и без специальной подготовки совершать эмоциональные и интеллектуальные «перезагрузки».

⁴ Имеются ввиду практики ци-гун, йога и др.

⁵ Креативное путешествие позволяет моделировать и усиливать творческий процесс через физическое перемещение. Путешествию можно задавать любую тему, и эта тема, как в музыкальной композиции, будет варьироваться за счёт событий, ситуаций и впечатлений путешествия. Креативное путешествие – свободная импровизация на заданную тему. Эта свобода, задаваемая уникальными и неповторимыми обстоятельствами путешествия, делает уникальным и неповторимым создаваемый продукт.

Современное искусство – квинтэссенция и фронтир креативности.

Помимо этого пристальное внимание к с.и. мировой прессы – это уникальный инструмент для **создания и укрепления репутации бренда и создания информационных поводов.**

IV Связь расположения Лаборатории и мотивации к участию в её работе

Решающей составляющей эффективности работы Л. (наряду с организационной составляющей и используемыми техниками) является интеллектуальный и креативный потенциал участников проектов. Размещение лаборатории в месте, которое являлось бы сильным аттрактором – один из мощнейших механизмов для задания начальной мотивации включится в работу Л. сотрудников компании – Спонсора и внешних креаторов. **ГОА – является одним из таких мест-аттракторов.**

Дополнительными преимуществами территориального размещения Л. вне компании – Спонсора является возможность «смены фокуса» взгляда на бизнес-задачи, креативные решения которых вырабатываются в Л, всеми участниками рабочего процесса.

V Тренинг как одна из форм получения продукта

В лаборатории одновременно ведутся проекты как косвенно относящиеся к интернет-бизнесу Спонсора, так и **направленные на выработку идей и решение конкретных его задач.**

Одна из форм решения конкретных задач – организация креативного тренинга, в котором принимают участие сотрудники Спонсора. В этом случае перед Л. стоят две основные задачи и одна дополнительная.

Основные задачи:

- совершить прорыв в заданной области (креатив),
- создать ощущение вовлеченности и сопричастности к новой идеи у будущих исполнителей (сотрудников С., которые будут непосредственно реализовывать проект).

Второстепенная задача - развитие креативности и team-building у сотрудников компании – Спонсора.

VI Лаборатория как инструмент HR

Креативная лаборатория позволяет решать также и HR-задачи Спонсора:

- развитие творческого и креативного потенциала сотрудников,
- интенсивная рекреация персонала (на физическом и эмоциональном плане),
- team-building и развитие корпоративной культуры,
- увеличение лояльности сотрудников,
- создание компании имиджа передовой, нестандартной, интересной и креативной в глазах потенциальных работников (креативного класса), и как следствие - повышение привлекательности компании как работодателя.

VII Выгоды от владения лабораторией

Создание Креативной лаборатории нацелено на **решение следующих задач** компании – Спонсора:

- ✓ получение конкурентных преимуществ в области интернет-сервисов,
- ✓ развитие бренда компании,
- ✓ разработка креативных рекламных кампаний,
- ✓ создание информационных поводов,
- ✓ повышения креативности сотрудников,
- ✓ повышение работоспособности и эмоциональной устойчивости сотрудников,
- ✓ team-building,
- ✓ привлечение к работе в компании лучших креативных специалистов в условиях жесткого кадрового дефицита на рынке.