



PRVA IZDAJA

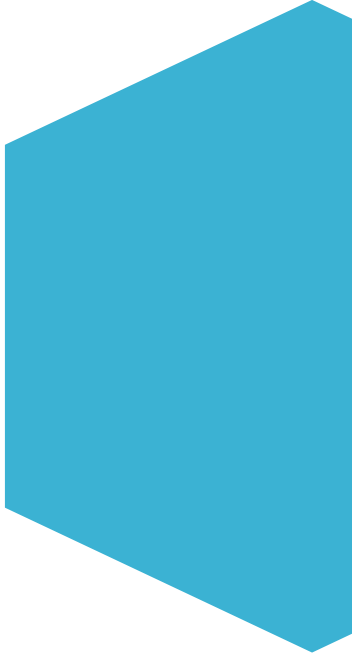
**OBLIKOVALSKO
RAZMIŠLJANJE
ZA
KNJIŽNICE**

**KOMPLET ORODIJ ZA UPORABNIŠKO
USMERJENO OBLIKOVANJE**



IDEO

WWW.DESIGNTHINKINGFORLIBRARIES.COM



KAZALO

Vsebine

POGLAVJE 1
PA ZAČNIMO! *str. 3*

POGLAVJE 2
INSPIRACIJA *str. 25*

POGLAVJE 3
IDEACIJA *str. 49*

POGLAVJE 4
ITERACIJA *str. 79*

POGLAVJE 5
IZVEDBA V VEČJEM OBSEGU *str. 102*

GLOSAR *str. 117*

DODATEK *str. 121*



POGLAVJE

1

PA ZAČNIMO!

Dobrodošli v kompletu orodij za oblikovalsko razmišljanje v knjižnicah.

To uvodno poglavje vas bo usmerilo v oblikovalsko razmišljanje in vam pokazalo, kako uporabiti komplet orodij v primeru svoje knjižnice. Veseli nas, da se želite naučiti, kako ustvariti boljše rešitve za svoje uporabnike in skupnost!

PA ZAČNIMO!

TO ORODJE JE NAMENJENO VAM

TO ORODJE VAM LAHKO POMAGA USTVARITI REŠITVE ZA VSAKODNEVNE IZZIVE

Čeprav knjižnice obstajajo že stoletja, še nikoli ni bilo tako primerne trenutka za razmislek o prihodnosti knjižnic. V mnogih skupnostih po vsem svetu so splošne knjižnice še vedno edini kraj, kjer ima lahko vsaka oseba ne glede na stopnjo izobrazbe in veščin dostop do informacij. Knjižnice so že dolgo ukoreninjene v razvoj mest, skupnosti in ekonomije znanja. Kot pravi Andrew Carnegie »knjižnica prekaša katerokoli drugo stvar, ki jo skupnost lahko naredi v korist svojih ljudi. To je izvir v puščavi, ki nikoli ne usahne.«

Ne glede na njihovo pomembnost so mnoge knjižnice še vedno premalo izkoriščene in imajo omejene proračune in vire. Izzivi, s katerimi se soočajo knjižničarji, so resnični, zapleteni in raznoliki. Glede na hitro razvijajočo se informacijsko krajino potrebujejo knjižničarji nove odgovore, ki zahtevajo nove perspektive, orodja in pristope. Zaradi jasnosti se bomo v celotnem kompletu orodij obračali h knjižničarjem, vendar v resnici vemo, da bi pri vsakdanjem delu vsakomur v knjižničnem okolju koristila uporaba oblikovalskega razmišljanja.

Pomembno je omeniti, da so nekatere knjižnice že prilagodile svoj pristop in perspektivo potrebam 21. stoletja. Knjižnice na primer nenehno preoblikujejo svoj namen in ponudbo, ki temeljita na knjižnici kot središču državljanskih storitev, prostoru za sodelo in platformo za eksperimentiranje. Upamo, da bomo v prihodnosti videli več te raznolike uporabe. Danes imate vsi priložnost postati ambasadorji sprememb.

OBLIKOVALSKO RAZMIŠLJANJE JE EN OD TEH PRISTOPOV

Ta komplet orodij smo ustvarili zato, da bi predstavili način dela, ki vam bo, kot še nikoli doslej, preko razumevanja potreb vaših uporabnikov in vključevanja vaših skupnosti pomagal krepiti knjižnico s pomočjo metode, ki smo jo poimenovali oblikovalsko razmišljanje. Mnoge druge panoge, zlasti podjetništvo in izobraževanje, že desetletja uporabljajo ta k ljudem usmerjeni pristop za reševanje problemov. V naboru orodij smo prilagodili metode za knjižnično okolje; naučili se boste korakov za razvoj boljših storitev, orodij in izkušenj za svoje uporabnike.

PA ZAČNIMO!

KLIC K DEJANJEM

Kot knjižničarju ali članu knjižničnega osebja je vaše poslanstvo prispevati k izboljšanju družbe tako, da se olajša dostop do znanja. S tem mora začeti že skupnost sama. Da bi neprekinjeno razvijali in izboljševali ponudbo knjižnice, boste morali imeti poglobljeno razumevanje potreb svoje skupnosti, svojih uporabnikov in tudi neuporabnikov. Nihče teh skupnosti ne pozna bolje kot vi, knjižničarji, ki jim služite.

Vemo, da so vaši dnevi pogosto zelo zasedeni in zahteve do knjižničnega sistema zelo visoke, vendar je to še razlog več za uporabo novih načinov razmišljanja pri vsakodnevem delu. Tu se lahko vprašate: »Kaj pa pomanjkanje finančnih sredstev in drugih virov?« in vaš odgovor na to naj začne preusmerjati razmišljanja od tega, česar nimate, k temu, kar imate. Uporabna in takojšnja sprememba je povsem mogoča znotraj že obstoječih omejitev in niso vse inovacije povsem nove. Obstaja rek, ki pravi, da »ustvarjalnost ljubi omejitve«, zato bodite odprti in naj vas ta pristop navdihne za iskanje novih pogledov na vaše delo. Upamo, da sprejemate naše povabilo.

KDO SMO?

Smo IDEO, globalno svetovalno podjetje za oblikovanje in inovacije, ki sodeluje z različnimi podjetji, od zagonskih podjetij in neprofitnih organizacij do multinacionalnih korporacij. Znani smo kot podjetje, ki je zasnovalo prvo Applovo miško in prvi prenosni računalnik. Danes uporabljamo oblikovalsko razmišljanje za reševanje široke palete problemov, kot sta izboljšanje sanitarnih razmer v Gani in preoblikovanje samopostrežni restavracij v javnih šolah v San Franciscu.

Morda se sprašujete: »Kaj pa ti vedo o knjižnicah in kako se lahko postavijo v naš položaj?«. Kot svetovalno podjetje stalno delamo s strankami pri vprašanjih, kjer nismo strokovnjaki. Poglobimo se v težave in stranki potem ponudimo nov pogled, da se lahko spopademo z širšo sliko problema. Čeprav se morda sami ne vidite kot »oblikovalci«, vedite, da vaš sveži pogled lahko dejansko deluje v vašo korist. Za uporabo metod oblikovalskega razmišljanja ni treba biti strokovnjak načrtovalec in oblikovalec.

Zahvaljujoč Billu in Melindi Gates, ki financirata program Globalnih knjižnic, smo leto dni tesno sodelovali s knjižničarji pri razvoju tega kompleta orodij za oblikovalsko razmišljanje. Sodelovali smo s Splošno knjižnico v Chicagu v Združenih državah in Splošno knjižnico Aarhus na Danskem. Opazovali smo več kot štirideset knjižničarjev v desetih državah in nato združili svoja spoznanja. Radi bi se zahvalili še naslednjim organizacijam za njihovo podporo pri izdelavi tega kompleta orodij:

- Bucharest Metropolitan Library
- READ Nepal
- Jamaica Library Service
- Vinnytsia Regional Universal Research Library
- Beyond Access, IREX

Dobili smo imenitne vpoglede v nekatere od izzivov, s katerimi se srečujete vsakodnevno, a vemo, da jih je še mnogo, ki jih mi še ne poznamo. Zato pozdravljamo vaše odzive, povratne informacije, vprašanja in zgodbe, da bomo ta orodja lahko še naprej izboljševali. Pridružite se seznamu knjižnic, ki so pionirji v tem pristopu, in delite svoje izkušnje: hello@designthinkingforlibraries.com. Sedaj pa začnimo!

“

Spremenil sem svoje razmišljanje o programu knjižnega kluba v naši podružnici. Nihče se ni prikazal! Iz mnogih pogovorov z uporabniki sem spoznal, da knjižnica morda ni najboljši kraj za klubska srečanja. Odločil sem se za verzijo kluba kot prototip na mestu, kjer se ljudje naravno družijo: v kavarni na koncu ulice. Ta pristop nagovarja uporabnike in preizkuša nekaj novega.

Jeremy Kitchen, knjižničar v podružnici Bridgeport Splošne knjižnice Chicago, ki razmišlja o uporabi oblikovalskega razmišljanja.

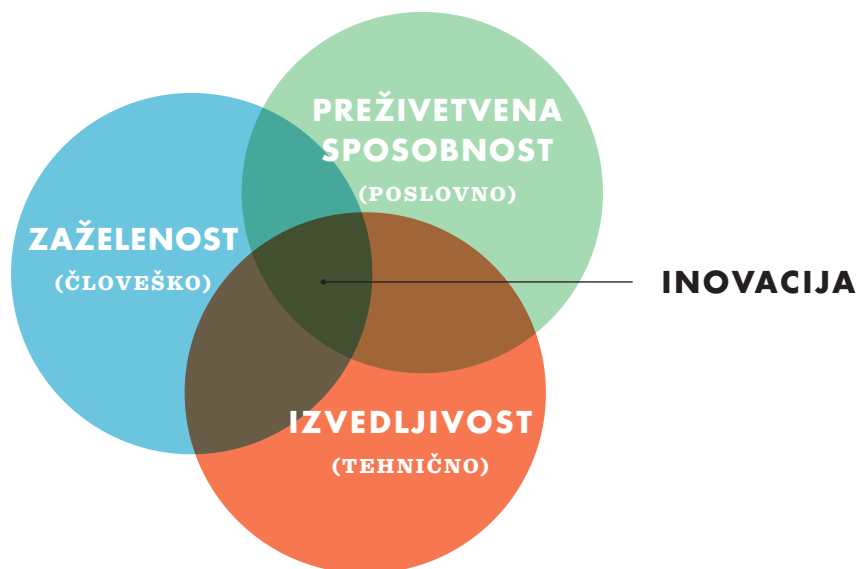
”

PA ZAČNIMO!

Kaj je oblikovalsko razmišljanje?

OBlikovalsko razmišljanje je pristop in miselnost hkrati

Oblikovalsko razmišljanje je ustvarjalni pristop ali niz korakov, ki vam bodo pomagali oblikovati smiselne rešitve za vašo knjižnico. Če o tem razmišljate kot o Vennovem diagramu, je oblikovalsko razmišljanje na presečišču treh dejavnikov: zaželenosti, izvedljivosti in preživetvene sposobnosti. Z drugimi besedami, ko je rešitev zaželeno, je finančno vzdržna in tehnološko izvedljiva, se inovacije zgodijo tam, kjer se ti dejavniki prekrivajo.



Čeprav je na prvi pogled morda videti zastrašujoče, je oblikovalsko razmišljanje pravzaprav globoko empatičen in intuitiven proces, ki se dotakne sposobnosti, ki jih že imamo v sebi, a jih pogosto spregledamo. Z drugimi besedami, za uporabo ustvarjalnih orodij pri reševanju problemov vam ni treba biti oblikovalec. Prav nasprotno, oblikovalsko razmišljanje se opira na našo intuitivnost, prepoznavanje vzorcev, ustvarjanje novih idej, ki zvenijo čustveno in razumsko, ter našo izraznost skozi celotno aktivnost. Proces oblikovalskega razmišljanja se začne z ocenjevanjem potreb ljudi, zato gre z roko v roki z metodologijo, ki ji pravimo »k človeku usmerjeno oblikovanje«.

Oblikovalsko razmišljanje je tudi vrsta miselnosti, ker začenjate svet gledati kot oblikovalec, četudi to niste. Razmišljati kot oblikovalec ne pomeni znati risati, ampak ob nejasnostih sprejeti neznano in biti ustvarjalen. Sprejeti oblikovalsko miselnost vam omogoča videti probleme kot priložnosti in vam daje samozavest, da začnete ustvarjati transformativne rešitve. Zavedamo se, da je ta pristop morda drugačen od našega običajnega načina dela in da je dejstvo, da ne poznamo končnega rezultata, lahko strašljivo, vendar ne pozabite, da je pomembno zaupati procesu.

PA ZAČNIMO: KAJ JE OBLIKOVALSKO RAZMIŠLJANJE?

PRIMER 1

Navajamo primer, ki prikazuje vrednost in koristnost oblikovalskega razmišljanja. Sledi odlomek iz knjige z naslovom *Creative Confidence*, ki sta jo napisala ustanovitelja podjetja IDEO Tom in David Kelley:

Ena mojih najljubših zgodb o ustvarjalni samozavesti je zgodba Douga Dietza, oblikovalca pri GE Healthcare. Nedavno je zaključil projekt na povsem novi, čudoviti napravi za MRI. Nekega dne, ko je v bolnišnici v živo opazoval svojo napravo, je srečal mlado pacientko, ki se je s svojimi starši namenila v sobo za slikanje. Bila je očitno prestrašena, po licih so ji polzele solze. Ob pogledu na deklico je MRI tehnik takoj poklical anesteziista.

Ta trenutek je za vedno spremenil njegov pogled, vedel je, da mora nekaj spremeniti. Vpisal se je na tečaj v šolo Stanford d.school in se naučil, kako pristopiti k izzivu z vidika oblikovanja, usmerjenega k človeku, ki mu bo končno pomagal narediti napravo za MRI, ki bo manj zastrašujoča za otroke. Doug je vedel, da ne bo mogoče zagotoviti zadostnih sredstev za preoblikovanje naprave za MRI od samega začetka, zato se je raje osredotočil na izkušnjo. On in njegova ekipa so napravo za MRI spremenili v otroško pustolovsko zgodbo s pacientom v glavni vlogi. Nalepili so pisane nalepke na zunanji strani naprave in na vse površine sobe, prekrili so opremo, tla, strop in stene. Pripravili so tudi navodila za tehnika, kako voditi svoje paciente skozi to pustolovščino.

Nekateri prototipi vključujejo gusarsko ladjo – kapitanovo krmilo, ki obdaja odprtino komore, je napravilo okolje manj klavstrofobično, pacient pa na koncu pobere nagrado iz gusarske skrinje zakladov. S temi novimi oblikami se je število bolnikov, ki bi sicer potrebovali sedacijo, dramatično zmanjšalo. Pacienti so bili srečnejši. Bolnišnice so bile srečnejše. Njegov največji dosežek je vsekakor bil, ko je nekoč po slikanju majhna deklica svojo mamo vprašala: »Se lahko jutri vrneva?«

K problemu pristopite z ustvarjalno miselnostjo, kot je to napravil Doug, in mnoge nove priložnosti se kar same predstavijo.

PRIMER 2

Tukaj je še en primer oblikovalskega razmišljanja s področja izobraževanja z odlomkom iz enega naših odprtokodnih orodij *Design Thinking for Educators*.

Michael Schurr, učitelj drugega razreda v New Yorku, je ugotovil, da svojih učencev ni nikoli vprašal, kako bi jim lahko bilo v razredu udobneje. Preživel je dolge ure z zbiranjem vsebin za oglasne deske v svoji učilnici, a učenci pri tem niso sodelovali.

Pripravil je projekt oblikovalskega razmišljanja z naslednjim oblikovalskim izzivom: Kako bi bila lahko oblikovana moja učilnica, da bi bolje ustrezala potrebam učencev? Odločil se je za neposreden pogovor z učenci z namenom, da si sami zamislijo najboljše oblikovanje svojega okolja.

Med pogovorom z njimi je ugotovil, da učenci oglasnih desk sploh ne vidijo.

Glede na njihove odgovore mu je uspelo preoblikovati učilnico, ki bo bolj sledila potrebam in željam učencev. Znižal je oglasne deske, da so učenci dejansko lahko videli vsebine, in ustvaril manjše udobnejše zasebne kotičke za učenje. Po teh majhnih prilagoditvah se učenci bolj vključujejo in se bolj tekoče gibljejo po prostoru. Zdaj Michael dosledno vključuje učence, da mu pomagajo pri učinkovitem oblikovanju svojih lastnih učnih izkušenj. Oblikovanje uporablja tako, da gleda učilnico skozi oči svojih učencev.



Primer 1



Primer 2

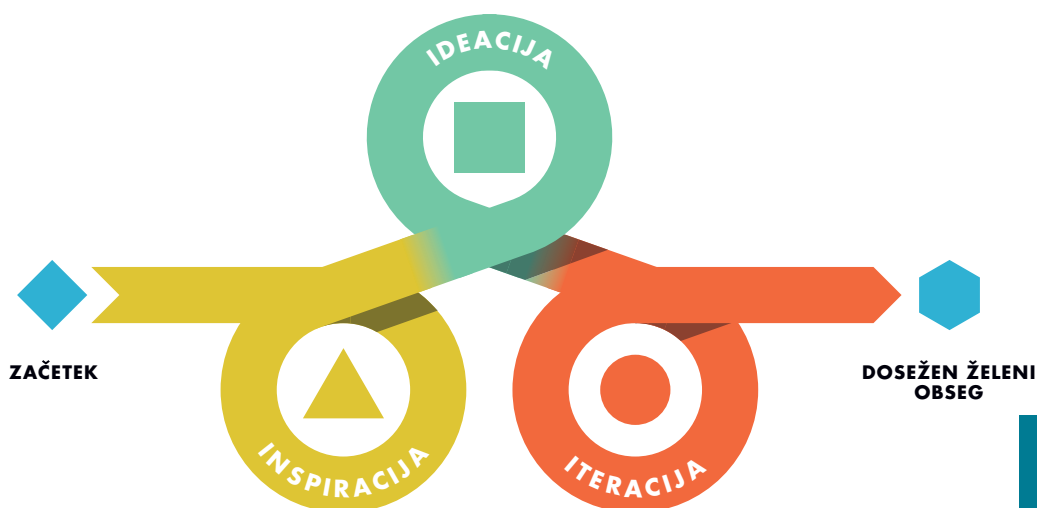
PA ZAČNIMO!

Proces oblikovalskega razmišljanja

Proces oblikovalskega razmišljanja si je najbolje zamisliti kot sistem postopnega prekrivanja in ne kot zaporedje urejenih korakov. Obstajajo tri faze, ki si jih treba zapomniti: inspiracija, ideacija in iteracija. Ko enkrat idejo spremenite v trajnostno ponudbo, lahko rečemo, da ste »dosegli želeni obseg«, kar pomeni, da ima vaša ideja širši vpliv in večjo moč učinka na organizacijske in celo sistemske spremembe. Ob prebiranju teh poglavij boste s spoznavanjem posebnih projektov, ki jih je IDEO zaključil v preteklih letih, globlje razumeli vsako posamezno fazo oblikovalskega razmišljanja.

Ko se boste pomikali skozi te faze, je še dodatno pomembno vedeti, da ta proces ni linearen, izmenjujejo se konvergentno in divergentno razmišljanje, abstraktno in konkretno. Ko pri spoznavanju in učenju postopka pričnete uporabljati komplet orodij, boste verjetno napredovali skozi te faze v njihovem zaporedju, ko pa boste postali izkušenejši v oblikovalskem razmišljanju, boste ugotovili, da ste se sposobni premikati med fazami in krožiti po njih z večjo lahkoto in samozavestjo.

PROCES OBLIKOVALSKEGA RAZMIŠLJANJA



PA ZAČNIMO: PROCES OBLIKOVALSKEGA RAZMIŠLJANJA

INSPIRACIJA

je opredelitev oblikovalskega izziva in odkrivanje novi pogledov na priložnost.

Imam izziv.

Kako se ga lotim?

IDEACIJA

je ustvarjanje idej in njihovo udejanjenje.

Nekaj sem se naučil.

Kako razlagam to znanje in kako izražam svoje ideje?

ITERACIJA

je nenehno eksperimentiranje, ki temelji na uporabnikovi povratni informaciji.

Imam prototip.

Kako ga preizkusim z uporabniki in kako ga izpopolnim?

PRISTOP JE ...

USMERJEN K UPORABNIKU

Začne in konča se z uporabnikovimi potrebami (v nasprotju s potrebami knjižnice). Knjižnica kot organizacija bo sledila, če boste postavili uporabnika na prvo mesto.

OSNOVAN NA UČENJU Z DELOM

Gre za to, da zapustite svojo pisalno mizo, pridobite sodelavce, stopite iz svojega območja udobja in si umažete roke.

PREIZKUS

Gre za nelinearen proces, ki zahteva prilagodljivost in željo po nenehnem razvoju.

MISELNOST JE ...

SVEŽE NAIVNA

Gre za pogled na svet s svežimi očmi in začetniškim umom ter voljo naučiti se nekaj novega o knjižnici, ki jo dobro poznate.

USTVARJALNO SAMOZAVESTNA

Gre za izgubo strahu pred neuspehom in kritiko, dobro počutje, čeprav ne poznate »pravega« odgovora, in za to, da vidite tudi lepoto v nepopolnosti in nedokončanosti.

OPTIMISTIČNA

To je prepričanje, da so težave res samo priložnosti v preobleki in da lahko le nekaj ljudi, ki delujejo skupaj na nov način, spremeni prihodnost na bolje.

PA ZAČNIMO!

Opomba o jeziku

Izrazoslovje, ki se uporablja za opis procesa oblikovalskega razmišljanja, se lahko zelo razlikuje. Pravzaprav niti izraza »usmerjeno k človeku« in »oblikovalsko razmišljanje« nista splošno in v enaki obliki razširjena med svojimi praktiki. Za namene tega kompeta orodij postavljamo k človeku usmerjeno oblikovalsko razmišljanje kot filozofijo in tukaj opisani izvor metodologije, medtem ko se oblikovalsko razmišljanje nanaša na dobesedno prakso pristopa in miselnosti.

Ko boste raziskovali druge vire v tem dokumentu, boste opazili več različnih opisov za vsako od faz oblikovalskega procesa, vendar vsi govorijo o istem splošnem procesu, čeprav so morda razčlenjeni v različne razdelke z nekoliko drugačnimi naslovi.

NADOMESTNI IZRAZI

 INSPIRACIJA Odkritje Odkriti Slišati Interpretirati Poudariti Opredeliti	 IDEACIJA Zamisliti Ustvariti Ustvariti prototip	 ITERACIJA Implementacija Eksperimentiranje Dostava Razvoj Testiranje
---	--	---

Da bi ta komplet orodij postal čim bolj razumljiv, smo zelo skrbno razjasnili svoje izraze. Čeprav je veliko izrazov, ki jih uporabljamo v oblikovalskem procesu, postalo čisto običajnih v mnogih okoljih, se zavedamo, da je še veliko knjižničnih okolij, ki še niso bila izpostavljena izrazom, ki jih uporabljamo. Zaradi tega smo vam na koncu tega kompleta pripravili glosar definicij (str. 117).



**VAS ZANIMAJO DRUGI
IZRAZI V TEM KOMPLETU
ORODIJ?
OBIŠČITE NAŠ GLOSAR:**

stran 117

PA ZAČNIMO!

Kako je proces videti v živo?

Oblikovalsko razmišljujoča ekipa štirih otroških knjižničarjev in enega vodje podružnice se je zbrala v Splošni knjižnici Chicago (CPL), da bi razmišljala o otrocih in konceptu igre. Navdihnjeni s skupnim prepričanjem, da je igra sestavni del otroškega razvoja, so si zastavili vprašanje: Kako bi lahko v knjižnici igro vključili v osnovne storitve za otroke?

INSPIRACIJA

Ekipa je navdih črpala iz intervjujev in opazovanj v Otroškem muzeju Chicago, Otroškem muzeju Bronzeville, Exploratoriumu in drugih knjižnicah. Anketirali so strokovnjake na temo igre, med njimi tudi dva knjižničarja, ki sta imela nasprotni mnenji – eden je zagovarjal igro, drugi je bil skeptičen do njenega pomena. Ti intervjuji so ekipo seznanili z različnimi pogledi na igro v knjižnici, obsegom podpore ter izzivi, s katerimi bi se lahko srečevali v svojem oblikovalskem projektu. Za konec je ekipa intervjuvala še tri družine, da bi razumeli, kako družine kot skupnost uporabljajo knjižnico in kako se knjižnica prilagaja njihovem življenju.



Fotografija je bila posneta med intervjujem s sorojencema. Ekipa je otroka prosila za sodelovanje v pripravi lepljenke, s katero sta lahko bolje izrazila svoje želje in potrebe v knjižničnem prostoru.

PA ZAČNIMO! KAKO JE VIDETI PROCES V ŽIVO?

IDEACIJA

Z uporabo raziskovalnega navdiha je ekipa pričela porajati ideje. V nizu sestankov so medsebojno delili zgodbe iz svojih izkušenj, sestavljali vzorce ter oblikovali več pogledov, ki bodo vodili njihovo oblikovanje. Tukaj so štiri njihove ugotovitve:

- Knjižnice dojemamo kot tretji varni prostor med šolo in domom, torej je tam več možnosti za eksperimentiranje s ponudbami.
- Knjižnice bi morale biti del raziskovalnega procesa v otrokovem življenju.
- Starši in knjižničarji so nagnjeni k želji po nadzoru igre ali njenih elementov, zato bi novi programi morali uravnotežiti potrebo po nadzoru s potrebo po prilagodljivosti, ki je neločljivo povezana z igralnimi dejavnostmi.
- Starši šoloobveznih otrok si želijo ločitve med igro in učenjem.

Ekipa je z viharjenjem možganov na hitro razpravljala o tem, kako svoje dožemanje spremeniti v uporabne zamisli in prototipe. V samo petih urah je ekipa uporabila nekaj osnovnega materiala (večinoma penaste plošče in igrače) in za otroke ustvarila novo vrsto koticov, kjer bi lahko drug drugemu pripovedovali zgodbe. Otroci bi lahko skozi igro uporabljali rekvizite in pripomočke za risanje in se naučili po pripovedni strukturi zgraditi zgodbo z začetkom, sredino in zaključkom. Da bi ideja postala oprijemljiva, je osebje knjižnice izdelalo prototip zasnove v fizični obliki. Njegov prototip vključuje več elementov za izvedbo pripovedovanja, vključno z ozadjem za nastop (izdelano iz penastih plošč z video projekcijo), preprostimi kostumi in ročno izdelanimi lutkami.



Fotografije prikazujejo prototip, ki ga je ustvarila ekipa med obstoječimi knjižničnimi policami z materiali, ki so bili pri roki: lutke, konstrukcijski papir, projektor in prenosni računalnik.

PA ZAČNIMO: KAKO JE VIDETI PROCES V ŽIVO?

ITERACIJA

Prvi prototip ekipe je bilo okno v knjižnici, namenjeno interaktivnemu pripovedovanju zgodb v Kitajski četrti v Chicagu. Da bi otroci lahko izvedli prizore, je ekipa na oder postavila ozadje s pravljičnimi knjigami, poskrbela za kostume in različne rekvizite. Poleg tega so ob oknu ustvarili še središče za pisanje zgodb z magnetno tablo in za dodajanje podrobnosti na oder. Njihov cilj je bil vključiti otroke v ustvarjanje in igranje zgodb, zato je bilo namenoma treba le malo pomoči ali sodelovanja knjižničarjev, saj je, podobno kot v drugih podružnicah v sistemu, imela podružnica v Kitajski četrti le malo osebja. Medtem ko je mini pilot še potekal, je ekipa že zbirala povratne informacije tako od staršev kot od otrok in izvajala opazovanja. Skupini otrok iz vrtca, ki je bila na obisku, je bil všeč odprt prostor za izmenjavo knjig, nekaterim otrokom so bili všeč kostumi, a so jih le redki povezovali z zgodbo. Ideje so bile privlačne predvsem za mlajše občinstvo.

Ekipa se je iz mini pilota naučila dveh pomembnih reči. Najprej so ugotovili, da so bili starejši otroci preveč v zadregi, da bi nastopali v javnosti. Drugič, otroci so bili bolj zainteresirani za risanje kot pisanje po tablah, pri tem pa niso ustvarjali zgodb, temveč risali podobe. Ekipa je tudi podvomila v to, koliko prijetno so se otroci počutili pri nastopanju pred drugimi otroki v primerjavi z interakcijo med njimi.

Navdahnjena s tem vprašanjem in drugimi svojimi spoznanji je ekipa načrtovala še en mini pilot, dogodek, ki bi hkrati povzdignil zanimanje otrok za risanje in jih opolnomočil za ustvarjanje novih zgodb. Na prireditvi so otroke povabili k ustvarjanju stripa z obstoječimi in znanimi liki iz knjig, ki jih poznajo in so jim všeč, ali z novimi, ki si jih zamislijo sami. Otroci so se tako lahko odzvali na zgodbe drug drugega in skupaj v realnem času ustvarili skupinski strip. V ospredju tega dogodka je bila bolj interakcija kot nastop. Ker se je dogodek odvijal v živo, je bila ekipa veliko bolj vključena, saj je vodila dejavnosti, ki so vabile otroke k sodelovanju, vabila jih je k risanju stripov v okenskih okvirjih in ustvarjanju lastnih mini stripov.

Ekipa je med dogodkom ponovno opazovala dogajanje in izvedla intervjuje. Videla je lahko, da so bili otroci pripravljeni na sodelovanje pri pripovedovanju zgodb in da so razumeli zgradbo zgodbe z jasnim začetkom, jedrom in zaključkom. Otrokom je bila všeč tudi možnost pisanja po stenah, česar niso mogli početi doma.

Iz ponovitve svojega eksperimenta so se naučili nekaj novih reči:

- Družine potrebujejo strukturirano dejavnost na različnih stopnjah, vse dokler nastopanje v knjižnici ne postane rutina.
- Družine potrebujejo dovoljenje, da smejo biti glasne, saj tega v knjižničnem okolju niso vajene!
- Nekateri zaposleni bodo morali spremeniti svoje poglede na hrup in nadzor v knjižnici, to pa bi utegnilo zahtevati usposabljanje in premik v mišljenju osebja.



Ekipa opazuje dva otroke v središču za pisanje zgodb med prvim mini pilotom.



Fotografija v pripovedovalnem oknu med drugim mini pilotom.

PA ZAČNIMO: KAKO JE VIDETI PROCES V ŽIVO?

PA SMO DOSEGLI ŽELENI OBSEG

Na osnovi teh dveh dejavnosti se je pojavil nov oblikovalski izziv – kako bi svoje zamisli lahko prenesli na različne podružnice? Ekipo je šla skozi proces oblikovalskega razmišljanja in sedaj razmišlja, kako razširiti svojo zamisel na druge lokacije.

Po besedah vodje ekipe Johna Glynnna so ugotovili: »Imeli bomo večji sistemski vpliv na igro (nastopanje), če se bomo manj posvečali rekvizitom (kot so igralni materiali in igrače) in bolj storitvam in vlogam knjižničarja.« Ob ustvarjanju programov, ki temeljijo na igri, in dejavnostih za otroke ter razširitvi programov v podružnice, je ekipa želela biti pozorna tudi na enkratno kulturo vsake posamezne podružnice.

Medtem ko so se preizkušali v različnih kontekstih, se je ekipa še naprej učila, kako se zamisel lahko prilagodi zelo različnim okoljem in kulturam zaposlenih. Njihova spoznanja so bila uporabljena kot vodilo pri oblikovanju več novih otroških prostorov, ki spodbujajo igro (nastop) kot osrednjo temo prostora. S širjenjem naučenega po celotnem sistemu želijo vplivati na pogovor tako o obstoječem prostoru kot tudi novih gradnjah. Upajo, da bo imela vsaka podružnica storitev, prostor in program, ki bo prikazoval vrednost in pomen igre (nastopanja) in pripovedovanja zgodb pri učenju v otroštvu.



(Zgoraj) Ekipo je ustvarila shemo, ki nagovarja različne kakovosti vsake podružnice, kar le-tem omogoča, da ocenijo lastno pripravljenost na novo vrsto igralne ponudbe.

(Spodaj) Arhitekturna upodobitev novega otroškega prostora v čikaški soseski Albany Park, ki vključuje stene s pripovedovalnimi okni, kot jih je v prototipu ustvarila ekipa.

PA ZAČNIMO!

Zakaj je to knjižničarjem dragoceno?

Poleg odkrivanja rešitev za izzive, s katerimi se srečujete vsak dan, bo vaja iz oblikovalskega razmišljanja vam in vaši knjižnici pomagala razviti tudi nov način dela. Seveda se oblikovalsko razmišljanje začne z vključevanjem vaših uporabnikov, vendar se od tam lahko razširi po vsej organizaciji in zagotovi tako knjižnici kot njenim uporabnikom številne koristi.

“

Svež pogled je brezplačen, misel, da je noviteta draga, je napačno prepričanje! Samo pogledati morate svet okoli sebe na nov način, ki omogoča videti vse že obstoječe možnosti.

Ekipa za program najstnikov v Splošni knjižnici Chicago.

”



PA ZAČNIMO

Za kaj ga lahko uporabite? Kdo ga že uporablja?

OBLIKOVALSKO RAZMIŠLJANJE LAHKO UPORABITE ZA SOOČANJE S KATERIM KOLI IZZIVOM

Ko ljudje pomislijo na oblikovanje, jim najpogosteje pride na misel estetika, kot so oblika ali oprijemljivi predmeti, na primer oblikovanje čudovitega stola. Toda oblikovalsko razmišljanje kot proces ima mnogo širši vpliv in lahko ga uporabite za reševanje vseh vrst knjižničnih izzivov, vključno s programi, prostori, storitvami in sistemi. S tem v mislih smo intervjuvali partnerske knjižnice širom po svetu in ustvarili katalog izzivov vseh vrst, s katerimi se knjižnice pogosto srečujejo. Ti izzivi so zapisani kot vprašanja »Kako bi lahko ...«, kot si jih morda zastavljate tudi sami, in na vsako vprašanje je možnih več odgovorov in več rešitev. Upamo, da bo ta brošura spodbudila zamisli o tem, kako lahko oblikovalsko razmišljanje uporabite v svoji lastni knjižnici. Ker se vsaka knjižnica sooča z različnimi izzivi, vabimo vas in vašo ekipo, da izberete resnični izziv, s katerim se sooča vaša knjižnica, in ga uporabite za osnovo vaj, ki jih bomo predstavili v nadaljevanju.

“

Delajte majhne korake, kar načrtujete, ni nujno popolnoma nova zamisel, včasih je bolje izboljšati zamisel, ki do neke mere že obstaja.

Ekipo, ki se ukvarja z elementi igre v Splošni knjižnici Chicago.

”



PROGRAMI



STORITVE



PROSTORI



SISTEMI

PA ZAČNIMO: ZA KAJ GA LAHKO UPORABITE? KDO GA ŽE UPORABLJA?



PROGRAMI

Knjižnični programi so odlično izhodišče za začetek uporabe oblikovalskega razmišljanja, ker gre za niz dogodkov, ki jih je enostavno nadgraditi, spremeniti in ponoviti. Kot knjižničar ste verjetno že »glavni načrtovalec« več programov, kot je na primer poletni bralni izziv ali niz predavanj. Ob načrtovanju programov boste morali razmisliti o tem, kako pri tem pomagati, kakšno vsebino in kakšne vire boste uporabili in v katerem okolju (fizičnem ali virtualnem) bodo izvedeni.

Primeri

Kako bi lahko ... podpirali in različno obravnavali programe zgodnjega opismenjevanja otrok z vključevanjem celotne družine?

Kako bi lahko ... oblikovali program učne igre, ki spodbuja ročno ustvarjanje in izdelovanje v digitalni dobi?



PROSTORI

Physical Fizično okolje ljudem narekuje, kako naj se obnašajo, in vpliva na njihovo počutje. Upoštevajte, da prostor ne predstavlja nujno samo estetike, kot je na primer barva sten. Pomembno je, kako se ljudje odzivajo na barvo in kako nanje vpliva. Pri oblikovalskem razmišljanju govorimo manj o prostorih, ki »izgledajo« kot nekaj, in več o prostorih, ki »delujejo« kot nekaj. Ko boste ponovno razmišljali o knjižničnem prostoru, boste morda razmislili o gradbenih omejitvah, kroženju in pretoku uporabnikov ter posebnih orodjih v okolju, ki bodo ta prostor naredila privlačnejši.

Primeri

Kako bi lahko ... ustvarili v knjižničnih prostorih gostoljubno vzdušje, ki spodbuja daljše zadrževanje in ostajanje v knjižnici?

Kako bi lahko ... izkoristili neuporabljeni prostor ali prerazporedili prostor tako, da bi lahko uporabniki odkrili več o tem, kaj knjižnica ponuja?



STORITVE

Medtem ko so programi običajno časovno omejena ponudba, kot so npr. predavanja, so storitve pogosto sistemska ponudba, ki jo ljudje ne le obiskujejo, ampak uporabljajo in se zanjo zavzemajo. Oblikovanje storitev se pogosto osredotoča na to, da so sistemi, ki stojijo za storitvami, kot sta komunikacija ali tehnologija, boljši za stranke. Med dobrimi primeri so dostava malice v Indiji, taksi služba na klic in seveda tudi izposoja knjig! Odlične storitve izkoriščajo moč knjižnice, knjižničarjev in vseh knjižničnih virov za premik družbe naprej.

Primeri

Kako bi lahko ... ustvarili uporabniku prijazno spletno izkušnjo, ki ustreza digitalni krajini 21. stoletja?

Kako bi lahko ... odraslim zagotovili ustrezno pomoč pri učenju uporabe informacijske tehnologije, še zlasti tistim odraslim, ki neradi prosijo za pomoč?



SISTEMI

V najširšem pogledu sistemi predstavljajo več deležnikov, odnosov in potreb, ki jih lahko razumemo kot mrežo ali organizacijo. Primeri so lahko bančni sistem, vsestani program zagotavljanja kosil in ponovno tudi knjižnični sistem. Oblikovanje sistemov pomeni združevanje večjega števila soodvisnih storitev z namenom, da bi imele večji vpliv. Izzivi pogosto vključujejo visoko stopnjo strategije, ki združuje prednostne naloge, politike in ključne komunikacije.

Primeri

Kako bi lahko ... oblikovali produktivna, vzajemno koristna partnerstva z lokalnimi šolami in drugimi izobraževalnimi institucijami?

Kako bi lahko ... preoblikovali knjižnične meritve, da bi ljudje razumeli pomen in vrednost knjižnice na bolj smiselne in čustvene načine?

PA ZAČNIMO!

Kako orodje deluje

Ta komplet orodij je razdeljen na dva dela: vodnik, sestavljen iz besedila in priporočil za nadaljnje branje, ter delovni zvezek dejavnosti, ki vam bo v pomoč pri učenju med delom s samimi metodami. Vse pripombe o časovnem razporedu za vsako metodo in vajo so le predlogi – v povprečju lahko delo s celotnim orodjem traja od pet do osem ur na teden v naslednjih šestih tednih, vendar se lahko raztegne ali strne, odvisno od časa, ki ga imate na voljo s svojo ožjo ekipo.

NEKAJ BESED O RAZVOJU KOMPLETA ORODIJ

Zavedamo se, da ima komplet orodij nekaj omejitev, ki bi jih radi priznali in obravnavali že v začetku. V oblikovalskem razmišljanju ne morete oblikovati za vsakogar in tudi mi nismo mogli pripraviti orodja za vsakogar. Priznamo, da:

- Prvič, obstaja jezikovna diskriminacija. Delujemo v ZDA in čeprav smo delali s knjižnicami po vsem svetu, je naš jezik sporazumevanja angleščina. Začetni komplet orodij smo napisali v angleščini, upamo pa, da ga bodo drugi lahko prevedli in tako povečali njegovo dostopnost.

- Drugič, v tem kompletu orodij ponujamo veliko primerov, ki izhajajo iz ZDA in Evrope in so pristranski v tem smislu. To izhaja iz našega neposrednega sodelovanja s Splošno knjižnico Chicago in Splošno knjižnico Aarhus. Po svojih najboljših močeh smo se trudili vključiti tudi številne primere iz različnih okolij po svetu.

STE V STISKI S ČASOM?

Verjamemo, da boste z branjem tega kompleta orodij lahko preizkusili proces v različnih časovnih okvirih, če imate na voljo samo uro, dan ali mesec dni. Ne boste šli prav v globino procesa, vendar boste s procesom pričeli. Če je vaš čas zelo omejen, vam priporočamo, da preskočite na:

- Ogrevanje: »Oblikujte boljšo izkušnjo prevoza na delo« najdete v Delovnem zvezku dejavnosti in vam omogoča pridobiti izkušnje v vseh fazah procesa v manj kot eni uri.

- Pregledni vodič« je ločen dokument, ki na kratko povzema pristop, in si ga lahko prenesete z naslova: www.designthinkingforlibraries.com

STE PRIPRAVLJENI? STE ŽIVČNI?

Resnica je, to vemo iz izkušenj, da se kdor koli lahko nauči in uporablja oblikovalsko načrtovanje za ustvarjanje učinka, potrebna sta samo vaja in priprava. S tem v mislih vas prosimo, da uporabljate naslednja tri poglavja kot pomoč pri pripravi svoje knjižnice na oblikovalsko razmišljanje:

1. Pogovor z vodstvom

Primer uporabe oblikovalskega razmišljanja v knjižnicah z vidika vodje.

2. ABC timbilinga

Namigi za vzpostavitev uspešnih ekip.

3. Navade + logistika

Načini dela, ki bodo olajšali vaše potovanje skozi spoznavanje oblikovalskega razmišljanja.



JE VAŠ ČAS OMEJEN? PRESKOČITE NA:

- V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 10, Prvo poglavje, Dejavnost 5

- Pregledni vodnik, ločena datoteka na naši spletni strani: www.designthinkingforlibraries.com

POGOVOR Z VODSTVOM

V sodelovanju s podjetjem IDEO sta osebji Splošne knjižnice Aarhus in Splošne knjižnice Chicago uporabili pristop oblikovalskega razmišljanja za izboljšanje uporabniške izkušnje. V naslednjem intervjuju smo vodstvi obeh institucij pozval k razmišljanju o vrednosti in koristnosti takega pristopa ter nasvetih, ki bi jih dali tistim, ki v proces šele vstopajo.

ROLF HAPPEL je direktor službe Javnih storitev in knjižnic v mestu Aarhus na Danskem. Pred tem je delal v štirih danskih mestih kot knjižničar, namestnik direktorja in direktor javnih storitev, leta 1994 pa je postal direktor Splošne knjižnice Aarhus. Splošna knjižnica Aarhus ima dolgoleten in zaslužen sloves ustvarjanja inovativnih storitev in razvoja z uporabo metod soustvarjanja in vključevanja uporabnikov. V poznih 1990-tih je bila knjižnica imenovana za Evropski center odličnosti in je leta 2004 prejela nagrado Access to Learning Award, ki jo podeljuje Fundacija Billa in Melinde Gates. Rolf je trenutno zaposlen z gradnjo nove glavne knjižnice v Aarhusu, Dokk1, ki bo odprta sredi leta 2015.

BRIAN BANNON je dvanajsti komisar Splošne knjižnice Chicago, ki sodi med najbolj obiskane javne ustanove v mestu in med največje sisteme splošnih knjižnic v Združenih državah. Kot izvršni direktor se je osredotočil na povečanje prisotnosti interneta in dostopa do naprednih tehnologij na osemdesetih lokacijah v Chicagu, povečanje obsega izobraževalnih storitev za družine in podporo ekonomskemu napredku za iskalce zaposlitve in mala podjetja. Kot rezultat prebivalci Chicaga uporabljajo knjižnico v rekordnem številu prav za dostop do spletnih orodij, za izposajo gradiv in medsebojno povezovanje preko razvejene mreže podružničnih knjižnic. Preden se je pridružil CPL, je bil Brian višji izvršni direktor Splošne knjižnice San Francisco ter opravljal vodilne naloge v Splošni knjižnici Seattle in Fundaciji Billa in Melinde Gates.

V: KAKŠNE KORISTI SO PO VAŠEM MNENJU PRIDOBILI SKUPNOST IN UPORABNIKI POTEM, KO JE VAŠA KNIŽNICA SPREJELA METODE OBLIKOVALSKEGA RAZMIŠLJANJA?

Rolf: Menim, da so naši uporabniki pridobili dve koristi: ena je, da so slišani in so njihove potrebe ter zahteve sprejete resno. Prepoznani so kot aktivni viri v procesu preobrazbe knjižnice, ne le kot pasivni potrošniki storitev – to je torej tisto, čemur bi lahko rekli demokratična korist. Druga korist je, da se je prispevek uporabnikov dejansko spremenil v nekaj novega ali boljšega v smislu storitve.

Brian: Dokazano je, da zelo pogosto pride do prebojnih inovacij ne glede na prizadevanja organizacije. Uspešne nove storitve in izdelki so pogosto skriti očem, nastali so po naključju, ali pa jih je sprožil navaden provokator. Dobra novica za knjižnice je, da podpora inovacijam ni nujno draga ali zapletena. Verjamemo, da lahko do najboljših zamisli pridemo v svojih ekipah tako, da jih spodbudimo k globljemu spoznavanju življenjskih izkušenj naših uporabnikov. Oblikovalsko razmišljanje omogoča osebju, da se osvobodi tipičnega načina reševanja problema tako, da sledi načrtu, ki vodi do spoznanj, ta pa nato vodijo k dejanjem. Ni več potrebno, da vsakič, ko želimo rešiti novo težavo ali se lotiti nove zamisli, izumljamo toplo vodo. Poudarek oblikovalskega razmišljanja na poenostavljenem eksperimentiranju nam omogoča preizkušanje zamisli brez velikega vlaganja časa ali virov. Ni nam več treba graditi novega programa, da bi ugotovili, ali bo učinkovit.

V: KOLIKO JE DELO NA PROJEKTIH OBLIKOVALSKEGA RAZMIŠLJANJA KORISTILO VAŠEMU OSEBJU?

Rolf: Člani osebja, ki so se ukvarjali z oblikovalskim razmišljanjem, so se veliko naučili na več ravneh. Na dejanskem primeru so se naučili, kako uporabniki zaradi funkcionalnosti raje uporabljajo določene storitvene točke v knjižnici. Morda je bolj zanimivo, da so spoznali, kako se z metodami oblikovalskega razmišljanja vloga knjižničnega delavca prelevi v vlogo povezovalca: tam so, da pomagajo spodbujati nove poglede in nove zamisli, tako med osebjem kot med uporabniki.

Brian: Ko razmišljam o našem prvem letu sodelovanja z vami in Aarhusom, lahko z gotovostjo trdim, da je kot rezultat tega sodelovanja naša skupnost imela koristi od novih pa tudi ponovno oživiljenih storitev. Korist, ki je nismo povsem pričakovali, je pozitiven vpliv na naše osebje in organizacijsko kulturo. Spodbuda, orodje in sprejemanje odgovornosti za raziskovanje novih storitev, vse to je sprožilo kulturni premik. Njihovi uspehi in neuspehi, iz katerih smo se učili tudi mi, so gradili zaupanje v našo kolektivno sposobnost vodenja in ustvarili čvrste temelje za oblikovanje prihodnosti Splošne knjižnice Chicago.

V: ZAKAJ MENITE, DA JE DOBRO POZNATI OBLIKOVALSKO RAZMIŠLJANJE IN GA UPORABITI V KNIŽNIČNEM OKOLJU?

Rolf: Trdno verjamem, da se knjižničarji lahko mnogo naučijo od metod, ki so jih razvijali v drugih sektorjih družbe, in da imajo od njih ogromno koristi. Verjamem tudi, da so knjižničarji v prednosti pri zgodnjem prilagajanju v primerjavi z drugimi institucijami javnega sektorja, kjer lahko vladne zahteve po principu delovanja brez napak omejujejo možnosti izjemnega razmišljanja izven ustaljenih okvirjev.

Brian: Kot odgovor na hitro spreminjajoči se svet podjetja zasebnega sektorja že leta uporabljajo k človeku usmerjeno oblikovanje za reševanje težkih problemov in gradnjo novih izdelkov in storitev. Neprofitni in vladni sektor lahko v svojih okoljih uporabljata enak pristop za reševanje izzivov. Splošne knjižnice so se uspešno razvijale za spoprijemanje s spreminjajočim se svetom okoli sebe in so v mnogih pogledih mojstri evolucije. Vendar moramo kljub temu pospešiti svoj razvoj in prav tu lahko pomaga oblikovalsko razmišljanje.

V: KAJ BI KOT VODJA SVETOVALI VODJI DRUGE KNIŽNICE, KI RAZMIŠLJA, KAKO PODPRETI OBLIKOVALSKO RAZMIŠLJANJE V SVOJI KNIŽNICI?

Brian: Če so vam jasne prioritete in vizija, je oblikovalsko razmišljanje močno orodje, ki vas pripelje tja, kamor morate priti. Lahko pomaga tudi pri izgradnji organizacijske kulture za prihodni dolgoročni uspeh.

Rolf: Pogovorite se z uslužbenci, kako želite uporabiti oblikovalsko razmišljanje: katere teme ali vprašanja so pomembna. Potem pa vsebino preizkusite z uporabniki – to dejansko ni tako težko, in obljubim vam, da bodo rezultati odlični.

PA ZAČNIMO!

Priprava: ABC timbilinga

Močne ekipe so motorji, ki poganjajo oblikovalsko razmišljanje.

V oblikovalskem razmišljanju boste svoje najboljše delo opravili kot ekipa. Ko se lotite procesa, lahko uporabite ta vodnik tudi kot samostojni izvajalec, vendar toplo priporočamo, da delate v skupini in tako spoznate, kako je biti del oblikovalskega tima. Na tak način spodbujamo močno sodelovanje, ki bo pognalo projekt dlje, kot če bi bili sami.

DELAJTE V OKVIRU SVOJE RUTINE

Ker veste, da je vaš čas omejen, razmislite o tem, kako načrtovati sestanke ekipe znotraj vašega obstoječega urnika, rutina vam bo pomagala najti čas, ki ga boste posvetili tej nalogi.

ZAČNITE Z MAJHNIM

Ekipa bo najbolje delovala, če bo jedro skupine sestavljeno iz dveh do petih ljudi. Nekateri menijo, da so trije člani skupine idealno število, ker lahko v primeru nesoglasja med dvema tretji pomaga, da se ekipa prebije skozi zagato. V vsakem primeru začenjajte z manjšim številom, lažje bo usklajevanje urnikov in odločanje. Če še vedno pogrešate nekatere sodelavce, naj sodelujejo kot »podaljšek ekipe« zunaj vaše jedrne skupine, vključite jih v viharjenje možganov, razprave o povratnih informacijah, ali pa vam bodo pomagali iz zagate, ko boste pomoči najbolj potrebni.

IŠČITE RAZNOLIKOST

Izberite ljudi različnih pogledov na vprašanje, ti lahko prispevajo več iz različnih zornih kotov. Imeli boste boljšo možnost odkrivanja nepričakovanih rešitev. Člani vaše delovne skupine bodo imeli zelo različne načine dela, osebnosti in prioritete, zato najдите čas, da se o teh razlikah pogovorite že na svojem prvem sestanku.

“

Spodbujajte raznolike ekipe – prisotnost članov ekipe, ki predstavljajo različna področja knjižnice in imajo različna predznanja in izkušnje, lahko vodi do močnejšega in ustvarjalnejšega sodelovanja.

Sidsel Bech-Petersen, knjižničarka v Splošni knjižnici Aarhus.

”

PA ZAČNIMO: PRIPRAVA ABC TIMBILDINGA

UPORABITE DOMAČE OKOLJE

Lažje bo urejati urnike in sestanke, če boste vi in člani vaše ekipe že na isti lokaciji ali v isti podružnici, ali pa vsaj v bližini. Več možnosti boste imeli za srečevanje in spontano razpravljanje o napredku, če boste na istem mestu.

OSTANITE MOTIVIRANI

Oblikovalsko razmišljanje je zahtevna metoda, za katero je potrebno znatno osebno vlaganje za daljše časovno obdobje. Vaša ekipa bo v tem času morda preživljala obdobja razočaranja ali utrujenosti. Pogovorite se o svojih težavah in se medsebojno podpirajte.

PREDVIDITE ČAS ZA SAMOSTOJNO DELO

Medtem ko je treba večino tega dela opraviti v skupini, poskrbite tudi za individualno delo, saj lahko pride do pomembnega napredka tudi s samostojnim razmišljanjem, razvijanjem in načrtovanjem.

IZBERITE VODJO SKUPINE

Kot ekipa razmišljajte o svojih odgovornostih, časovnih omejitvah in strokovnosti. Vodja ekipe bo:

- omogočil razprave v skupini in zagotovil, da bo vsakdo slišan, in reševal morebitne spore;
- najbolje poznal orodje in gradiva; svetujemo temeljito branje poglavij in dodatnih priporočil na koncu vsakega poglavja;
- spremljal napredek projekta in po potrebi o vsem seznanjal druge deležnike zunaj ekipe.

Kot vodja ekipe boste zelo verjetno porabili bistveno več časa kot drugi člani za organizacijo ekipe v zvezi z dejavnostmi oblikovalskega razmišljanja. Upoštevati morate tudi nivo svojega vodenja glede na ekipo. Prav gotovo ne boste tako nadrejeni, da bi se drugi lahko bali prispevati svoje zamisli, vsekakor pa morate biti v svoji organizaciji dovolj izkušeni, da se lahko globoko povežete s skupnostjo in se čutite popolnoma opolnomočenega poskusiti nekaj novega.

IZBERITE DRUGE VLOGE V SVOJI EKIPI

Ugotavljamo, da ekipe najbolje delujejo, ko ima vsak član svoje določene dolžnosti in lastno odgovornost za vsebino projekta. Razmislite o drugih vlogah, ki jih lahko igrajo člani ekipe, odvisno od njihovih individualnih osebnosti in nagnjenj. Vključili smo dejavnost, ki vam lahko pomaga določiti te vloge. Gl. *Delovni zvezek dejavnosti*, str. 6.



Ekipe v Splošni knjižnici Aarhus so vključevale štiri do pet ljudi, pogosto neknjižničarje in knjižničarje z različnimi fokusnimi področji, da so zagotovili raznolikost pogledov.



PRIPRAVLJENI NA DOLOČANJE VLOG?

V *Delovnem zvezku dejavnosti* obrnite na stran 6, Prvo poglavje, Dejavnost 3.

PA ZAČNIMO!

Priprava: Navade in logistika

OBLIKOVALSKO RAZMIŠLJANJE JE LAHKO NEUREJEN PROCES, Vendar NEKAJ NAVAD POMAGA VZDRŽEVATI PREGLED IN RED.

“

Vključite celotno ekipo v celoten proces; če ljudje izpustijo posamezne dele, je kasneje težje kot skupina skupaj nadaljevati oblikovanje.

Ekipo iz Splošne knjižnice Aarhus razmišlja o vključenosti ekipe.

”



Projektni prostor ekipe v Chicagu je sestavljen iz skupne mize, gradiv in obilice prostora na steni za objavo misli in zamisli.

PA ZAČNIMO: PRIPRAVA - NAVADE IN LOGISTIKA

VZDRŽUJTE PROJEKTI PROSTOR

Oblikovalsko razmišljanje zahteva prostor za delo skupine, vendar ne boste potrebovali veliko – celo samo stena bo dovolj. Prostor vam mora na osrednjem mestu omogočiti shranjevanje vaših misli in zamisli ter nuditi ekipi fizični pregled nad opravljenim delom. Uporabite stene ali velike table za lepljenje navdihujočih podob ali opazk iz vaših raziskav, tako bo lahko ekipa nenehno potopljena v vsa vaša spoznanja. Skupni vizualni opomniki bodo pomagali ekipi pri spremljanju napredka in ohraniti osredotočenost na izzive. Če začutite, da se vam je zataknilo, poskusite spremeniti okolje in se premaknite v drug prostor, če so seveda vaše table prenosne.

ZAGOTOVITE ČAS PROJEKTNE SKUPINE

Takoj na začetku seznajte celotno ekipo s časovnimi obveznostmi. Ustvarite elektronski koledar v skupni rabi z avtomatiziranimi povabili in seznajte druge sodelavce zunaj ožje ekipe, s katerimi boste sodelovali pri tem oblikovalskem projektu, kakšna so vaša pričakovanja glede urnika. Najlažji način, kako izgubiti zagon, je preskakovanje sestankov, ali delovanje v preveč smereh hkrati. Poiščete stalni čas za sestanke, s katerim se strinja celotna ekipa, ali pa načrtujte sestanke kolikor lahko daleč naprej, če se bo čas spreminjal iz tedna v teden.

VZPOSTAVITE STRATEGIJO KOMUNICIRANJA

Na prvem sestanku določite, kako želite vi in vaša ekipa komunicirati izven sestankov. Zberite vse kontaktne informacije sodelavcev in dodajte čas, kdaj so na voljo in kako so dosegljivi. Ko začnete z dokumentiranjem projekta, se boste morda želeli dogovoriti tudi o digitalni platformi za shranjevanje medijev in napredka, kot so Google Docs, Wordpress Blog ali Tumblr.

VIZUALIZIRAJTE PROJEKT

Izražanje zamisli na vizualen način je eno od bistev procesa oblikovalskega razmišljanja. Z izražanjem zamisli s slikami ali skicami namesto z besedami spodbujamo domišljijo drugih in predstavljamo zamisli na bolj smiseln in nepozaben način. Ljudje lahko nemudoma dojamajo, kaj se na sliki dogaja – znajo pokazati njene sestavne dele, jih tolmačiti na različne načine in jih enostavno nadgraditi.

PREDSTAVITE

Predstavitev vaših zamisli gre z roko v roki z vizualizacijo. Predstavitev pomeni deljenje misli in zamisli, vprašanj in skrbi. Namesto zapisovanja v lastni zvezek poskusite pisati z veliko pisavo na samolepilne listke, da jih vidijo vsi člani ekipe. Vaše misli se ne bodo izgubile v pogovoru, ker jih lahko nalepimo na steno. Prostor na samolepilnih lističih je majhen, tako ne moremo pisati daljšega besedila. To nas bo prisililo, da povemo svoje misli na najbolj jedrnat način.

ZAVZETO DOKUMENTIRAJTE

Da boste lahko vplivali na resnične spremembe v svoji knjižnici, boste sčasoma potrebovali več ljudi, kot je vaša ožja ekipa – morda vodilne ljudi ali širšo skupnost, ki ji služite. Povedati boste morali zgodbo o svojem delu s prikazom procesa, ki vodi do ustvarjanja vpliva. S kolikor je to le mogoče sprotim dokumentiranjem projekta se pripravite na uspeh. Morda bi bilo koristno nekoga v ekipi imenovati za »dokumentatorja«, ki si bo po vsakem sestanku vzel čas za beleženje napredka. Kamor koli greste, prinesite orodja za dokumentiranje, kot so pisalo, papir, magnetofon, predvsem pa kamero (ali telefon s kamero), da lahko spotoma ujamete pomembne trenutke. Navadite se nalaganja, organiziranja in podnaslavljanja fotografij ali medijev na koncu vsakega dneva ali tedna.

Srečno in zabavajte se!

Priporočila



PREBERITE

DESIGN THINKING FOR SOCIAL INNOVATION

http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/2010_SSIR_DesignThinking.pdf

THE TEN FACES OF INNOVATION

<http://www.tenfacesofinnovation.com/tenfaces/index.htm>

DESIGN KIT

<http://www.designkit.org/>

HUMAN-CENTERED DESIGN FOR SOCIAL INNOVATION

Getting Started and Class 1 Readings

<http://plusacumen.org/human-centered-design-for-social-innovation-course-materials/>

VAJE

D.SCHOOL CRASH COURSE

<http://dschool.stanford.edu/dgift/>

POGLEJTE

IDEO CEO TIM BROWN'S TED TALK

http://www.ted.com/talks/tim_brown_on_creativity_and_play

IDEO FOUNDER DAVID KELLEY'S TED TALK

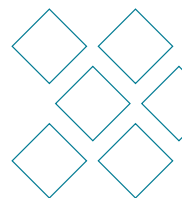
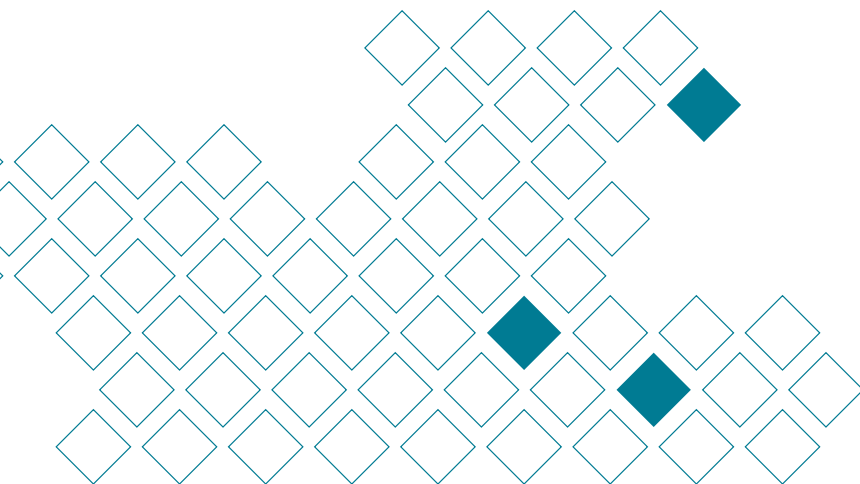
http://www.ted.com/talks/david_kelley_how_to_build_your_creative_confidence

THE IDEO DEEP DIVE - SHOPPING CART VIDEO

<http://www.youtube.com/watch?v=M66ZU2P-CIcM>

CREATIVE CONFIDENCE

<http://www.designkit.org/mindsets/3>



POGLAVJE

2

INSPIRACIJA

Uvajanje smiselnih rešitev v vaši knjižnici se začne z iskanjem navdiha v stiku s svetom okoli vas in pridobivanjem poglobljenega razumevanja potreb ljudi.

V fazi inspiracije gre za poslušanje, opazovanje in odprtost do nepričakovanega. Medtem ko navadno mislimo, da je navdih nekaj, kar se vam zgodi, je oblikovalsko razmišljanje aktivno raziskovanje. S pravilno pripravo vas bo faza inspiracije opolnomočila z novimi izkušnjami in pogledi ter vam dala odlično osnovo za naslednje faze oblikovanja.



INSPIRACIJA

Pogled

KORAK 1

OPREDELITE OBLIKOVALSKI IZZIV *str. 27*

- Opredelite ciljne uporabnike *str. 28*
- Opredelite problem *str. 29*
- Delo z omejitvami *str. 31*

KORAK 2

PROUČITE RAZISKOVALNE METODE *str. 33*

- Pregled metod *str. 34*
- Intervjuji z uporabniki *str. 36*
- Intervjuji s strokovnjaki *str. 37*
- Opazovanje *str. 38*
- Poglobljene izkušnje *str. 39*
- Podobne izkušnje *str. 40*

KORAK 3

NAČRTUJTE SVOJO RAZISKAVO *str. 41*

- Priprava na intervju *str. 42*
- Kako voditi intervju *str. 43*

KORAK 4

DOKUMENTIRAJTE MED RAZISKAVO *str. 44*

- Ostanite organizirani *str. 45*

ŠTUDIJI PRIMERA *str. 46*

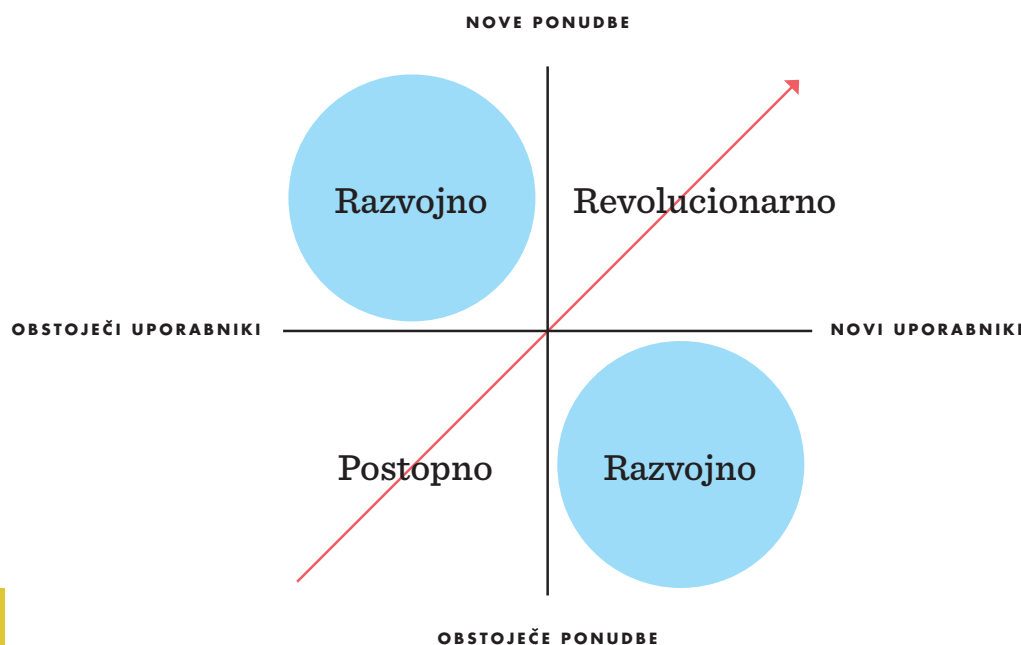
- "Pregled črevesja" *str. 46*
- Kitajska storitev za zmenke *str. 47*

PRIPOROČILA *str. 48*

KORAK 1

OPREDELITE OBLIKOVALSKI IZZIV

Prvi korak pri iskanju navdiha je razmislek o vrstah izzivov, ki so v knjižnicah primerni za oblikovalsko razmišljanje: programi, prostor, storitve ali sistemi. Obstajajo tudi operativni izzivi, s katerimi se srečujete: kadrovska vprašanja, neučinkovit postavitveni sistem polic ali postopki nabave tehnologije. Ne dovolite, da bi vam to vzelo pogum. Sprememba je proces, ki je lahko postopen, razvojen ali revolucionaren, odvisno od tega, kaj (ponudba) in zakoga (uporabniki) ustvarjate. Ko začenjate z oblikovalskim razmišljanjem, vam priporočamo za cilj snovanje razvojnih rešitev, kar pomeni bodisi razvoj novih zamisli za obstoječe uporabnike ali izkoriščanje že obstoječih zamisli za nove uporabnike.



Najprej določite skupino uporabnikov in težavo, ki potrebuje rešitev, šele nato opredelite svoj izziv. Od tu dalje boste zamejili svoj izziv v obliki vprašanja in za svoj projekt določili ustrezen časovni načrt.



KORAK
1 od 4

KORAK 1: OPREDELITE OBLIKOVALSKI IZZIV

Opredelite ciljne uporabnike

Prvi korak k opredelitvi oblikovalskega izziva je opredelitev ciljne skupine uporabnikov. Iz preteklih let smo se naučili, da takrat, ko imate pri oblikovanju v mislih »vse«, ne oblikujete za nikogar. Cilj oblikovalskega razmišljanja ni ustvariti oblikovalski projekt, ki bi ustrezal vsem, ampak osredotočiti se na problem določene skupine. To seveda ne pomeni, da vaša zamisel ne bo povšeči tudi drugim uporabniškim skupinam, ampak kot izhodišče za oblikovanje poskušajte opisati specifičnega in smiselnega ciljnega uporabnika.

OSREDOTOČITE SE NA UPORABNIŠKA VPRAŠANJA, NE NA SVOJA

Če se povrnemo k zamisli o k človeku usmerjenem oblikovanju, je čas, da svojo pozornost posvetite svojim uporabnikom. Vemo, da je na vašem seznamu veliko vprašanj, ki se jih je potrebno lotiti, vendar se za namene tega projekta osredotočamo na vaše uporabnike. Zastavite si vprašanja, kot: »Kakšne potrebe naše lokalne uporabniške skupine najstnikov smo zaznali?« v primerjavi s »Kako pridobiti več najstnikov v knjižnico?« Če lahko pojasnite, zakaj je pomembno spopasti se prav s tem izzivom in to uporabniško skupino, ste na dobri poti.

VEDENJE VS. DEMOGRAFIJA

Vaša ciljna skupina bo opredeljena na podlagi tako uporabniškega vedenja kot demografije. Samo demografski podatki, kot so starost, spol in socialno-ekonomski status, ne bodo dovolj za celostno sliko o njih. Ugotovili smo, da so globlje plasti uporabniškega vedenja, prepričan in vrednot mnogo bogatejši vir za oblikovanje. Primeri človekovega vedenja vključujejo: način uporabe tehnologije, uporabe knjižnice, prevoza na delo in tako naprej. Vedenja prečijo demografijo in so običajno lažja za oblikovanje.

ZAČNITE S SKUPNOSTJO

Odličen način za opredelitev vedenja je prepoznavanje skupnosti ljudi v vaši knjižnici. Primeri skupnosti so na primer: skupine, ki imajo rodoslovna srečanja, otroci, ki obiskujejo ure pravljič, ali najstniki, ki igrajo videoigrice na računalnikih. Pomislite na skupnosti, ki jih dobro poznate – skupine, ki jih pogosto videte ali pa so vzbudile vašo radovednost. Bolj verjetno je, da boste imeli z njimi osebne stike na nivoju lokalne knjižnice, ne pa velike osrednje knjižnice, zato priporočamo, da izziv postavite v podružnico, ki jo dobro poznate.



Na sliki je ciljna skupina uporabnikov enega od knjižničarjev, ki jo sestavljajo učenci angleškega jezika. Slika je posneta v Splošni knjižnici Chicago.



KORAK
1 od 4

KORAK 1: OPREDELITE OBLIKOVALSKI IZZIV

Opredelite problem

Ko ste enkrat izbrali svojo ciljno skupino uporabnikov, razmislite o vrstah težav, s katerimi se v knjižnici soočajo. Namesto, da razmišljate o pomanjkanju virov, razmislite raje o tem, kaj si vi želite za svojo skupino uporabnikov. Lahko, da ima vaša ciljna skupina težavo, ki je že sama po sebi logično razumljiva. Če je, na primer, vaša ciljna skupina uporabnikov sestavljena iz »starejših ljudi, ki ne znajo uporabljati računalnika«, je vaš problem očiten iz vedanja, ki ste ga takoj prepoznali. Če so vaša uporabniška skupina »ljudje, ki prihajajo v knjižnico na srečanja rodoslovne interesne skupine«, se lahko takoj vprašate, kakšne bi lahko bile njihove težave. S čim bi jim lahko pomagali? Kaj bi jim lahko predstavljajo prepreke ali frustracije? Morda nimajo primerne dostopa do datotek, ki jih potrebujejo, ali pa prostor, ki ga uporabljajo, ni primerno zasnovan za njihove potrebe. V tej zgodnji fazi boste morali opredeliti problem, vendar ne pozabite, da se bo ta premaknil in spreminjal, ko boste izvedeli kaj več. Nekje začnite in bodite odprti za razvoj svojega razumevanja problema kasneje.

“

Že na začetku postavite trdne temelje svojega projekta – kot središče izberite določeno skupino uporabnikov, še preden se posvetite čemu drugemu.

Mark Kaplan, knjižničar v podružnici Bezazian Splošne knjižnice Chicago.

”

VODJA EKIPE

OPREDELITE REALNI OBSEG

Da bi svojo ekipo pripeljali do uspeha, pri prepoznavanju problema upoštevajte izvedljivost obsega projekta. Morda gojite idealistične sanje o tem, kako izboljšati svojo organizacijo, jo narediti manj birokratsko ali spremeniti splošno razširjeno dožemanje knjižnice. Vendar pa je ključ za opredelitev izziva zamejitev problema na način, da je izvedljiv v času in s sredstvi, ki so na voljo. Menimo, da lahko te velike sanje uresničujemo le skozi oprijemljivo, premišljeno zastavljene projekte. Šele ko ste ustvarili prepričljive rešitve za razmeroma majhen oblikovalski projekt, lahko pokažete tudi drugim, kaj je mogoče, in povečate njegov obseg tako, da bo imel širši vpliv.

OCENJEVANJE PRILOŽNOSTI

Razmislite, kako bi lahko svoj izziv spremenili v priložnost. To naredimo z vprašanjem po vzoru »Kako bi lahko ...«. Širina in globina vašega konkretnega vprašanja »Kako bi lahko ...« sta ključnega pomena. Če je vprašanje zastavljeno preširoko, ne boste vedeli, kje začeti. Če postavite vprašanje preozko, tvegate zadušitev ustvarjalnosti.



V Regionalni knjižnici Vinica v Ukrajini ekipa izdeluje načrt možnih izzivov za ciljno skupino uporabnikov s posebnimi potrebami.



KORAK
1 od 4

KORAK 1: OPREDELITE OBLIKOVALSKI IZZIV

Navajamo nekaj preprostih smernic, ki jih morate upoštevati pri oblikovanju izziva s povezovanjem ciljne skupine in problema:

1. Osredotočite se na določeno ciljno skupino uporabnikov v knjižnici.
2. Prepričajte se, da vaše vprašanja zares obravnava ta problem.
3. Pustite prostor priložnostim za raziskovanje mnogovrstnih rešitev.
4. Prepričajte se, da je projekt izvedljivo dokončati v petih do šestih tednih (ali v katerem koli časovnem okviru, ki se zdi vaši ekipi primeren).

Navajamo dva primera oblikovalskih vprašanj, ki so ju ustvarile ekipe iz Splošne knjižnica Chicago. Vključili smo različice njihovih vprašanj, ki so preširoke ali preozke, in končne različice, ki so ravno prave. Poleg tega se prepričajte, da je vprašanje res osredotočeno na uporabnika.

PRIMER 1

Preširoko: Kako bi v knjižnico privabili najstnike?

Preozko: Kako bi pripravili tečaje digitalnih spretnosti za najstnike?

Ravno prav: Kako bi ustvarili ustrezne digitalne storitve za najstnike, ki po šoli obiščejo knjižnico in sicer nimajo dostopa do primernih storitev?

»Preširok« primer postavlja preobsežno vprašanje, ki je preveliko, da bi lahko nanj odgovorili v enem samem oblikovalskem projektu. Problematično je tudi zato, ker gre za »pripravi uporabnika do tega, da bo nekaj storil«, čemur bi se morali vedno izogibati v svojih vprašanjih »kako bi lahko«. Pri oblikovalskem razmišljanju ne gre za nadzorovanje uporabnika, temveč za ustvarjanje boljše storitve za izpolnjevanje njegovih potreb. »Preozek« primer je preveč osredotočen na rešitev namesto na širšo sliko problema. Uspešno oblikovalsko vprašanje omogoča raziskovanje in ponuja več različnih možnosti za rešitev. Še več, vprašanja ne upoštevajo uporabnikovega vedenja – besedna zveza »za najstnike« ne prikazuje njihovih potreb. »Ravno pravi« primer se osredotoča na določeno uporabniško skupino in njihovo vedenje v knjižnici, obravnava problem in ponuja možnosti za mnogovrstne rešitve. Poleg tega je dovolj osredotočen za poglobljeno raziskovanje v času petih do šestih tednov.

PRIMER 2

Preširoko: Kako bi lahko v knjižnici spodbudili več iger z nastopanjem?

Preozko: Kako bi lahko spodbujali otroke, da bi med pravljičnimi uricami nastopali v kostumih?

Ravno prav: Kako bi lahko na knjižničnih dogodkih uvedli več nastopov za otroke, ki tega morda v šoli še niso doživeli?

Tudi v tem primeru lahko vidite enake vzorce. »Preširok« primer ni izvedljiv v kratkem času; »preozek« primer je preveč usmerjen na neposredno rešitev in ne dovolj na širši problem. »Ravno pravi« primer odpira vrata do mnogovrstnih rešitev in prikazuje potrebo prav te konkretne uporabniške skupine.



KORAK
1 od 4

KORAK 1: OPREDELITE OBLIKOVALSKI IZZIV

Delo z omejitvami

Sedaj, ko ste razmislili o obetavnem oblikovalskem izzivu, je čas še za razmislek o kontekstu in omejitvah, s katerimi se srečujete. Omejitve se lahko zdijo zastrašujoče, vendar smo se z leti naučili, da se najboljša oblikovanja in načrtovanja rodijo iz strogih omejitev. Kar se zdi kot niz omejitev, vam dejansko lahko pomaga pri ožanju pogleda in osredotočanju na prave izzive. Omejitve lahko pomagajo dvigniti na površje tudi druge ustvarjalne možnosti, ki bi jih običajno ne upoštevali.

PRORAČUN

To je morda največja omejitev, s katero se boste srečali. Tukaj je nekaj vprašanj, ki jih morate pregledati, preden se lotite projekta:

- Ali že imate sredstva? Če da, koliko?
- Boste morali sami zbirati sredstva za dokončanje projekta? Če da, kje in kako boste to storili?
- Ali že imate v svoji ekipi vse sposobne sodelavce, ki jih potrebujete?
- Boste morali za dokončanje projekta nameniti nekaj sredstev tudi za plačilo zunanje pomoči?
- Razmislite o tem, kaj boste morali postaviti. Boste morali za to prihraniti nekaj sredstev?
- Ali boste morali v okviru raziskave udeležence, s katerimi sodelujete, v zahvalo spodbuditi z majhnimi darilci, kot so darilne kartice, brezplačna kava?

PRIPOMOČKI

Preglejte obstoječe potrebščine, tehnologijo in orodja, ki jih potrebujete, da vaša oblikovalska rešitev lahko zaživi. Razmislite:

- Kakšne potrebščine boste potrebovali za izdelavo prototipov? (tj. papir, lepilo, lepilni trak, škarje, pisala)
- Kakšno tehnologijo boste potrebovali ali pa že imate? (tj. telefoni, računalniki, tiskalniki)
- Katera orodja boste morda potrebovali ali pa jih že imate? (tj. avdiosnemalnik za intervjuje, samolepilni lističi, velike table za prikazovanje samolepilnih lističev, beležke za člane ekipe)



V Splošni knjižnici Aarhus so knjižničarji pripravili pripomočke za projekt tako, da so bila pisala, lepilni trak in druge potrebščine vedno pri roki.



KORAK
1 od 4

KORAK 1: OPREDELITE OBLIKOVALSKI IZZIV

TIMBILDING

V prvem poglavju smo govorili o timbilingu in o tem, kako ustvariti močne ekipe. Poleg tega, da je ekipa interdisciplinarna, bodite pripravljeni na potrebe ekipe po premikih in spremembah skozi celoten projekt. To je povsem normalno. Poskusite ohraniti iste člane jedra ekipe, vendar se lahko po potrebi obrnete še na druge strokovnjake. Postavite si naslednja vprašanja:

- Koliko časa lahko vsak posameznik smiselno posveti temu projektu? Kako bi lahko imeli člani ekipe različne stopnje odgovornosti glede na te omejitve?
- Bo ekipa morala delati izven običajnega delovnega časa? Kako bi jih lahko k temu spodbudili?
- Člani ekipe posvečajo temu projektu svoj čas, kako bi jim pri tem lahko pomagali drugi? Ali mora kdo odobriti sodelovanje članov ekipe pri tem projektu, na primer vodstvo knjižnice?

ČASOVNICA

Postavitev trdnega in časovno izvedljivega delovnega načrta je kritičen del postopka pri določanju obsega. Pri IDEO radi natisnemo ogromne koledarje, ki prikazujejo postavljene roke, datume potovanj, vmesne sestanke, počitnice in drugo, tako da so ti dejavniki časovne osi vidni celotni ekipi. Ko načrtujete svojo časovnico, razmislite o teh vprašanjih:

- Ali imate datum začetka svojega projekta?
- Ali imate ciljni datum, ko želite preizkusiti svojo prvo rešitev?
- Ali imate ključne datume in mejnike, ki jih morate upoštevati?
- Koliko prilagodljivosti je v vaši časovnici? Stvari ne gredo vedno po načrtu!

Nazadnje še opomba o časovni razdelitvi projekta. Predlagali smo, da namenite projektu pet do šest tednov in štiri do osem ur dela na teden, kar je okvirna ocena na podlagi števila ur, potrebnih za študij in druge aktivnosti. Čeprav to ni nepomembna količina časa vsak teden, iz izkušenj vemo, da je pomembno ohraniti delovni zagon skozi celoten postopek. Še posebej takrat, ko se naprezate in učite novih konceptov, je bolj kot vse pomembno, da ostajate pri nalogi in ste skupaj s člani svoje ekipe osredotočeni na proces, da se zamisli zares primejo.



KORAK
1 od 4



PRIPRAVLJENI, DA DOLOČITE SVOJ OBLIKOVALSKI IZZIV?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 16, Drugo poglavje, Dejavnost 1

KORAK 2

PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Za razliko od raziskav v knjižničnem okolju gre pri raziskavah oblikovalskega razmišljanja za poslušanje, opazovanje in odprtost za nepričakovano. Pri oblikovalskih raziskavah, kot jih imenujemo, gre bolj za odpiranje možnosti kot za potrjevanje ali zagotavljanje podatkov. S pravilno pripravo vas lahko ta faza navdihne z novimi, svežimi pogledi na vaš izziv in vam da odlično podlago za nadaljnje faze oblikovanja.

V raziskovalni fazi boste načrtovali in izvajali raziskavo za boljše razumevanje uporabnikov in njihovih problemov. Ta raziskava bo vodila do novih spoznanj, ta pa bodo vodila do novih idej. Bodite pripravljeni in odprti za presenetljiva odkritja o svoji knjižnici, svojih uporabnikih in težavah, ki jih želite obravnavati. Upamo, da vas bo ta raziskava navdihnili, da boste lahko videli svojo knjižnico s svežimi očmi.



Julija, knjižničarka iz Ukrajine, je želela bolje razumeti potrebe uporabnikov s posebnimi potrebami. Njena ekipa je obiskovala lokalni rehabilitacijski center in med kosilom razpravljala o njihovih hobijih in zanimanjih.

“

Inovacija se začne pri ljudeh, ne pri zamislih. Ključnega pomena je učenje od uporabnikov že na samem začetku. V ospredju tega procesa so ljudje. Kaj jim je res pomembno, se lahko naučimo tako, da si vzamemo čas za razgovor in opazovanje uporabnikov. Ostajamo konstruktivni in svojo energijo ter vire usmerjamo tja, kjer bodo imeli največ vpliva.

Ekipo v Splošni knjižnici Chicago razmišlja o svoji raziskavi.

”



KORAK
2 od 4

KORAK 2: PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Pregled metod

V svojem projektu boste zelo verjetno uporabili večino spodaj navedenih osnovnih raziskovalnih metod. Morda boste želeli vključiti še katero od dodatnih metod, navedenih na koncu našega seznama. Vsak projekt zahteva drugačen pristop k raziskovanju, a za začetek vam priporočamo, da začnete s temi osnovnimi metodami.

Osnovne metode vam pomagajo pridobiti globlje razumevanje uporabnika kot osebe s pomočjo pogovora, opazovanja in vas dobesedno postavljajo v kožo sogovornika. Ne pozabite, da ljudje ne delajo vedno tega, kar rečejo, in ne povedo vedno, kaj občutijo. Vaša naloga je, da med raziskovanjem poskušate prepoznati odtenke in protislovja ter jih kar največ tudi razumeti.



OSNOVNE RAZISKOVALNE METODE



INTERVJUJI Z UPORABNIKI

Eden od temeljev oblikovalskega razmišljanja je razumevanje uporabnika. S pomočjo intervjujev lahko zajemate uporabnikove potrebe, vrednote in prepričanja. Pred izvedbo intervjuja razmislite, za koga boste oblikovali. Razmislite o glavnih knjižničnih uporabnikih, knjižničnem osebju in razširjeni skupnosti.

Uporabite jih, ko:

potrebujete osnovno razumevanje uporabnikovih potreb, vrednot in prepričanj. Idealno je, da intervjuje opravite takoj na začetku projekta.



INTERVJUJI S STROKOVNJAKI

Intervjuji s strokovnjaki so odličen način, da se na hitro veliko naučite o svojem problemu. Razmislite, kdo so navdihujoči strokovnjaki ali organizacije v prostoru vašega oblikovalskega izziva.

Uporabite jih, ko:

bi radi na hitro bolje razumeli težavo, ki jo obravnavate. Ti intervjuji so idealni na samem začetku projekta.

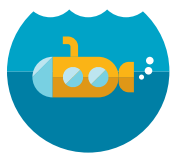


OPAZOVANJE

Ljudje pogosto govorijo in delajo zelo različne stvari. Intervjuji vam bodo pomagali razumeti vrednote in prepričanja, opazovanje pa vam razkrije dejansko ravnanje. Medtem ko opazujete, si beležite obrazno mimiko osebe, govorico telesa, način hoje in način, kako komunicira z drugimi in s svetom.

Uporabite jih, ko:

želite bolje razumeti dejanske potrebe in prepričanja uporabnika.



POTOPITVENE IZKUŠNJE

Ta metoda, ki vam omogoča vživljanje v vašega uporabnika, je znana tudi kot opazovanje udeleženca. Ko se potopite v novo izkušnjo, lahko bolje razumete motivacijo, misli in občutke uporabnika v danem trenutku. Če na primer oblikujete za slepe, se boste najbolje vživeli v to izkušnjo tako, da z zavezanimi očmi poskusite opraviti preproste naloge.

Uporabite, ko:

se želite vživeti v svojega uporabnika in videti knjižnico skozi njegove oči.



SORODNO OKOLJE

Izkušnje s sorodnim okoljem vam lahko pomagajo videti izziv v novi luči: razmislite o dejavnostih, čustvih in vedenjih, ki tvorijo izkušnjo vašega izziva. Nato poiščite scenarije izven knjižnice, ki so podobni vašim izzivom. Če ste na primer razmišljali, da bi uvedli v svojih knjižničnih dogodkih tudi nastope, lahko obiščete otroški muzej, trgovino z igračami, lutkovno predstavo ali karneval.

Uporabite, ko:

želite svoj problem raziskati še z drugega zornega kota.

KORAK 2: PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Pregled metod

DODATNE RAZISKOVALNE METODE

Nabor oblikovalskih raziskovalnih metod je zelo obsežen, raznolik in še stalno narašča. Poleg osnovnih metod poskusite eksperimentirati tudi s spodaj navedenimi metodami, ki vam bodo v pomoč pri izostritvi spoznanj in vam služile kot dopolnitev pogovorov z uporabniki.

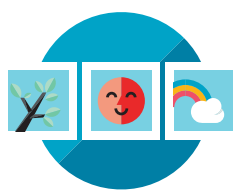


OSEBNI DNEVNIKI

Prosrite uporabnike, da na koncu dneva zapišejo svoja razmišljanja o določenih trenutkih ali temah. To jim daje čas za osebno in nemoteno razmišljanje, vam pa sogovornikove misli s njegovimi lastnimi besedami.

Uporabite, ko:

želite izvedeti več o uporabniški izkušnji v daljšem obdobju.



FOTOGRAFSKI ESEJI

Dajte uporabnikom fotoaparata za enkratno uporabo in seznam predmetov in/ali izkušenj, ki naj jih posnamejo v teku enega dneva. Iz prve roke boste dobili vizualni pogled na udeležence, videli boste delček njihovega vsakodnevne življenja in kaj jim je pomembno. Prejeli boste vizualni »dan v življenju« uporabnika.

Uporabite, ko:

želite primerjati in razlikovati različne dnevne izkušnje in življenjske realnosti skupine uporabnikov.



ZEMLJEVIDI POTOVANJ

Prosrite uporabnike, da ustvarijo osebno časovnico izkušnje, nato pa naj vršijo, kako so se počutili ob različnih točkah na poti. Zemljevid uporabite kot vizualno izhodišče za pogovor.

Uporabite, ko:

želite razpravljati o zapletenem sistemu ali nizu interakcij z uporabnikom. (Nakupovanje avtomobila je dober primer.)



KORAK
2 od 4



RAZVRŠČANJE KARTIC

Izdelajte niz kartic z eno besedo ali sliko na vsaki in prosite uporabnike, da jih razvrstijo glede na to, kaj je zanje najbolj/najmanj pomembno, zanimivo ali ustrezno.

Uporabite, ko:

želite, da različni uporabniki zožijo nabor idej ali ko želite razumeti vzorce vrednostne presoje uporabnikov.



IZZIVANJE ZAMISLI

Gre za niz zamisli s pripadajočimi pojasnili. Zamisli so lahko provokativne in vzbudijo močne reakcije, ali pa predstavljajo zameške ideje, ki bi jih morda želeli vgraditi v prototipe.

Uporabite, ko:

želite zgodnje povratne informacije o tem, zakaj so določene stvari uporabnikom všeč in zakaj ne.



PRIPRAVLJENI NAŠTETI IDEJE ZA RAZISKOVALNE METODE?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 20, Drugo poglavje, Dejavnost 2

KORAK 2: PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Intervjuji z uporabniki

Osnovno načelo oblikovalskega razmišljanja je preprosto: učimo se od ljudi. Lahko imate svoje lastno stališče, predpostavke, interese in cilje, vendar je pomembno, da jih začasno pustite ob strani in da se učite od drugih ljudi. Ta pristop vas spodbuja k preživljanju kakovostnega časa z ljudmi, da si pridobite globlje vpoglede in navdihe iz njihovih življenj. Vemo tudi, da je lahko neprijetno pristopiti k ljudem, ki jih ne poznate, in jim postavljati kup vprašanj. Toda vse to postane lažje z vajo in predpripravo. Začnite tukaj.

S PREMISLEKOM IZBERITE SOGOVORNIKE

Intervjuji z uporabniki so v bistvu pogovori z ljudmi, ki predstavljajo del skupine, ki bi jo za namen svojega projekta radi bolje razumeli. Predstavljajte si spisek vseh ljudi, ki bi lahko imeli svoja mnenja in svoje poglede na vaš oblikovalski izziv, kot so na primer uslužbenci knjižnice in organizacije v lokalni skupnosti. Kot ekipa izberite tiste, od katerih se želite učiti, in določite način, kako stopiti z njimi v stik.

RAZMISLITE O SKRAJNOSTIH

Običajno oblikujemo z mislijo na ciljnega uporabnika. Toda prepoznavanje ljudi in vodenje pogovorov s posamezniki, ki so bodisi zelo seznanjeni s proizvodom ali storitvijo ali pa ju sploh ne poznajo, lahko izpostavi ključna vprašanja izziva in nudita dragoceno razumevanje za izboljšavo. Razmislite o ljudeh, s katerimi bi se želeli pogovoriti, da bodo predstavljali skrajnosti v vedanju: na primer super uporabniki, neuporabniki, »zvesteži«, skeptiki ali zagovorniki.

NAČRTUJTE INTERAKCIJO IN LOGISTIKO

Pomislite, kako pravzaprav želite, da je videti vaša interakcija z uporabniki. Kje se želite srečati z njimi? Ali obstaja kakšna dejavnost, ki jo lahko opravite sočasno in tako obogatite pogovor? Kakšna vprašanja jim boste zastavili? Intervjuji navadno trajajo 40–50 minut in predlagamo ne več kot tri osebe za intervju.

PRIDOBITE UDELEŽENCE

Povezati se boste morali z ljudmi, s katerimi želite opraviti pogovore. Naj vas ne bo strah poseči v osebno omrežje – povprašajte svoje prijatelje, družinske člane in druge sodelavce, ki imajo morda obširnejši krog znancev, da ugotovite, kdo vam je pripravljen pomagati pri tem projektu. Prav tako lahko izberete tudi uporabnike knjižnice. Čeprav jih ne poznate, ljudje v glavnem z veseljem delijo svoje poznavanja, še zlasti, če jim poveste, da je vaš cilj ustvariti pozitivne spremembe v knjižnici. Večje zanimanje lahko dosežete tudi z majhno spodbudo v obliki darilnega bona za kavo ali s kakšno drugo zahvalno gesto.

PRIMER

Ekipa iz Splošne knjižnice Aarhus si je prizadevala razumeti potrebe, povezane z uporabo tehnologije v knjižnici. Povezali so se s svojim družbenim omrežjem in si pridobili nabor različnih uporabnikov, med katerimi so bili nekateri tehnološko zelo izkušeni in drugi, ki so imeli s tehnologijo zelo malo izkušenj, kot na primer uporabnica na sliki. Pošiljali so elektronsko pošto prijateljem in družinskim članom in za intervju pridobili precej udeležencev. Vodili so enourne pogovore z uporabniki na njihovih domovih, da bi spoznali njihove potrebe, povezane s tehnologijo v knjižnici. Kot del pogovora je oblikovalska skupina prosila za ogled njihovega telefona in drugih naprav, ki jih redno uporabljajo. Ob koncu intervjuja so udeležencem podarili dve brezplačni vstopnici za kino.



KORAK
2 od 4

KORAK 2: PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Intervjuji s strokovnjaki

Intervju s strokovnjakom je natančno to: pogovor z nekom, ki ima globoko strokovno znanje na področju, ki je sestavni del vašega projekta. Strokovnjaki so lahko še posebej v pomoč, ko v kratkem času potrebujete še veliko informacij ali želite spoznati vrhunce na tem področju. Uporabite svojo lastno mrežo poznanstev za iskanje strokovnjakov, ki vas bodo navdihnili. Preprosto ljudem pošljite e-pošto in preverite, ali bodo pripravljeni govoriti z vami ali vas povezati z drugimi strokovnjaki.

IZBERITE SVOJ ZORNI KOT

Strokovnjake boste izbirali glede na svoje cilje. Iščete nekoga, ki ima temeljito znanje, ali želite pridobiti več zgodovinskega pogleda na to, kaj je že delovalo in kaj ni? Pridobite nekaj različnih pogledov, da uravnotežite svoje podatke.

PRIMER

Za potrebe projekta o prihodnosti splošnih knjižnic je IDEO opravil intervju s profesorjem in knjižničarjem v Knjižnici Mansueto na Univerzi v Chicagu. Njihovo knjižnico sestavljata dva dela: prvi del je tradicionalna zbirka monografij, drugi pa je ogromen podzemni skladiščni sistem z avtomatiziranim iskanjem in dostavo knjig. Ta podzemni sistem je namenjen redkim knjigam. Od strokovnjakov smo izvedeli zanimiv pogled na prihodnost knjižnic. Četudi bodo monografije morda že v celoti na voljo v digitalni obliki, bodo v knjižnicah še vedno obstajale potrebe po redkih in posebnih knjigah. Tako bodo skladiščni sistemi kot Mansueto še posebej pomembni za prihodnost knjige.



PRIPRAVITE SE NA PLODEN POGOVOR

Pazljivo načrtujte potek pogovora. Ne pozabite poprositi strokovnjaka, da vam aktivno pomaga oblikovati zgodnji koncept. Uporaba videokonferenčnih orodij, kot je Skype, omogočajo delitev in izgradnjo vizualnih konceptov v realnem času.

PRIMER

Za potrebe projekta o vključevanju najstnikov v Splošno knjižnico Chicago je skupina knjižničarjev opravila intervju z vodjo Oddelka za najstnike te iste knjižnice Jeremyjem Dunnom v njegovi pisarni. Ne pozabite upoštevati sodelavcev svoje knjižnice kot možnih strokovnjakov za razgovor.



KORAK
2 od 4

KORAK 2: PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Opazovanje

Opazovanje je pomemben del oblikovalskega razmišljanja, saj vam ljudje lahko povedo eno, naredijo pa drugo. Pravzaprav se ljudje pogoste ne zavedajo stvari, ki jih počnejo. Medtem ko v intervjuju z uporabnikom spoznavate posameznikove motivacije in vrednote, je idealno, da dejansko vedenje spoznate z opazovanjem. Opazovanje lahko postane eno vaših najboljših orodij za oblikovalsko razmišljanje. Vedno imejte odprte oči – aktivno opazujte, kaj počno vaši uporabniki v knjižnici in zunaj nje.

NAČRTUJTE SVOJA OPAZOVANJA

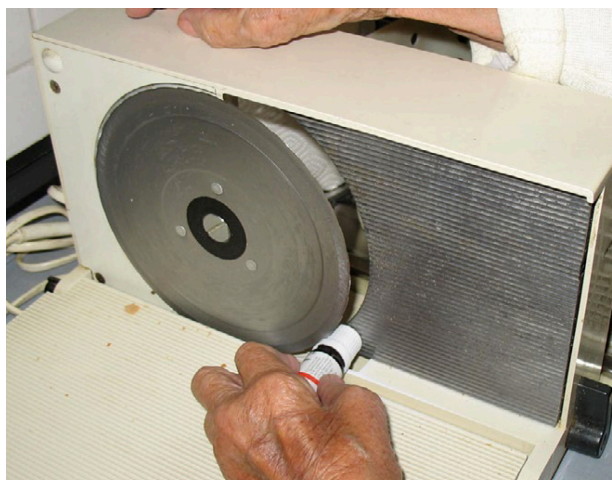
Izberite skupino, dejavnost ali dogodek, ki ga želite opazovati. Če pa delate neposredno s svojimi uporabniki, nekaj časa posvetite opazovanju tistega njihovega vedenja, ki je pomembno za vaš projekt. Opazovanje njihovega vedenja lahko zaključite ob intervjuju. Ljudi lahko poprosite, da vam pokažejo, kako naredijo določene stvari ali kje jih hranijo. Imejte odprte oči za kar koli zanimivega ali nepričakovanega.

RAZMISLITE O TEM, KAR STE OPAZILI

Takoj po opazovanju razmislite o trenutkih, ki so se vam zdeli najbolj zanimivi. Zapišite jih na samolepilne lističe ali v svoj zvezek, da jih boste lahko delili s svojo skupino na način, ki bo točen, živ in vizualen.

PRIMER

Pri projektu o zdravstvenem varstvu, ki smo ga opravili pri IDEO, smo se pogovarjali z žensko, ki je jemala več zdravil hkrati. Ženska je bila artritična, zato jo je anketar vprašal, če ima težave pri odpiranju škatlic/stekleničk z zdravili. Odgovor je bil »ne«. Nato jo je anketar prosil, da mu pokaže, kako je odprla eno od njih. Stekleničko je odprla s pomočjo salamoreznice. To je bilo za ekipo pomembno spoznanje, saj je ženska našla obvozno rešitev za lažje odpiranje stekleničk, čeprav je bila to ena izmed skrajnih rešitev. Tega ne bi nikoli ugotovili, če ne bi opazovali njenega dejanskega vedenja.



KORAK
2 od 4

KORAK 2: PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Poglobljene izkušnje

Poglobljeno izkušnjo, znano tudi kot opazovanje udeležencev, uporabljajo etnografi in je zelo uporabna v oblikovalskem razmišljanju. Je odličen način za ustvarjanje empatije do svojih uporabnikov in razumevanje sveta z njihovega stališča. Čeprav vam ni treba preživljati tednov s svojimi uporabniki v njihovem okolju, se prav lahko vživite v srečanja z njimi v okolju, ki ga občutijo kot naravno ali rutinsko.

SVEŽ POGLED

Pri svojem vsakdanjem delu v knjižnici ste razvili ukoreninjene navade in poglede. Eden odličnih načinov za vrnitev svežine v svoj pogled je preživeti dan »v čevljih svojega uporabnika«. Preživite dan kot uporabnik: izposodite si knjigo, uporabite uporabniški računalnik ali pa pojdite v prostore, ki jih navadno ne obiskujete. Če delate z otroki, pogledajte na svet iz njihove samo metrske višine. Če delate z ljudmi na invalidskih vozičkih, se poizkusite sprehoditi na invalidskem vozičku po mestu ali knjižnici. Te izkušnje bodo spremenile vaš pogled na svet.

NOVE IZKUŠNJE

Druga možnost je iskanje novih izkušenj, ki vam lahko pomagajo razvijati empatijo do vaših uporabnikov. Če na primer iščete nove zamisli o načinih zagotavljanja bolj zdravih možnosti prehranjevanja za ljudi v stiski, lahko v času gneče za kosilo obiščete poceni kavarno ali restavracijo s hitro prehrano. Počakajte v vrsti, naročite obrok in med jedjo opazujte prostor.

PRIMER

Pri projektu o povečanju dohodkov malih kmetov za IDE Etiopija je oblikovalska ekipa IDEO-ja prenočila v Arsi Negelle, kjer je naslednje jutro preorala družinska polja. Prenočitev je omogočila ekipi preseči običajne zgodbe, ki jih ljudje povedo nevladnim organizacijam, in izvedeti za intimne načrte kmetov za prihodnost.



KORAK
2 od 4

KORAK 2: PROUČITE RAZISKOVALNE METODE

Podobne izkušnje

Prav verjetno poznate koncept analogij. To je asociativni miselni proces, ki nam omogoča prenos pomena z določenega predmeta na drugega. Raziskave analogij delajo enako: črpajo navdih iz nekega drugega konteksta ali izkušenj, ki v mnogočem niso povezane s predmetom vašega oblikovalskega izziva, in vam pomagajo pridobiti svež pogled.

RAZMISLITE O PODOBNIH IZKUŠNJAH

Pomislite na izkušnje, ki so izven vašega tematskega področja, vendar so na nek način povezane s ciljem vaše raziskave. Če je na primer vaš cilj ustvariti skupnost, pomislite na skupine, ki jim je to že uspelo. Ekipa, ki si prizadeva ustvariti občutek skupnosti za spletno šolo, je opravila intervju z nekdanjim mornariškim specialcem, da bi razumela, kako so pripravljeni izobraževalni tabori za načrtno ustvarjanje vezi med naborniki.

Vprašajte se, kakšne so različne vloge, ki jih knjižnica igra. Kateri so podobni problemi ali situacije v svetu, ki bi vas lahko navdahnile v kontekstu problema, ki ga želite rešiti?

PRIMER 1

Zamislite si knjižnico kot tretji prostor. Tretji prostor je družbeni prostor, ki je ločen od doma in delovnega prostora. Kateri so še tretji prostori, ki bi jih lahko raziskovali? Morda kavarna ali občinsko središče?

Zamislite si knjižnico kot učno središče. V tem kontekstu so lahko podobni prostori muzej, kulturno središče ali celo šola.

Drugi podobni prostori, ki si jih lahko zamislite za knjižnico, so igrišča, tržnice, internetne kavarne, javni vrtovi in parki.

PRIMER 2

Za potrebe knjižničnega projekta o oblikovalskem razmišljanju na Danskem je IDEO proučeval dejavnosti za otroke in družine. Razmišljali so o knjižnici kot o prostoru za interaktivne razstave, zato so se odločili navdih poiskati v lokalnem muzeju. V muzeju so našli interaktivne razstave, ki so bile narejene za odrasle, a so ugajale tudi otrokom, hkrati pa so našli privlačen ustvarjalni prostor tako za otroke kot odrasle, ki je vabil k sodelovanju v projektih umetnosti in obrti.

Primer 1



KORAK
2 od 4

KORAK 3

NAČRTUJTE SVOJO RAZISKAVO

Odličen način za začetek priprave na raziskavo je izdelava seznama želja za vaš idealni načrt. Premislite, katere metode vam bodo najbolj pomagale razumeti uporabnike in odgovoriti na vprašanja. Začnite izbirati raziskovalne metode in razmišljati o dokumentiranju svoje raziskave: če opazujete v svoji knjižnici, lahko zelo verjetno fotografirate in snemate. Če opazujete kje drugje, boste za to morda potrebovali dovoljenje.

Eden od načinov, kako se pripravimo na te izkušnje, je tak, da se pretvarjamo, da smo turisti in prvič na obisku v drugi državi. Predstavljajte si, da ste prvič v svoji knjižnici, in jo poskušate videti z vso svežino in naivnostjo.

“

Izleti na terenu so bili dragoceni. Dobili smo navdih in se odprli novim zamislim. Spoznali smo, da spremembe niso nujno tako težke. Ko pripravljate svoj seznam želja, vedite, da so ta potovanja vredna časa, ki ga potrebujete, da greste ven in pogledate, kaj delajo druge organizacije. Vrnili smo se polni navdiha in navdušeni nad možnostmi za CPL.

Ekipo Splošne knjižnice Chicago razmišlja o svoji raziskavi.

”

SPREMLJAJTE LJUDI NAOKOLI

Kot del intervjuja boste doživeli potopitveno izkušnjo, če boste prosili za dovoljenje in spremljali nekoga skozi njegov dan ali rutino. V ta namen izberite nekoga, kot so knjižnični manipulant, referent ali uporabnik, ki si izposoja knjigo. Lahko jim zastavite vprašanja o tem, kaj med postopkom počnejo.

STOPITE V NJIHOVE ČEVLJE

Kaj če bi doživeli knjižnico kot nekdo, ki je del vaše ciljne uporabniške skupine, namesto da mu sledite naokoli? Lahko se na primer udeležite delavnice, si izposodite knjigo, čez dan v knjižnici nekaj napišete ali preberete. Poskusite videti svojo knjižnico s stališča uporabnika.

ZABELEŽITE, KAR VIDITE

Naredite si veliko zapiskov in fotografij vsega tega, kar vidite, slišite, čutite, vonjate in okušate med terenskim obiskom. Kadar koli je to mogoče, zabeležite besedilo dobesedno, kot citat. Takoj si zapišite svoje misli in ne skrbite za njihovo interpretacijo.

FOTOGRAFIRAJTE

Fotografije vam pomagajo, da se spomnite, s kom ste govorili in kaj ste videli. Fotografije, ki jih posnamete med intervjujem, bodo naredile vašo raziskavo bolj vizualno, smiselno in lažjo za priklic spomina in krmarjenje med podatki. Svoje intervjuvance vedno vprašajte, ali se s fotografiranjem strinjajo, in fotografij nikoli ne uporabljajte za kar koli izven projekta.



PRIPRAVLJENI, DA SE POGLOBITE V NAČRTOVANJE RAZISKAVE?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 23, Drugo poglavje, Dejavnost 4



KORAK
3 of 4

KORAK 3: NAČRTUJTE SVOJO RAZISKAVO

Priprava na intervju

Intervjuji so v bistvu pogovori, kar pa ne pomeni, da so lahki. Ko se pogovarjate z udeleženci raziskave, jih poskusite prepričati, da se sprostijo, kot da skupaj pijete kavo ali čaj. Morda boste presenečeni, vendar vodenje intervjuja v sproščenem vzdušju zahteva temeljite priprave.

Ko boste enkrat že imeli časovni razpored intervjujev, boste morali načrtovati tudi to, kaj boste vprašali. Intervjuji so pogovori, zato si ne želimo, da bi zveneli preveč formalno, a kljub temu pomaga, če imamo pripravljen niz vprašanj. Vprašanja delujejo kot zagotovilo, da pokrijete vse želene teme razprave, vendar lahko ob tem še vedno postavite vprašanja, ki niso vključena v vodnik za pogovor.

DOLOČITE CILJE

Kot ekipa razmislite o cilju svojega oblikovalskega izziva. Vprašajte se z nekaj osnovnimi vprašanji: Zakaj delate to raziskavo? Kaj poskušate ugotoviti? Vedite, da je najdragocenejši del priprave vodnika za pogovor prav razmišljanje to tem, kaj sodi vanj.

ORGANIZIRAJTE SVOJA VPRAŠANJA

Izkušnje kažejo, da je vedno dobro začeti z nekaj preprostimi vprašanji, nato pa jih poglobiti. To bo vašemu sogovorniku dalo čas, da se bo sprostil in mu bo z vami dovolj prijetno.

- Najprej zberite ustrezne osnovne demografske podatke. Povprašajte jih po starosti, s čim se preživljajo, ali imajo otroke itn.

- Začnite z vprašanji, ki so preprosta, a tudi dovolj široka. S tem boste zajeli širše zamisli, šele nato se boste poglobili v podrobnosti. Če se na primer pogovarjate z nekom, kako njegova družina uporablja knjižnico, lahko začnete z iztočnico: »Povejte mi, zakaj vodite svoje otroke v knjižnico« ali »Povejte mi, kako je bilo zadnjič, ko ste z družino prišli v knjižnico«.

- Pojdite globlje: postavite vprašanja o pričakovanjih, strahovih in hotenjih. Najbolje je, če so to odprta vprašanja, a se subtilno vrnite k svojemu oblikovalskemu izzivu. V primeru družinske uporabe knjižnice lahko kasneje v razgovoru postavite vprašanje, kot je: »Kakšna pričakovanja in sanje pa gojite za svoje otroke?«

POSTAVITE VPRAŠANJA STRATEŠKO

Oblikujete odprta vprašanja, to vam bo pomagalo pri nadaljnjem raziskovanju vašega izziva in zanimivih tem, ki jih boste odkrivali med poglobljenim pogovorom.

POSKUSITE KAJ TAKEGA:

- "Pripovedujte mi o izkušnji ..."
- "Pripovedujte mi zgodbo o ..."
- "Povejte mi, kako ste zadnjič ..."
- "Kaj je najboljše/najslabše pri ...?"
- "Mi lahko pomagate bolj razumeti ...?"

Spodbujajte ljudi, da vam povedo celo svojo zgodbo in izogibajte se vprašanjem, ki vodijo do odgovorov »da/ne«.



KORAK
3 od 4



KAKO VODITI INTERVJU

***Ko ste enkrat zbrali udeležence, morate z njimi opraviti razgovor.
Sledite tem splošnim smernicam.***

VZPOSTAVITE ZAUPANJE S SOGOVORNIKI

Ustvarite vzdušje zaupanja tako, da začnete pogovor na neformalen način. Začnite govoriti o temi, ki ni povezana z vašo raziskavo, da se sogovornik lahko sprosti. Upoštevajte prostor, v katerem ste, in zagotovite, da boste imeli ustrezno stopnjo zasebnosti.

- *Potrpežljivo poslušajte. Ne prekinjate in dovolite premore, da ima sogovornik čas za razmislek.*
- *Uporabljajte neverbalno govorico, kot so očesni stik, prikimavanje in nasmehi, ker tako prepričate sogovornika, da sodelujete in da vas zanima, kar vam pripoveduje.*
- *Spodbujajte sogovornika, da ob pripovedovanju tudi kaj pokaže. Prosite udeleženca, da vam pokaže predmet ali prostor, o katerem govori.*
- *Udeleženec naj vam nariše to, o čemer govorita.*
- *Poskusite vprašati »zakaj« kot odziv na zaporedne odgovore.*

VEDITE, KAJ IŠČETE

Iščite znake, ki razkrivajo, kaj je ljudem mar, in ne pozabite, da si v izjavah lahko nasprotujejo. Kar ljudje »rečejo«, je pogosti drugačno od tistega, kar dejansko »storijo«.

- *Poiščite namige v stvareh, s katerimi se ljudi obdajajo, ali v načinih, kako se vedejo.*
- *Upoštevajte zasilne rešitve in prilagoditve, ki so jih napravili ljudje zato, da sistemi ali orodja bolje služijo njihovim potrebam.*

ZABELEŽITE, KAR VIDITE

Naredite si veliko zapiskov in fotografij tega, kar vidite, slišite, čutite, vonjate in okušate med terenskim obiskom. Zabeležite neposredne besede kot citate, kadar koli je to mogoče. Takoj zapišite svoje misli in ne skrbite za njihovo interpretacijo.

UJEMITE CITATE

Med pogovorom zabeležite pomembne citate neposredno in še ne interpretirajte, kaj mislite, da oseba pravi. Pozneje, ko boste to delili s svojo ekipo, boste imeli natančnejši pregled nad tem, kdo ta oseba je – na njegov način in v njegovem jeziku.

VZEMITE VSE

Naj vas ne skrbi preveč, da bi morali izkušnjo v trenutku razumeti. Kasneje utegne vplivati na vaš projekt na načine, ki si jih nikoli niste predstavljali.

KORAK 4

DOKUMENTIRAJTE MED RAZISKAVO

Zelo lahko, da boste občutili preobremenjenost s količino informacij, ki ste jih zbrali z intervjujem. Če si takoj po razgovoru vzamete čas za povzetek vsega, kar ste opazovali, vam bo to kasneje v veliko pomoč, ko boste zgodbe pripovedovali svoji ekipi. Po razgovoru ali opazovanju načrtujte dodatnih 15 do 20 minut, da boste lahko s člani ekipe delili svoje vtise, dokler so ti še sveži. Pomembno je, da se to ne zgodi pred osebo, ki ste jo pravkar intervjuvali. Če ste v knjižnici, se boste morda morali preseliti na lokacijo, ki je odmaknjena od uporabnikov. Primerjajte izkušnje in vtise, vendar zgodbe še ne interpretirajte.



KORAK
4 od 4

PROUČEVANJE NAJBOLJŠIH 5

Preprost način pristopa je, da zapišete svojih pet najpomembnejših vtisov, nekaj, čemu pravimo »Najboljših pet«. Traja le nekaj minut in dobili boste zadovoljivo podlago za fazo ideacije. Več stvari je, za katere sodite, da bi jih vključili v svojih najboljših pet. So bile kakšne nepozabne besede ali zgodbe? Kaj vas je najbolj presenetilo? Kaj je bilo zanimivega v načinu, kako je intervjuvanec/intervjuvanka komuniciral/a z okoljem?

Razmislite o vseh vprašanjih, ki bi jih radi nadalje raziskali z naslednjim intervjujem. Zajemite vsa vprašanja ali zamisli, ki se pojavijo po intervjuju, in jih dodajte svojemu vodniku za razpravo.



ŽELITE VEČ NASVETOV ZA DOKUMENTIRANJE?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 25, Drugo poglavje, Dejavnost 4

KORAK 4: DOKUMENTIRAJTE MED RAZISKAVO

Ostanite organizirani

Pomembna praksa, ki jo morate razviti med raziskovanjem, je organizacija vseh informacij, ki jih zberete. Na koncu dneva ne pozabite naložiti fotografij in videoposnetkov, svoje zapiske razstavite v svojem delovnem prostoru, da jih lahko vidite in zlahka dostopate do njih. Bolj ko ste med raziskavo organizirani, bolj učinkovito boste lahko zaključili naslednje faze svojega projekta.

IMEJTE DOKUMENTARISTA

Lažje bo ostati organiziran, če boste imeli v ekipi nekoga, ki bo za to zadolžen. Če tega še niste storili, razmislite, kateri član ekipe je najbolj primeren za nenehno sprotno organiziranje in arhiviranje vaših raziskovalnih podatkov. Ta oseba bo zadolžena tudi za tiskanje fotografij in snemanje napredka vaše ekipe s kamero.

UPORABLJAJTE SPLETNA ORODJA

Obstaja mnogo spletnih orodij, ki jih lahko izkoristite kot pomoč pri ohranjanju organiziranosti. V nadaljevanju so navedeni brezplačni viri, ki jih boste morda želeli preizkusiti, še posebej, če se na veliko lotevate raziskovanja ali imate večjo in v vaš oblikovalski projekt vpleteno razširjeno ekipo. Če ničesar od tega ne poznate, priporočamo, da jih z ekipo skupaj preizkusite, saj vsako orodje ni primerno za vse, zato preizkušanje lahko traja nekaj časa.

ARHIVIRANJE

Basecamp je spletna aplikacija za vodenje projektov. Ima vgrajeno funkcijo koledarja in zmore shraniti razne vrste dokumentov, ki jih lahko delite s svojo ekipo. Če pride do sprememb ali razprav v vašem delovnem okolju Basecamp, bo takojšnje obvestilo poslano tudi vaši ekipi in tako boste lahko skupaj zasledovali napredek, četudi vaša ekipa ni na isti lokaciji.

Dropbox je storitev, ki vam omogoča prenos videoposnetkov, fotografij in drugih datotek v spletni oblak tako, da lahko do njih dostopate od koder koli.

SODELOVANJE

Google Docs je naša prva izbira in priporočilo kot orodje za sodelovanje pri pisanju. Uporabite ga za povzemanje vprašanj, dokumentiranje zapisnikov sestankov in gradnjo skupne baze spoznanj ali informacij. Medtem ko se bo večina vašega dela odvijala na stenah projektnega prostora, bo Google Docs koristen pri prenosu vseh vaših misli in spoznanj na papir.

NAČRTOVANJE

Doodle je spletna storitev, ki vam bo koristila, ko poskušate načrtovati sestanek z večjim številom ljudi. Uporabite Doodle pri iskanju medsebojno sprejemljivega časa za srečanje.

Z uporabo orodja **Google Calendar** lahko povabite člane ekipe v isti koledar in delite ključne datume in ure sestankov. V pomoč vam bo pri usklajevanju raziskav, daljših sestankov z ekipo ali razprav o uporabniških povratnih informacijah.

DELJENJE

Wordpress je odlična bloggerska platforma za beleženje razmišljanj o projektu. Ko se lotite svojega oblikovalskega projekta, je zelo pomembno, da si vzamete čas za pisanje in razmišljanje o napredku svoje ekipe.

Google Plus je odličen, če imate račun Google (Google Account) – če ga nimate, toplo priporočamo, da se vanj registrirate. Google Plus je družbeno omrežje, ki vam omogoča ogled posodobitev pri prijateljih in drugih skupinah. Uporabite Google Plus za delitev navdihov, spletnih strani, fotografij in videov med člani svoje ekipe.



KORAK
4 od 4



ŠTUDIJA PRIMERA

Št. 1

“Pregled črevesja”

IZZIV

Kolorektalni rak je drugi najpogostejši vzrok smrti v povezavi z rakom v Združenih državah, ki prizadene tako moške kot ženske. Čeprav je presejanje najboljši način za zgodnje odkrivanje, ko je zdravljenje najbolj učinkovito, se le polovica ljudi, starih 50 let ali več, udeleži presejalnega programa. Za reševanje tega problema je IDEO sodeloval z Ministrstvom Združenih držav za zdravje in socialne zadeve (HHS).

PREGLED STANJA

Da bi lahko bolje razumeli, zakaj se ljudje ne udeležujejo presejalnega programa raka debelega črevesa, je IDEO izvedel raziskavo v različnih okoljih. Metode so vključevale obsežne intervjuje na domu z bolniki, ki se soočajo z vrsto od kroničnih do akutnih bolezni, neopazno spremljanje razgovorov med bolniki in zdravniki, pogovore z različnimi vrstami zdravnikov in srečanja s strokovnjaki s področja odločanja in prevajanja medicinskih raziskav. Ekipa je odkrila, da je izziv vrzel v pogledih in komunikaciji med zdravniki in bolniki. Medtem ko imajo zdravniki in drugi medicinski strokovnjaki znanje za razlago pomena presejalnih programov debelega črevesa in različnih vrst pregledov, so bolniki strokovnjaki, ko gre za poznavanje lastnega življenjskega sloga in pregleda možnosti, kako se bo zdravljenje lahko postopoma vključilo v njihovo življenje.

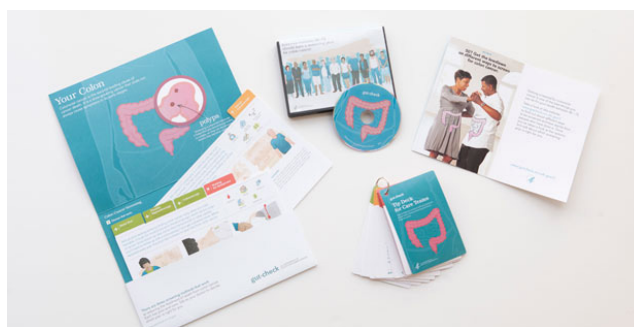
Oblikovalska rešitev je bil komplet komunikacijskih orodij – spletna stran, videoposnetki pričevanj bolnikov, kartice z nasveti za pogovor, plakati, brošure in majice, – ki podpirajo pot odločanja bolnikov od zavedanja o različnih presejalnih možnostih do sprejemanja korakov, ki vodijo do izboljšanja njihovega zdravja.



ZAKAJ JE BIL NAVDIH POMEMBEN

Z raziskavo je ekipa ugotovila, da morajo zgraditi orodje, ki bo omogočalo boljše pogovore. Oblikovalka in načrtovalka pri IDEO Amy Schwartz pojasnjuje, kako so na koncu različne raziskovalne metode osvetlile dejstvo, da so »zdravniki z Marsa in bolniki z Venere«. Z drugimi besedami, z opazovanjem, kako bolniki in zdravniki komunicirajo, je ekipa bolje razumela, kako različno so se lotili vprašanja. Ekipa se je morala vživeti in videti izziv z uporabnikovimi očmi, v tem primeru z bolnikovimi.

Za navdih so iskali podobne situacije, kjer sta nestrokovnjak (kot prej bolnik) in strokovnjak (prej zdravnik) morala komunicirati, da bi skupaj prišla do rešitve. Schwartz izpostavlja podrobnosti v dogajanju med frizerjem in stranko. Medtem ko frizer razume tehnične razlike med različnimi striženji, temeljijo strankine potrebe, poleg videza, tudi na izbiri življenjskega sloga, kako pogosto želijo striči svoje lase in koliko časa bodo porabili za oblikovanje pričeske.





ŠTUDIJA PRIMERA No. 2

“Kitajska storitev za zmenke”

IZZIV

Ena izmed vodilnih spletnih platform za zmenke na Kitajskem ima preko 70 milijonov registriranih uporabnikov, vendar je bila stopnja obdržanja uporabnikov na aplikaciji nizka v primerjavi z njeno spletno stranjo. Hkrati so ljudje menili, da je bila izkušnja dogovarjanja za zmenek preveč formalna. Posledično je podjetje prosilo IDEO za igrifikacijo izkušnje, da bi pritegnila več sodelovanja ter postala bolj zabavna in romantična.

PREGLED

Ekipa je vedela, da želi izvesti več o ciljnih uporabnikih – mladih samskih – in njihovih vedenjih pri zmenkih, zato so poizkusili z dvema inovativnima raziskovalnima tehnikami: fotodnevnik in skupinskimi razpravami. Za fotodnevnik je ekipa prosila štiri moške in štiri ženske, naj ustvarijo valentinov dnevnik z »etnografskimi sebki« ali slikami, ki so jih posneli preko dneva. To je bila priložnost preveriti ne le, kaj so uporabniki povedali, da cenijo, pač pa tudi njihovo dejansko vedenje. Poleg tega je ekipa izvedla skupinski pogovor, ki se je začel kot zabava in se nato razvil v spletno klepetalniško skupino s ciljem izvesti več o skupinskih igrah, zabavi in ljubezni.

Na koncu je IDEO preoblikoval aplikacijo podjetja tako, da se je odmaknila od platforme, ki je dovoljevala uporabnikom komuniciranje le preko e-pošte, k taki, ki je ponudila različne igrive in družabne načine povezovanja. Ker so na primer izvedeli, da se ljudje v zvezi s svojimi zmenki radi posvetujejo z družino in prijatelji, aplikacija ponuja tudi socialni element.

ZAKAJ JE BIL NAVDIH POMEMBEN

Tako lahko vidite, da je intervju z uporabnikom »ena na ena« soliden temelj za raziskovanje, vendar je to le izhodišče in ne konec. Naj vas ne bo strah postati ustvarjalen, kot je to storila ta ekipa z različnimi raziskovalnimi metodami. »Pomembno je, kdo zgodbo pripoveduje in kako jo pove,« je rekel Ge Jin, oblikovalec in načrtovalec pri IDEO. »Takrat, ko ljudje pripovedujejo svoje zgodbe na sproščen način, pridemo do najbolj pronicljivih informacij.« Ne samo to, več kot imate stičnih točk ali priložnosti za povezovanje s svojimi uporabniki, boljša je priložnost za graditev njihovega zaupanja. Ekipa je gradila zaupanje z udeleženci v raziskavi s pomočjo različnih tehnoloških kanalov. Gostiteljstvo spletne klepetalniške skupine je bilo kot raziskava koristno na dveh ravneh: oblikovalcem je omogočilo opazovati skupinsko dinamiko, iskati naprej in postavljati vprašanja, na katera morda niso pomislili med individualnimi razgovori. Poleg tega je bila to še dodatna priložnost in drugačen način povezovanja z uporabniki in s tem še ena prilika za poglobitev njihovega zaupanja. Medtem ko na tehnologijo pogosto gledamo kot na oviro pri povezovanju, je bil to odličen primer nove tehnologije, ki nam je omogočila povezovanja na nov način.



Priporočila



PREBERITE

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS TOOLKIT, 2ND EDITION

Discover Chapter

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

DESIGN KIT INSPIRATION METHODS

<http://www.designkit.org/methods>

How Intelligent Constraints Drive Creativity

<http://blogs.hbr.org/2013/01/how-intelligent-constraints-dr/>

POGLEJTE

HUMAN CENTERED-DESIGN IN ACTION

Izvedite več o različnih metodah Discover, ki jih uporablja ekipa IDEO.org kot del projekta čistih štedilnikov v Tanzaniji. Prenesite si končni rezultat projekta:

<http://bit.ly/cookstovesdeliverable>

EMPATHY

Emi Kolawole, rezidenčna urednica pri d.School na Univerzi Stanford, govori o pomenu empatije za oblikovalsko orodje.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

POGLAVJE

3

IDEACIJA

Faza ideacije spremeni vaše raziskovanje v uporabna spoznanja, ki bodo postala temelj za oprijemljivo oblikovanje.

Iz tega, kar ste se naučili v fazi navdiha, boste razvijali spoznanja, ki bodo pomagala opredeliti priložnosti za oblikovanje. Z viharjenjem možganov boste prišli do številnih novih zamisli. Končno boste osmislili svoje zamisli in jih spremenili v nekaj oprijemljivega, kar boste lahko nato preizkusili v resničnem svetu.

IDEACIJA

Pregled

KORAK 1

PRIPOVEDUJTE ZGODBE *str. 51*

- Delite zgodbo s svojo ekipo *str. 51*

KORAK 2

POIŠČITE TEME *str. 53*

- Prepoznajte vzorce *str. 53*
- Pogled od blizu: Razvoj zapiskov *str. 54*
- Pretvorite teme v spoznanja *str. 55*
- Uporabite sheme *str. 57*
- Pogled od blizu: Sheme v praksi *str. 58*

KORAK 3

OBLIKUJTE IZTOČNICE ZA VIHARJENJE MOŽGANOV *str. 59*

- Oblikujte vprašanja »Kako bi lahko?« *str. 59*

KORAK 4

SNUJTE IDEJE *str. 60*

- Pripravite se na viharjenje možganov *str. 60*
- Pogled od blizu: Pravila za viharjenje možganov *str. 62*
- Kako: vizualizirati ideje *str. 63*
- Vzpodbujajte viharjenje možganov *str. 65*
- Uporabite toplotne karte za izbiranje idej *str. 66*

KORAK 5

IZDELAJTE PROTOTIPE *str. 67*

- Naredite konceptualni zemljevid *str. 67*
- Pripravite načrt za izdelavo prototipov *str. 69*
- Pogled od blizu: Razčlenitev koncepta *str. 70*
- Pogled od blizu: Kako do prototipov *str. 71*
- Načrtujte »Ustvarjalni dan« *str. 73*

ŠTUDIJI PRIMEROV *str. 76*

- Šolsko kosilo *str. 76*
- Pure Project družbe Brooks *str. 77*

PRIPOROČILA *str. 78*

KORAK 1

PRIPOVEDUJTE ZGODBE

Do sedaj ste se pogovarjali z mnogimi ljudmi in raziskali več novih pogledov na svoj izziv. Čas je, da vse to, kar ste spoznali, delite s preostalo ekipo ter začnete razvijati spoznanja in prepoznavati teme.

Delite zgodbe s svojo ekipo

Deljenje zgodb pomeni pripovedovati zgodbe s posebnim namenom: izpostaviti bogata področja priložnosti. Nekatere ekipe so se med izvajanjem raziskave morda razdelile, druge pa so vso raziskavo opravile skupaj. Kakor koli, sedaj je pomembno, da določite čas, ko si drug drugemu poveste zgodbe, ki so hkrati premišljuječe in obudijo spomine. Takrat se lahko potopite v različne poglede uporabnika in pridobite globlje razumevanje oblikovalskega izziva v kontekstu njihovega življenjskega okolja.

VODJA EKIPE

PRIPRAVITE SREČANJE S PRIPOVEDOVANJEM ZGODB

Priporočamo, da s svojo ekipo za vsak intervju, podobno izkušnjo ali drugo raziskovalno izkušnjo načrtujete vsaj 15 minut časa za pripovedovanje zgodb. Zagotovite, da bo nasteni veliko prostora, razdelite pisala in samolepilne listke vsem članom ekipe. Natisnite fotografije vsake od izkušenj in pripravite lepilni trak za lepljenje na steno.

IZMENJUJTE SE

Oglejte si seznam raziskovalnih izkušenj, razporejenih po vrstah raziskav, in skušajte deliti prav vse po časovnem zaporedju. Med pripovedovanjem zgodb je vedno koristno pregledati tudi zapiske, ki ste si jih naredili med intervjujem ali opazovanjem.

AKTIVNO POSLUŠAJTE

Medtem ko prisluhnete drug drugemu, morate vi in vaši člani ekipe primerjati in izpostaviti stvari, ki ste jih spoznali. Kje so mnenja različna? Kje je napetost in kje so protislovja? Poiščite pojavljanje vzorcev.



Ekipo v Aarhusu se je pogovarjala s celo družino istočasno, zato so pripovedovali zgodbe s stališča vsakega posameznega družinskega člana.

“Bilo je zamudno, vendar smo s terenskim delom in intervjuji pridobili mnogo več vpogledov, o katerih smo se potem lahko pogovarjali v krogu cele ekipe. Tiste izkušnje, ki jih nismo mogli deliti s pripovedovanjem, pa so bile skoraj izgubljene.

John Glynn, otroški knjižničar v Splošni knjižnici Chicago.

”

KORAK 1: PRIPOVEDUJTE ZGODBE

KAKO POVEDATI DOBRO ZGODBO

- Pri pripovedovanju zgodbe uporabite žive podrobnosti in živahne opise.
- Izogibajte se posploševanju, ne obsojajte in ne ocenjujte.

ZA INTERVJU / OPAZOVANJE

- **Osební podatki:** S kom ste se srečali? (ime, starost, kraj srečanja, poklic, sestava družine)
- **Zanimive zgodbe:** Kaj je bila najbolj nepozabna in/ali presenetljiva zgodba, ki vam jo je oseba pripovedovala? Če ste izbrali Najboljših pet, ponovno pogledajte te poudarke, ki vam bodo pomagali osvežiti spomin. Če je bilo to opazovanje, kaj ste lahko razbrali iz izraza obraza, govornice telesa in dejanj v danem okolju?
- **B.V.B.:** je angleški akronim, ki vam bo v pomoč, da se boste spomnili na vedénje, vrednote in prepričanja, kar je osnova za doseganje globokega funkcionalnega in emocionalnega odnosa, ki ga ima sogovornik do teme izziva. Katera opravila ali vedénja so enkratna za to osebo? Kaj je najboljše ocenila? V kaj verjame ta oseba?
- **Motivacije / Ovire:** Kaj motivira to osebo? Kaj jo najbolj zanima? Kaj je zanjo ovira? Kaj jo frustrira?
- **Okolje:** Kakšno je bilo okolje te osebe (dom, pisarna, delovni prostor, drugo)? Če je bilo to v knjižnici, kako je to nanjo vplivalo?
- **Preostala vprašanja:** Katera vprašanja bi še obravnavali, če bi s tem udeležencem imeli še en razgovor?

IZKUŠNJA POTOPITVE / PODOBNE IZKUŠNJE

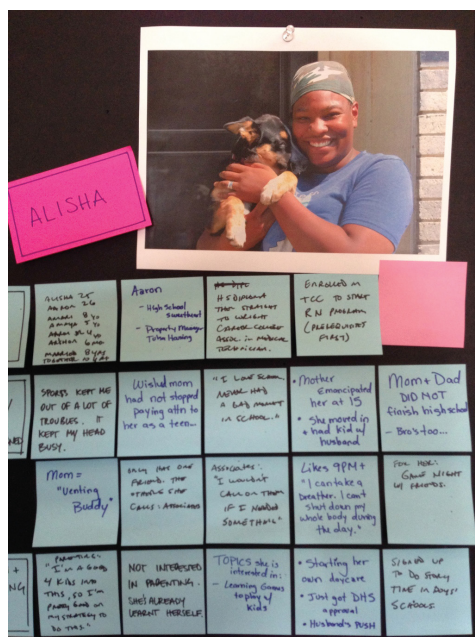
- Podrobnosti o lokaciji: Kam ste šli in kako se to povezuje s temo vašega izziva?
- Zanimive zgodbe: Kateri del obiska je bil najbolj nepozaben ali presenetljiv? Kako vam je ta izkušnja ponudila nov pogled na vaš izziv?

ZAJEMAJTE INFORMACIJE V MAJHNIH KOŠČKIH

Medtem ko eden govori, naj drugi beležijo opombe na samolepilne lističe. Pišite na veliko in čitljivo, da bo te opombe lahko vsakdo videl. Uporabljajte jedrnat izraze ali stavke, ki jih bo z lahkoto razumel vsakdo v vaši skupini. Še posebej koristno je vključiti smiselne dobesečne navedbe za predstavitev udeležencev pripovedi.

IZOBESITE SVOJE ZAPISKE

Zberite vse zapiske svojih srečanj s pripovedovanjem zgodb in jih urejeno predstavite na steni. Začnite s fotografijami, osnovnimi podatki o osebi ali obisku, nato pa še vaš zaključek. Pomembno je, da so organizirani tako, da z lahkoto krmarite med njimi in jih nadgrajujete v naslednjih korakih.



Primer, kako je ekipa prikazala zapiske pred začetkom medsebojnega pripovedovanja zgodb.

ŽELITE IZVEDETI VEČ O PRIDOBIVANJU ZGODB?

- Pojdite na "Pogled od blizu: Razvoj vaših zapiskov" stran 54
- V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 29, Tretje poglavje, Dejavnost 2

KORAK 2

POIŠČITE TEME

Na steni imate samolepilne lističe, fotografije z obiskov in svoje zaključke iz vsake izkušnje. Zdaj je čas, da potegnete povezave med svojimi raziskavami in prepoznate vzorce in teme.

Prepoznajte vzorce

Preglejte vse svoje zapiske in opazujte, kje bi se lahko pričeli pojavljati vzorci. Katere izrečene besede, ideje ali druge misli so znova in znova prišle na površje v zadnjem pripovedovanju zgodb? To bi lahko bila izhodišča za teme, ki gredo z roko v roki z bogatimi spoznanji, ki bodo vodila vaše oblikovanje.

ZDRUŽITE INFORMACIJE V GROZDE

Na stenski tabli povežite v grozde sorodne dele informacij, ki ste jih pridobili z intervjuji in raziskovalnimi izkušnjami. Kaj so omenjali mnogi sogovorniki? Katere težave so očitne? Ko pričnete z ekipo združevati informacije, poskrbite, da se boste temeljito pogovorili o vseh nesoglasjih okoli tega, kje je kakšna informacija umeščena.

POGLEJTE POD POVRŠINO

Ugotovite, kateri deli informacij izvirajo iz članov ekipe več energije. Kateri deli sprožajo še več vprašanj in vas vabijo k razmisleku? Zapiski, ki dajo največji zagon, pogosto kažejo na garanje ali priložnosti. Ti zapiski imajo največ možnosti, da bodo vodili do spoznanj.

PREPOZNAJTE ODNOSE

Ugotovili boste, da so informacije znotraj grozda v medsebojnem odnosu. Kako so povezane? Kaj je skupna nit? Ne bojte se razdruževanja in ponovnega združevanja kategorij, saj gre za nelinearen proces, odnosi se bodo spreminjali, ko boste nadaljevali z obdelavo in organizacijo novih informacij. Z opredelitvijo odnosa lahko bolj oblikujete temo, ki bo veljala za vsak grozd zapiskov.

POIŠČITE SMISELNE NASLOVE

Poimenujte grozde, ki ste jih pravkar oblikovali, s smiselnimi naslovi – kratko besedno zvezo, ki povzema te podatke, a je dovolj prodorna, da je takoj jasno, kje so morebitne dodatne potrebe ali priložnosti. Naslov naj nakazuje tematiko, ki vam bo povedala, kako boste lahko oblikovali zamisli.

KORAK
2 od 5



**PRIPRAVLJENI NA
PREPOZNAVANJE
VZORCEV?**

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 30, Tretje poglavje, Dejavnost 3



POGLED OD BLIZU: RAZVOJ ZAPISKOV

Skozi ideacijo se bo vaš pogled na izziv razvijal in spreminjal. Z globokim razumevanjem svojih opazovanj boste izboljšali možnosti, da vas navdihnejo z novimi zamislimi. Ključno je omogočiti, da se bo vaša raziskava medila skozi več stopenj. Zadržite se in ne spreminjajte takoj spoznanj v rešitve. Vzemite si čas za organizacijo in osmišljanje informacij. Bolj ko boste poglobljeno razlagali svoje ugotovitve – za razliko od prehitrih zaključkov, – bolj boste lahko odprti za nova spoznanja in zamisli, ki vas lahko tudi presenetijo. Sprva bo morebiti nekoliko nelagodno, vendar vztrajajte. S premišljenimi razlagami lahko bolj pritegnete sicer nečitna spoznanja, ki sčasoma pripeljejo do boljših rešitev.

V občini
ni stojnic
s sadjem

DOGNANJA

Dognanja so to, kar zapišete v svoji raziskavi na najbolj osnovni stopnji ob delitvi zgodb: neposredne navedbe besed, anekdote, prvi vtisi, beležke o okolju, beležke o tem, kaj je bilo najbolj nepozabno ali presenetljivo ter izbor iz vaših Najboljših pet.

Težave z
distribucijo

TEME

Teme se pojavijo med organizacijo vaših spoznanj. Kažejo na krovna vprašanja ali potrebe. Na stenski tabli je pomembno ohraniti oboje, ime teme pa tudi s temo povezana dognanja. Tako ne boste izgubili svoje miselne niti, ko se boste premaknili k naslednji stopnji.

Dobavitelji imajo
zelo malo finančne
spodbude za oskrbo
s sadjem v soseskah
z nizkimi dohodki

SPOZNANJA

Spoznanja so ugotovitve, ki razlagajo vzorce v vaši raziskavi. O posameznih vprašanjih lahko nudijo novo razumevanje ali drugačna stališča. Do spoznanj boste prišli s pomočjo informacij, ki ste jih uredili in so zelo pomembne za obravnavani izziv. Morda to niso vedno nova svetovna odkritja, a govorijo o novem razumevanju medsebojno povezanih dognanj, ki ste si jih nabrali

KAKO BI LAHKO
SPODBUDILI
DOBAVITELJE, DA
BI DOSTAVLJALI
SADJE V SOSESKA
S NIZKIMI DOHODKI?

KAKO BI LAHKO ...?

Na tej stopnji so vprašanja po vzorcu »Kako bi lahko?« okvir za viharjenje možganov. V primerjavi s tem, kar ste storili v »Opredelite oblikovalski izziv«, bodo ta vprašanja mnogo bolj taktična kot vaša vprašanja o izzivu in imeli jih boste več za razliko od enega samega pred tem. Namesto skrbi, ali je vprašanje preširoko ali preozko, se raje osredotočite na oblikovanje vprašanj, ki se vam zdijo plodna in vznemirljiva ter imajo potencial za množico rešitev. Ta stopnja bo podrobneje obravnavana v Koraku 3.



ZAMISLI

Zamisli so zasnove, ki nastajajo med viharjenjem možganov. Zamisli so lahko preproste in praktične, divje in nore (kot v zgornjem primeru hipotetični dostavni dron, ki bi omogočil poceni dostavo sadja). Priporočamo, da generirate, kolikor je mogoče veliko zamisli, in jih, kolikor se le da, predstavite kot vizualne skice. Ta stopnja bo podrobneje obravnavana v Koraku 4.

KORAK 2: POIŠČITE TEME

Pretvorite teme v spoznanja

Spoznanja so jedrnat izraz tega, kar ste spoznali med potekom raziskave. Združujejo opazovanje s sklepanjem tako, da ustvarijo nov pomen. Odražajo razumevanje obravnavanega vprašanja in se zdijo nepričakovana, neočitna in zanimiva. Spoznanja nam omogočajo, da vidimo svet na nov način, in so pobudniki novih zamisli.

Sledijo nekateri kriteriji za tehtna spoznanja. Dobra spoznanja so ...

INTUITIVNA

So smiselna že po občutku. Čutimo jih kot presenetljiva, vendar resnična.

NEOČITNA

Osvetljujejo nekaj pod površjem. Prestanejo test, ki mu pravimo »Pa kaj potem?« – kar pomeni, da obstaja odgovor, zakaj je to vprašanje pomembno.

TVORNA

Napeljujejo na priložnosti za nastanek novih zamisli in konceptov.

LEPLJIVA

So jedrnata, drzno izražena in se med razpravo v ekipi mnogokrat ponovijo, kot bi se lepile na različne teme.

KORAK
2 od 5



PRIPRAVLJENI PRETVARJATI TEME V VPOGLEDE?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 31, Tretje poglavje, Dejavnost 4

KORAK 2: POIŠČITE TEME

NAJ BODO VAŠE TEME UPORABNE

Oglejte si teme, ki ste jih ustvariti za vsakega od svojih »grozdov«, in poskrbite, da se bodo odzivale na potrebo. Ko preoblikujete teme v spoznanja, napišite celo trditev, kot na primer »Dobavitelji nimajo finančne spodbude za oskrbo s sadjem soseske z nizkimi dohodki«. Zapišite celotno trditev na samolepilni listič in dopolnite svoj »grozd« s tem novim stavkom.

SPOZNANJEM DAJTE PREDNOST PRED IZZIVOM

Ponovno si oglejte svoj oblikovalski izziv: Kako se vaša spoznanja povezujejo z izzivom? Katera spoznanja se zdijo najmočnejša in najpomembnejša? Zdaj je čas, da se ozrete na »pridelek« in poiščete tri do pet najpomembnejših spoznanj, medtem ko izločite manj pomembne informacije.

IZOSTRITE SVOJA SPOZNANJA

Poigrajte se z besedilom in strukturo, da boste kar najboljše posredovali svoja spoznanja. Ciljajte na nepozabne, kratke stavke, ki na temeljih vaše raziskave drzno povedo, v kaj verjamete. Obrazec, ki ga uporabite, izgleda takole:

Ljudje potrebujejo/želijo/imajo ... toda/kljub/zaradi ...

Npr. ljudje potrebujejo pomoč pri elektronskih virih, ki so na voljo v knjižnici, vendar so v zadregi pred osebjem za informacijskim pultom.

PRIDOBITE POGLED OD ZUNAJ

Ko imate oblikovanih že več spoznanj, razmislite o povabilu nekoga izven vaše ekipe, ki bo prebral vaša spoznanja. Ta nova perspektiva vam lahko pomaga izluščiti spoznanja, ki so bolj drzna, bolj sveža in plodna.

PRIMER

IDEO.org je sodeloval s Svetovalno skupino za pomoč revnim (CGAP) pri oblikovanju novih in dostopnejših oblik varčevanja za Mehičane z nizkimi dohodki. Ko je skupina IDEO.org začela izvajati raziskave v Mexico Cityju, je spoznala, da so ljudje v resnici že varčevali na vse mogoče in neverjetno raznolike načine. Vendar so bili ti načini varčevanja izven uradnih bančnih sistemov in se o njih običajno v skupnosti ni govorilo, ko je tekel pogovor o varčevanju. Namesto nadomeščanja teh neformalnih načinov varčevanja, v katere so Mehičani že bili vpleteni, je ekipa na podlagi tega pomembnega spoznanja začela oblikovati vrsto nadgradenj tem pri domačinih že priznanih varčevalnih postopkih.



KORAK 2: POIŠČITE TEME

Uporabite sheme

Sedaj, ko imate nekaj tehtnih spoznanj, je čas, da poiščite pravi način za njihovo razširjanje med ljudi. Svoja spoznanja običajno usmerjamo v shemah, zato: 1. naredimo informacije bolj očitne in vidne in 2. poglobimo se v odnose, ki jih predstavljajo spoznanja. Sheme vam pomagajo organizirati misli in zagotavljajo strukturo za nadaljnje interpretacije.

PRIVOŠČITE SI NE VEDETI

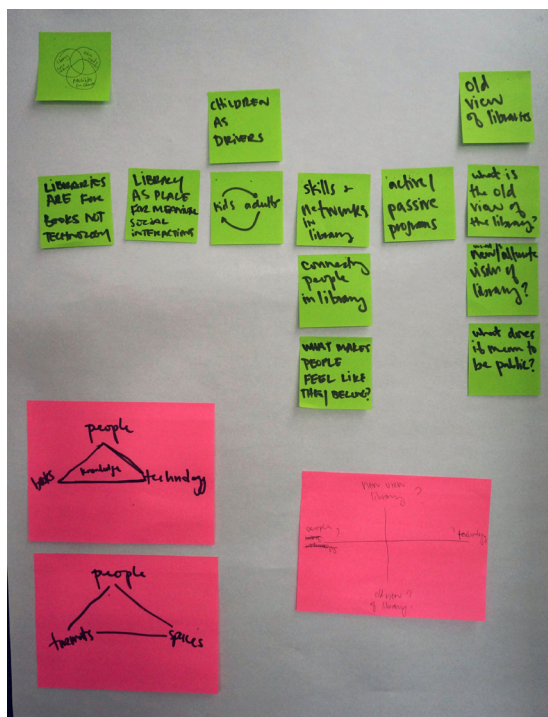
Iskanje tem, razvijanje spoznanj in nato posredovanje teh na smiseln način je verjetno miselno najbolj naporen del procesa oblikovalskega razmišljanja. To pa zato, ker se zdi, da ne napredujete v nobeno smer in ker je več vprašanj kot odgovorov. Poskusite za trenutek odvreči dvome in se osredotočite na tisto, kar lahko razumsko razložite. Ste v procesu ustvarjanja novih informacij in oblikovanje teh zamisli zahteva precejšnjo mero miselne energije in časa.

RAZMISLITE O ŠIRŠI SLIKI

Ko razmišljate o shemah, ki predstavljajo ali vključujejo vaša spoznanja, stopite korak nazaj in razmislite o širši sliki problema. Proces osmišljanja vaših ugotovitev je pogosto izmenično divergenten (občutek naraščanja in večsmernosti) in konvergenten (občutek dokončnosti in zoževanja v eno smer), in sedaj je eden tistih trenutkov, ko mora biti vaše razmišljanje divergentno. Kako bi lahko bili še bolj raziskovalni? Kaj lahko na osnovi spoznanj, ki ste jih ustvarili, pokažejo vaše sheme? Kako bi lahko vaše sheme osvetlile nova pravila, odnose ali dožemanje zamisli?

PREGLEJTE IN PO POTREBI SPREMENITE

Ste obtičali v shemi? Mirno jih obravnavajte kot preproste skice na papirju in se premaknite k naslednji, vedoč, da se lahko vedno vrnete. V prvem poskusu sheme nikoli niso popolne, nanje je priporočljivo pogledati zgolj kot na zamisel, ki je še vedno v razvoju. Eksperimentiranje z mnogimi shemami vam omogoča, da posvečate manj skrbi nepopolnosti paradigme in več hitremu opazanju različnih načinov gledanja na problem. Nikakor ne obravnavajte vsake sheme preveč pozorno – o njih je potrebno razpravljati, jih nadgrajevati, kritizirati, raztrgati in na novo postaviti!



Primer proučevanja različnih shem med delavnico v Splošni knjižnici Aarhus.



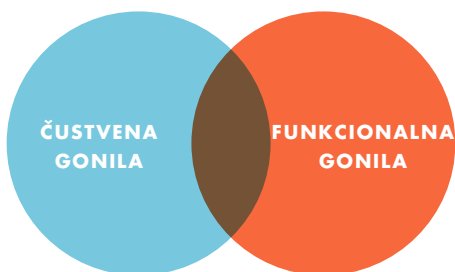
POGLED OD BLIZU: SCHEME V PRAKSI

Nekaj primerov shem, ki jih lahko preizkusite, ko se boste učili na več načinov posredovati svoja spoznanja.



POTOVANJE PO STORITVI

Poti uporabnikov so odlična snov za začetek razmišljanja o izkušnji, storitvi ali procesu skozi čas. Potovanje po storitvi je v bistvu diagram ali zemljevid, ki ponazarja uporabnikovo razpoloženje in vedenje pred in med uporabo storitve ter po njej, in prikazuje, kakšno je uporabnikovo počutje na različnih stopnjah izkušnje. Kje so z uporabnikovega stališča visoke in nizke točke čustvovanja, pa tudi boleče točke (trenutki boja ali razočaranja) in trenutki s priložnostmi?



VENNOV DIAGRAM

Vennovi diagrami so preprost način za izražanje odnosov med idejami, pa tudi prekrivanj in presečišč med njimi. Razmislite o velikosti krogov in stopnji prekrivanja. Kaj je v zlati sredini in kaj v celoti zunaj krogov?



PO DVA IN DVA

To orodje vam pomaga načrtovati spektre vedenja in kakovosti. Izpostavlja napetosti med kategorijami in v vsakem kvadrantu kaže na priložnosti za načrtovanje. Za katere vrste uporabniškega vedenja načrtujete? Ste kdaj razmišljali o vrstah uporabnikov in o tem, kaj bi lahko premaknili iz enega kvadranta v drugega?



ZEMLJEVID ODNOSOV

Zemljevid odnosov vizualizira nabor deležnikov v vaši storitvi ali organizaciji. Lahko predstavlja tudi potek procesov in povezave v večjem sistemu.

KORAK 3

OBLIKUJTE IZTOČNICE ZA VIHARJENJE MOŽGANOV

Spoznanja, ki ste jih pridobili, služijo kot izhodišče za ustvarjanje novih zamisli. Verjetno že kar kličejo po potrebi ali priložnosti, sedaj je potrebno te spoznavne trditve pretvoriti v vprašanja, ki ponovno sprožijo veliko novih zamisli.

Oblikujte vprašanja »Kako bi lahko?«

Sedaj boste izoblikovali nov krog vprašanj »Kako bi lahko?«. Na tej stopnji gre pri vprašanjih bolj za pripravljanje temeljev za produktivno viharjenje možganov in ne toliko za izpostavljanje namena celotnega projekta.

PRIPRAVITE VPRAŠANJA PRAVE ŠIRINE

Nadgradite spoznanja tako, da oblikujete vprašanja »Kako bi lahko?«. To vprašanje je povabilo k prispevku in proučevanju. Vprašanja »Kako bi lahko?« za viharjenje možganov so ponovno lahko zastavljena preozko ali preširoko. Ključno pri tem je zagotoviti, da je vprašanje dovolj široko in omogoča več rešitev, in hkrati dovolj ozko za zagotavljanje takojšnje usmeritve k možnostim. Če ste ugotovili, da vaša vprašanja že nakazujejo določeno rešitev, jih postavite širše in se vprašajte, zakaj bi si želeli prav to rešitev. Nato ta razlog vključite v vprašanje »Kako bi lahko?«. Na primer:

Spoznanje:

Ljudje potrebujejo pomoč pri elektronskih virih, s katerimi knjižnica razpolaga, vendar so v zadregi pred osebjem za informacijskim pultom.

Vprašanje:

Kako bi lahko pomagali ljudem pri iskanju elektronskih virov, da bi zaprosili za pomoč osebje pri informacijskem pultu?

IZBERITE VPRAŠANJA ZA VIHARJENJE MOŽGANOV

Izberite tri svoja najboljša vprašanja tipa »Kako bi lahko?« za srečanje viharjenja možganov. Zaupajte svojemu občutku in izberite vprašanja, za katera menite, da so vznemirljiva in imajo hkrati tudi največji potencial za ustvarjanje mnogih zamisli. Na vsak način izberite vprašanja, ki jih je treba rešiti, četudi se zdi, da je nanje težko odgovoriti.

KORAK
3 od 5



**PRIPRAVLJENI NA
OBLIKOVANJE NOVIH
VPRAŠANJ »KAKO BI
LAHKO?«**

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 32, Tretje poglavje, Dejavnost 5

KORAK 4

SNUJTE IDEJE

Eden najboljših način za generiranje mnogih idej naenkrat je izvedba srečanja za viharjenje možganov. Morda se zdi, da je viharjenje možganov divje in nestrukturirano, a je pravzaprav osredotočena dejavnost, ki vključuje tako disciplino kot pripravo. Ko boste enkrat že imeli prakso v pripravi viharjenja možganov, boste ugotovili, da lahko to vrsto generativne dejavnosti preprosto vključite v druga srečanja in sestanke skupinskega dela.

“

Previharjenje številnih zamisli v skupini, skiciranje in izbiranje idej za napredovanje je povzročilo veliko navdušenje za projekt, ki je bil pred nami!

Ekipo Splošne knjižnice Chicago

”

Pripravite se na viharjenje možganov

Razmislite o viharjenju možganov kot o posebni vrsti srečanja. Upoštevati boste morali udeležence, prostor, čas in pripomočke. Vzemite si nekaj časa za ustrezno pripravo, da boste delovno srečanje kar najbolje izkoristili.



KORAK
4 od 5

KORAK 4: SNUJTE IDEJE

POVABITE RAZNOLIKO SKUPINO LJUDI

Viharjenje možganov je odlična priložnost, da izkoristite strokovno znanje ljudi, ki presega znanje vaše ožje skupine. Razmislite o tem, da bi povabili še druge kolege in osebje, vodstvo, strokovnjake ali druge ljudi, za katere menite, da bi jih zanimal vaš oblikovalski izziv. Poskusite vključiti v skupino od šest do osem oseb.

VODJA EKIPE

REZERVIRAJTE PROSTOR

Glede na število oseb v skupini za viharjenje možganov izberite sobo (lahko kar vaš obstoječi prostor za projekte), ki ima na steni dovolj prostora za lepljenje samolepilnih lističev in idej. Poskrbite, da bo vsakdo imel svoj stol in dovolj prostora za premikanje naokoli. Morda boste želeli prikazati tudi premične panoje z razstavljenimi slikami/zapiski o raziskavi, ki so privedli do vaših ključnih spoznanj.

VODJA EKIPE

PRIPRAVITE PRIPOMOČKE

Gather materials like sticky notes, pens, markers, tape, and paper (we often cut letter-sized paper in half for larger concept sketches). Also, never underestimate the power of some drinks and snacks in the room to keep energy levels high.

VODJA EKIPE

UREDITE STENE

Na začetku viharjenja možganov, včasih tudi med njim, se boste morda morali sklicevati na vprašanja, ki ste jih že obravnavali, pa tudi na druge informacije o projektu. V primeru, da nekoga zanima vaše dosedanje raziskovalno popotovanje, bo morda treba prikazati panoje iz vaše raziskave, ki prikazujejo, s kom ste govorili, kje ste bili na obisku in katera so spoznanja, ki so vodila do viharjenja možganov. Poleg tega zagotovite, da so iztočnice za viharjenje napisane dovolj na veliko in izobešene na steno z dovolj prostora naokoli za nove ideje.

NAČRTUJTE ČAS

Dobro viharjenje možganov se nikoli ne zavleče predolgo. Morda se zdi, da dalj ko boste viharili, več zamisli boste prejeli, a dejansko produktivno viharjenje običajno traja le približno 45 minut do ene ure. Če imate tri iztočnice, lahko prvih pet minut porabite za predstavitev ozadja projekta, nato pa po 15 minut posvetite vsakemu od treh vprašanj. Ko ugotovite, da zanimanje za to vprašanje pojenjuje, lahko mirno nadaljujete z naslednjim. Nekomu iz ekipe določite vlogo časomerilca, da boste zagotovili napredovanje v okviru predvidenega časa.



POGLED OD BLIZU: PRAVILA ZA VIHARJENJE MOŽGANOV

S temi sedmimi pravili bo vaše viharjenje osredotočeno, učinkovito in zabavno. Predstavite jih na začetku vsake seje viharjenja, da glede upoštevanja pravil zagotovite soglasje celotne ekipe.

IZOGNITE SE SODBAM



V viharjenju možganov ni slabih zamisli, zato zadržite kritiko zase. Ustvariti želite varno okolje, ki spodbuja tudi najbolj sramežljive za mizo, da prispevajo svoje zamisli.

SPODBUJAJTE DIVJE ZAMISLI



Ni boljšega načina za spodbujanje norih, ambicioznih zamisli, kot je viharjenje možganov. Čeprav se zamisel morda ne zdi realna, lahko dá misliti nekomu drugemu.

GRADITE NA ZAMISLIH DRUGIH



Ko prisluhnete zamislim svojih soigralcev v ekipi, raje pomislite na »in ...« in ne na »ampak ...«, tako boste bolj ustvarjalni in odprti. Pomislite, kako boste vključevali ali širili idejo v novo okolje.

OSTANETE PRI TEMI



Naj bo vaše viharjenje osredotočeno na trenutno vprašanje »Kako bi lahko?« Ohranite ritem in tempo, ki ustvarjata gonilno silo téme in se izogibajte retoričnim in filozofskim neznankam.

NAENKRAT GOVORI LE EDEN



Vse zamisli morajo biti slišane, zato naj govori le ena oseba naenkrat. Počakajte, da pridete na vrsto, in prepričajte se, da vas vsi poslušajo.

VIZUALIZIRAJTE



Namesto, da bi svoje zamisli le zapisali, jih tudi narišite. Sličice s poenostavljenimi možički in preproste skice povedo veliko več kot niz besed, lažje si jih bomo zapomnili in na njih gradili. O načinih, kako biti bolj vizualen, si oglejte KAKO na naslednji strani.

CILJAJTE NA KOLIČINO



Zastavite si nezaslišano visok cilj glede števila zamisli, ki jih boste ustvarili, in poskusite ga preseči. Ugotovili smo, da je najboljši način za iskanje res dobre zamisli ta, da imate najprej veliko zamisli, zato nikoli ne podvomite, ko na hitro tvorite veliko število možnosti.



KAKO VIZUALIZIRATI IDEJE

Del 1 od 2

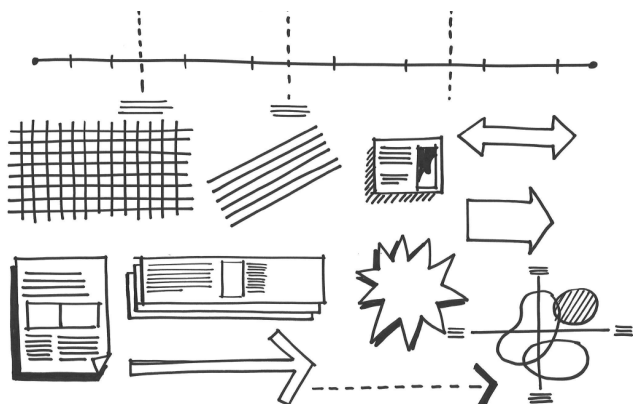
Eden od ključev do ustvarjalnih in učinkovitih konceptov je vizualizacija vaših zamisli. Drugim pomaga takoj razumeti vaše zamisli, hkrati pa pušča odprta vrata tudi njim, da razlagajo oziroma nadgrajujejo vašo zamisel na smiseln način. Trdno verjamemo, da se lahko vsakdo izraža vizualno, vendar je za to treba nekaj vaje. V svojem prostem času izboljšajte svoje spretnosti s skiciranjem spodnjih predmetov.

RAVNE ČRTE

Morda se sliši presenetljivo, a krogi in črte so gradniki za skoraj 80 % tega, kar boste potrebovali pri skiciranju. Začnite s črtami. Namesto plašnega neodločenega risanja niza črt pomislite na odločno ravno črto od točke A do točke B. Narišite dve končni točki, svinčnik nastavite na točko A in vadite pogled proti točki B. Predstavljajte si, kam želite, da gre svinčnik, in samozavestno narišite te poteze.

Ravne črte ustvarjajo:

- okvirje,
- puščice,
- kvadrate,
- sence,
- pravokotnike,
- ogrodja.



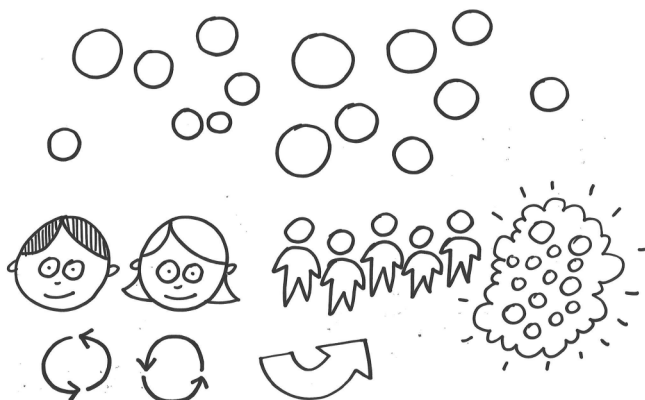
Kmalu boste ugotovili, da je vizualno komuniciranje skoraj vedno bolj učinkovito (in zabavno) kot pisna razlaga. Ko začnete vaditi, si zagotovite dovolj prostora za prosto premikanje ne le rok, pač pa tudi celega telesa. Pripravljen naj bo kup papirja, vi pa vadite vse dokler posamezni delčki ne bodo z lahkoto stekli izpod vaših prstov.

KROGI

Krogi so vaš drugi najboljši prijatelj, ko pride do ustvarjanja odličnih vizualnih podob. Naj vas ne skrbijo »popolni« krogi, osredotočite se na hitro risanje številnih krogov, od majhnih do velikih. Bodite pozorni na dosledno obliko in pritisk svinčnika na papir. Ko boste končno dobili občutek za gibanje, se potrudite, da se začetna in končna točka skleneta v lep gladek krog.

Krogi ustvarjajo:

- glave,
- teksture,
- oblake,
- ukrivljene puščice.
- cikle,



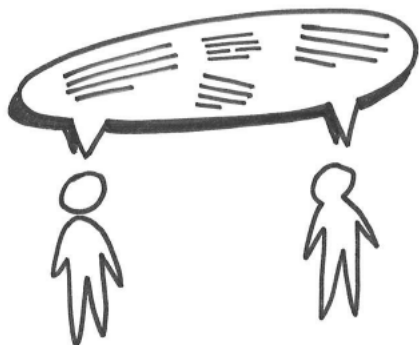


KAKO VIZUALIZIRATI IDEJE

Del 2 od 2

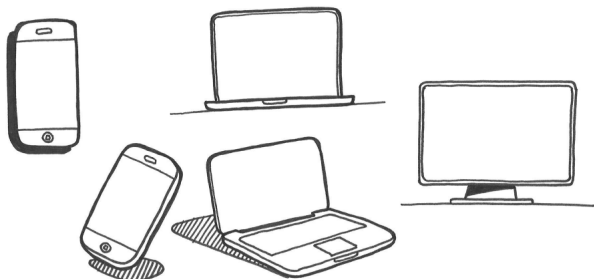
LJUDJE

Abstrakcija je skrivnost risanja ljudi. Možički iz črtic so v redu, naslednji korak (kar je prav tako enostavno) je uporaba kroga kot glave in oblika zvezdnega utrinka kot telo. Tudi glave so presenetljivo enostavne, vse, kar morate narediti, je krog za obris glave, še dva kroga za oči ter polkroge za ušesa in lase.



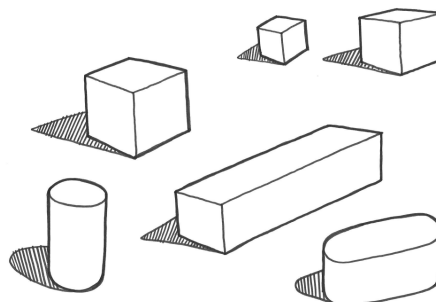
ORODJA

Ko skiciramo zamisli o storitvah, pogosto vključimo običajna orodja in vmesnike (kot zaslon pametnega telefona ali prenosnika), kar bi lahko prispevalo k splošnemu konceptu. Vadite risanje krogov in črt z rahlo zaobljenimi robovi, da narišete predmete kot so telefonski zasloni, kioski, računalniki in druge naprave.



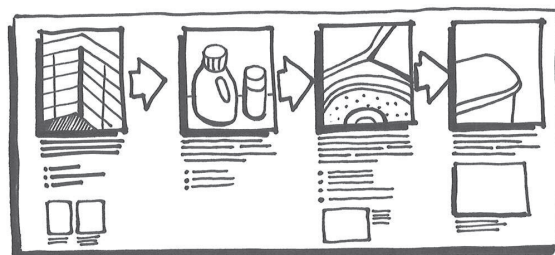
PRIZORI

Če se kakšen del vašega koncepta ali ideje odvija v zaprtih prostorih, razmislite o postavitvi scene z nekaj preprostimi potezami za označevanje prostora ali sobe. Vadite risanje škatel in kock, ki predstavljajo hiše ali sobe s ptičje perspektive. Različne velikosti kock lahko predstavljajo police, mize, tla in druge poglede v okolju.



ZAPOREDJA IN POTOVANJA

Za nekatere zamisli je pomembno skiciranje zaporedja dogodkov skozi čas. To še posebej velja, če prikazujete uporabnikovo potovanje skozi niz korakov. Kaj se na primer zgodi doma, na poti v knjižnico, v knjižnici in po njenem obisku. V teh primerih oštevilčite zaporedje, da bo jasno, kaj se zgodi najprej, in uporabite puščice za prikaz napredovanja. Poskusite poudariti svoje skice na mestih, za katera menite, da so pomembna za razumevanje celotne zamisli.



KORAK 4 : SNUJTE IDEJE

Vzpodbujajte viharjenje možganov

Sedaj, ko ste pripravili vse potrebno za sejo viharjenja možganov, je čas, da zagotovite tudi gladek potek viharjenja. Sledi nekaj nasvetov, kako ustvariti varno in pozitivno vzdušje, da lahko v ekipi vzniknejo odlične zamisli.

VODJA EKIPE

IZBERITE MODERATORJA

Oseba, ki je pripravila sejo viharjenja možganov, ali vodja ekipe, mora voditi sejo. Moderiranje pomeni razumevanje iztočnic in pravil za viharjenje, pomeni pa tudi, da boste zato vi sami pri ustvarjanju novih zamisli sodelovali manj, a toliko bolj pri zajemanju izrečenih zamisli.

VODJA EKIPE

NAPRAVITE UVOD

Na začetku viharjenja namenite nekaj časa razlagi namena viharjenja in njegovih iztočnic, predvsem tistim prisotnim, ki prihajajo izven osrednje projektne skupine. Poleg tega ponovite pravila za viharjenje in pred začetkom ugotovite, ali so še kakšna vprašanja.

VODJA EKIPE

RAZDELITE PRIPOMOČKE

Zberite svojo ekipo ob steni, na katero boste lepili samolepilne lističe. Zagotovite, da ima vsak sodelujoči svoj blok z lističi in pisalo. Če uporabljate polovične liste pisalnega papirja, poskrbite tudi za lepilni trak, da boste zamisli lahko lepili na steno. Opomnite vse, naj pišejo in rišejo na veliko, da bodo zamisli vidne vsem.

ZAGOTOVITE, DA JE VSAKA ZAMISEL SLIŠANA IN ZABELEŽENA

Obravnavajte samo eno iztočnico za viharjenje možganov naenkrat in prizadevajte si, da naenkrat govori le ena oseba. Če ljudje govorijo drug čez drugega, tvegajte, da se ideje izgubijo in da se sogovornik ne čuti dobrodošlega pri sodelovanju. Če delujete kot moderator, poskrbite, da vsakdo tudi zagovarja svoje zamisli, ko jih pojasnjuje. Če imate skico zamisli, ji dodajte naslov, da imajo sodelujoči zanj tudi ime.

OHRANJAJTE DELOVNO VNEMO

Zagotovite, da bo tempo viharjenja ostal hiter in dinamičen. Razlaga vsake zamisli naj traja samo od 15 do 20 sekund, vsi sodelujoči morajo spregovoriti, da ne pride do monopola zamisli. Preklopite na novo iztočnico za viharjenje približno vsakih 15 minut.

“

Vizualno deljenje zamisli ali glasno skupinsko razmišljanje je pomembna veščina, ki resnično pomaga ekipi, da sodeluje. Vizualno deljenje s pomočjo skic in samolepilnih lističev je praksa, ki jo priporočamo, vendar se moramo še vedno spomniti, da na sestankih to zares tudi uporabimo. Ni še postalo čisto naravno, a nekaj naših najbolj produktivnih sestankov je vključevalo vizualne metode deljenja in zapisovanja.

Ekipa Splošne knjižnice Chicago

”

KORAK
4 od 5



PRIPRAVLJENI NA VIHARJENJE?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 33, Tretje poglavje, Dejavnost 3

KORAK 4 : SNUJTE IDEJE

Uporabite toplotne karte za izbiranje idej

Takoj po uspešnem viharjenju možganov bodite pozorni na strast in energijo, ki jo ima vaša ekipa okoli določenih zamisli. Z glasovanjem o zamislih in »toplotnim kartiranjem« boste bolje videli koncentracijo glasov za ideje, nad katerimi se navdušuje večina sodelujočih. Tako se ustvarijo območja »toplote« in »energije«. Z glasovanjem o zamislih v skupini boste nato lažje vključili še druge sodelavce in tako pridobili usklajen pogled na to, kako napredovati.



KORAK
4 od 5

ZDRUŽUJTE ZAMISLI

Po viharjenju možganov si vzemite nekaj minut za združevanje podobnih in sorodnih zamisli v grozde.

GLASUJTE ZA PRILJUBLJENE

Uporabite barvne nalepke (mi smo uporabili barvne pike) ali samolepilne lističe, ki dajejo »glas« neki zamisli. V ekipi dajte vsakomur le omejeno število pik – na primer tri do pet, odvisno od števila zamisli, o katerih boste glasovali. Omejeno število glasov zagotavlja, da bodo ljudje izbrali samo tiste zamisli, za katere so zares najbolj prepričani. Prosite ekipo, da glasuje za ideje, ki se jim zdijo oboje: 1. najverjetneje uspešne in 2. sveže in inovativne.

RAZPRAVLJAJTE O REZULTATIH

Stopite za korak nazaj od svojih zamisli in pogledajte, kje so območja z večjim številom pik in zato največ glasovi. Kot ekipa ocenite najbolj obetavne in odločite, katere boste razvijali naprej. Bodite realni glede števila, ki ga lahko zasledujete – za začetek si prizadevajte samo za dve do tri zamisli.

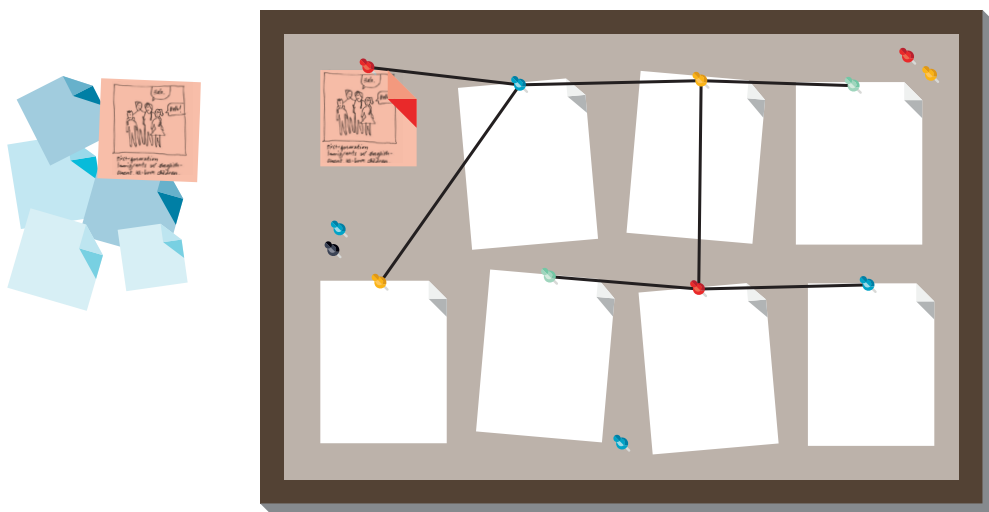
KORAK 5

IZDELAJTE PROTOTIPE

Sedaj je čas, da začnete uresničevati svoje najvišje ocenjene zamisli. Prototip ali fizična predstavitev koncepta vam omogoča, da zamisel delite z drugimi ljudmi, pridobite povratne informacije in spoznate, kako jih še izboljšati. Prototip lahko naredite za karkoli. V tem koraku se boste naučili, kako začeti z izdelovanjem, v naslednjem poglavju pa, kako ga izboljšati s pomočjo tistega, kar ste se naučili od uporabnikov v okolju.

Naredite konceptualni zemljevid

Ponovno preglejte svoje najboljše zamisli in razmislite, kako jih lahko pretvorite v prototipe. Kot del tega koraka boste morali na podlagi nekaj ključnih vprašanj ločiti namen od koncepta. Če boste pri opisovanju svojih zamisli delali skupaj, bo vaša ekipa bolje razumela, kaj želite doseči, in delitev nalog med izdelavo prototipa bo mnogo lažja.



Držite se ključnih lističev iz viharjenja možganov, ki opisujejo vaše najboljše zamisli – so izhodišče za konceptualni zemljevid!



KORAK
5 od 5

KORAK 5: IZDELAJTE PROTOTIPE

OCENITE SVOJE NAJBOLJŠE ZAMISLI

Ozrite se na viharjenje možganov in zamisli, ki so dobile največ glasov. Kot ekipa ocenite zamisli na podlagi spodnjih vprašanj, kar vam bo pomagalo pri odločitvi, s katero zamislijo bo najbolje začeti izdelovanje prototipa. Vendar to še ne pomeni, da se boste odrekli drugim zamislim. Vsekakor jih lahko obdržite v svojih »arhivih obetavnih zamisli« in se jih lotite kasneje.

- Čisto instinktivno, kako navdušeni ste nad to zamislijo?
- Kako sveža in inovativna se zdi ta zamisel?
- Kako praktična, realistična in izvedljiva je ta zamisel?

IZČISTITE ZAMISEL

Skupaj s svojo ekipo in veliko polo papirja povzemite svojo zamisel v enem stavku. Čisto na vrhu papirja svojemu konceptu dajte naslov. Prenesite s to zamislijo povezane samolepilne lističe iz viharjenja možganov, da boste vedeli, od kod ta zamisel izvira. V nekaj točkah zapišite, kako bo ta zamisel vplivala na izziv in uporabnike, ki jih nagovarjate.

RAZČLENITE UPORABNIŠKE IZKUŠNJE

Za uporabniško izkušnjo bo vsak koncept, ki ste se ga domislili, imel začetek, sredino in zaključek. Čeprav boste iz viharjenja možganov imeli le en listič ali dva, ki govorita o vaši zamisli, je čas za razlago pomena, ki stoji za konceptom, in resnično konkretiziranje vsake stopnje programa, storitve ali prostora, ki si ga predstavljate. Izrišite potovanje ali niz prizorov, začeni s skico in nekaj točkami o tem, kdo je vaš idealen uporabnik. Poskrbite, da v svojem konceptualnem zemljevidu pokrijete vsa spodnja vprašanja:

- Kdo je vaš uporabnik? Kakšna so njegova vedenja in/ali lastnosti?
- Kako vaš uporabnik izve za koncept? Kako ga s tem seznani?
- Kako začne vaš uporabnik dejansko uporabljati koncept?
- Kaj se dogaja med tem, ko vaš uporabnik preizkuša koncept? Kdo/kaj je še vključen/o ali potreben/no?
- Kaj se zgodi, ko je uporabnik enkrat že preizkusil koncept?
- Kako koncept dolgoročno pomaga vašemu uporabniku?
- Ali vaš uporabnik zagovarja koncept in bo o njem pripovedoval drugim?

KORAK
5 od 5



PRIPRAVLJENI NA RISANJE KONCEPTUALNEGA ZEMLJEVIDA?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 34, Tretje poglavje, Dejavnost 7

KORAK 5: IZDELAJTE PROTOTIPE

Pripravite načrt za izdelavo prototipov

Ko ste enkrat ustvariti konceptualni zemljevid, se vam bo zdelo izjemno težko izdelati vse prototipe naenkrat. Namesto tega se raje osredotočite samo na tiste prototipe, ki vam bodo pri testiranju omogočili, da se iz njih čim več naučite. Za zdaj se osredotočite samo na uresničitev zamisli v ekipi. Ti začetni prototipi vam bodo služili kot osnova za preizkušanje v živo, o tem pa boste izvedeli več v naslednjem poglavju.

POSTAVITE PRAVA VPRAŠANJA

Ne moremo dovolj poudariti, da je ključ do uspešne izdelave prototipa postavljanje pravih vprašanj. Če je vaše vprašanje preširoko, ne boste izvedeli toliko, kot bi želeli. Pod vsako stopnjo konceptualnega zemljevida zapišite eno samo najpomembnejše vprašanje, ki naj odgovori o tem delu uporabniške izkušnje.

Recimo, na primer, da je vaš izziv pomoč pri domači nalogi dečkom v programih obšolskega opismenjevanja. Če obravnava prvi del vašega koncepta prijavo na spletne učne ure, je lahko v tej točki »vaš zahtevek po odgovoru« takšen: Ali bi se bili uporabniki pripravljeni z imenom prijaviti v prijavi sistem za pomoč pri domači nalogi?

Od tu dalje razmišljajte, kako bi želeli preizkusiti to vprašanje. To bi lahko pomenilo ustvarjanje modela računalniškega zaslona ali niza zaslonov, preprosto skiciranih na kos papirja. Svojemu uporabniku lahko pojasnite, kako bo stran videti, kako bo posredovala program za domače naloge, in vprašajte, ali bo pripravljen uporabljati način prijave v sistem.

DAJTE PREDNOST PROTOTIPOM

Ozrite se na vprašanja, na katera pričakujete odgovore. Katera se vam zdijo najpomembnejša in nujna? Za katera iskreno čutite, da nanja nimate odgovora? Katera vprašanja imajo v sebi že vključene predpostavke? To so najverjetneje tista vprašanja, za katera bi morali naprej narediti prototip. Razvrstite dele konceptualnega zemljevida po prednostnem vrstnem redu in izberite enega ali dva najboljša dela tega koncepta za prototipiranje.

KORAK
5 od 5



PRIPRAVLJENI NA PRIPRAVO NAČRTA IGRE S PROTOTIPI?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 38, Tretje poglavje, Dejavnost 8



POGLED OD BLIZU: RAZČLENITEV KONCEPTA

Ne pozabite, da je prototip otipljiv odgovor na teoretično vprašanje. Namesto preizkušanja celotne zamisli vam prototipi pomagajo odgovoriti na zelo specifična vprašanja znotraj ideje. Če postavite preširoko vprašanje ali napravite preveč razvit prototip, morda ne boste našli odgovorov, ki jih iščete, in boste s tem v procesu oblikovanja samo izgubljali čas.

Primer konceptualnih delov, ki so postali prototipi:

Ekipa je v okviru delavnice razmišljala o novih načinih pomoči mladim, odvisnim od alkohola. Porodila se je ideja o vključevanju mobilnih svetovalnih centrov, ki bi obiskovali različne soseske. Ekipa se je odločila izdelati prototip mobilnega svetovalnega centra. Čeprav je prototip pomagal ekipi bolj jasno razumeti, kako naj tak center izgleda, ji ni pomagal odgovoriti na nobeno specifično vprašanje o tem, kako bi ljudje s centrom sodelovali in kakšen vpliv bi ta lahko imel.

Nekaj načinov, kako razčleniti to širšo zamisel v manjše, bolj otipljive dele.

KONCEPT: MOBILNI SVETOVALNI CENTER

KONCEPT, 1. DEL:

Spoznavanje svetovalnih pogovorov o alkoholu.

PROTOTIP:

Tiskanje informacij o svetovalnih pogovorih na papirnate in plastične vrečke, ki jih morajo uporabljati trgovine z alkoholnimi pijačami.

SPECIFIČNO VPRAŠANJE:

Ali oglaševanje svetovanja na mestih, kjer se potencialni uporabniki navadno nahajajo, poveča možnost, da se bodo ti odzvali?

KONCEPT, 2. DEL:

Prijava na svetovalni pogovor.

PROTOTIP:

Vzpostavitev vroče linije, kamor lahko družinski člani in prijatelji nekoga, ki se bori z odvisnostjo od alkohola, pokličejo in povežejo svetovalce z uporabniki.

SPECIFIČNO VPRAŠANJE:

Je delovanje s pomočjo prijateljev in družinskih članov bolj ali manj učinkovito od drugih poti?

KONCEPT, 3. DEL:

Centri tudi po svetovanju pomagajo uporabnikom ostati trezni.

PROTOTIP:

Prilagodljiv podporni sistem, ki ljudem omogoča oblikovati svoje lastne kombinacije e-novic, podpornih skupin in kontrolnih klicev.

SPECIFIČNO VPRAŠANJE:

Ali ljudje želijo oblikovati svoj lastni podporni sistem, če da, kateri so prednostni načini, za katere lahko center nudi podporo?



POGLED OD BLIZU: KAKO DO PROTOTIPOV Del 1 od 2

Svoje zamisli lahko otipljivo prikažete na tisoč načinov. Namen prototipiranja ni dovršenost že v prvem preizkusu, zato vas želimo spodbuditi k preizkušanju množice načinov, da boste lažje spoznali, kaj bi lahko uspešno delovalo pri ideji, ki ste si jo zamislili.

PRIPOMOČKI

Za mnoge od teh pripomočkov se zdi, da sodijo v otroški vrtec, in to je čisto prav. Poiščite vse pripomočke, za katere menite, da bi bili zabavni za delo in niso predragi.

- Papir: gradbeni papir, karton za plakate, katera koli vrsta težjega papirja, penaste plošče, karton, škatle.
- Lepilo: lepilo v stiku, lepilne pištrole, lepilni trak.
- Pisala: markerji, barvni svinčniki.
- Tkanine: bombažne kroglice, filc, blago.
- Pribor za ročne spretnosti: palčke za sladoled, barve, čopiči, vrvice, čistilne nitke, pipe.
- Orodja: ravnila, škarje, merilni trak, spenjalniki.



Načini prototipiranja:

MODEL

Sestavite preprosto tridimenzionalno predstavitev svoje ideje. To je lahko pomanjšan model ali izkušnja dejanske velikosti, skozi katero se lahko s svojo ekipo sprehodite.



Primer predstavitve z uporabo modela, obstoječih virov, kot so bloki iz pene, dežnik, gradbeni papir in tako naprej.



Za potrebe projekta IDEO je ekipa izdelala prototip razmeroma zapletenega kirurškega orodja z uporabo markerja, prazne škatlice za filmski trak in ščipalke (levo) – s tem preprostim prototipom so si pomagali predstavljati nov način izdelave bolj ergonomične medicinske naprave za kirurge (končni izdelek desno).



POGLED OD BLIZU: KAKO DO PROTOTIPOV *Del 2 od 2*

DIGITALNA MAKETA

Pripravite maketo digitalnega orodja s skicami zaslonov na papirju. Nalepite papir na zaslon naprave, kot je telefon ali računalnik, in posnemajte okolje digitalne interakcije.

IGRA VLOG

Uprizorite izkušnjo svoje zamisli. Poskusite se v vlogah ljudi v dani situaciji in odkrijte vprašanja, ki bi jih lahko zastavili. Razmislite o zbiranju preprostih rekvizitov, uniform ali drugih orodij, ki jih za igranje vloge storitve lahko potrebujete pri vključevanju uporabnika v knjižnici.



Kot del projekta IDEO za izpopolnjevanje lekarne je član ekipe izdelal prototip storitvene interakcije z igranjem vloge novega zdravstvenega vodnika, ki je pomagal ekipi bolje razumeti, kako naj bi bil videti svetovalni pogovor.

REKLAMNI OGLAS

Ustvarite maketo oglasa, ki oglašuje vašo zamisel, pa naj gre za program, storitev ali prostor. Razmislite o tem, kako bi lahko graditi prepoznavnost ponudbe in kako bi lahko njeno vrednost sporočali različnim uporabnikom.



Oblikovalska ekipa je ustvarila poskusni letak, ki potencialnemu uporabniku sporoča koncept izboljšanja higienskih razmer. Prototip kot ta vam lahko pomaga razumeti, kako komunicirati z uporabnikom.

PREUREJEN PROSTOR

Če se vaš prototip nanaša na oblikovanje prostora, preverite, ali lahko ustvarite prototip znotraj že obstoječega prostora ali morate oblikovati novo sceno, ki prikazuje, kakšno bi moralo biti okolje. Brez skrbi izkoristite obstoječe pohištvo in mize in ne pozabite na to, da imajo stvari predstavitveno vlogo. (V svetu prototipiranja so na primer kartonaste škatle lahko stoli in vozički kot knjižne police!)



Ekipa ustvarja prototip elementov v otroškem prostoru z uporabo vozička na kolesih kot »police«, sedežne blazine in igrače.

KORAK 5: IZDELAJTE PROTOTIPE

Načrtujte »Ustvarjalni dan«

Eden od najboljših načinov za začetek prototipiranja je hitro, zabavno načrtovanje tega, kar mi poimenujemo »Make a day« ali »make-a-thon«. Določitev enega celega dne ali samo pol dneva, da začnete s svojo ekipo izdelovati stvari, je odličen način ustvarjanja razpoloženja za hitro in intuitivno delo. Menimo, da je pri pristopu z oblikovalskim razmišljanjem hitro prevajanje zamisli v oprijemljive prototipe mnogo bolj dragoceno kot skrbno in natančno načrtovanje za uresničitev nove zamisli v daljšem časovnem obdobju. To pa zato, ker verjamemo, da se lahko naučite veliko več – in mnogo ceneje – s preprostim prototipom, namesto velikega in dragega podviga, ki ne troši le denarja, pač pa tudi čas. Za te preproste prototipe pravimo, da so »preprosti« ali »grobi«.

Vemo, da se vam bo morebiti sprva zamisel o izdelavi prototipa zdela strašljiva, še posebej, če je minilo že nekaj časa, odkar ste nazadnje uporabljali ročne spretnosti in izdelovali s svojimi rokami. Pomislite nazaj, ko ste bili še otrok in niste imeli nobenih zadržkov pri risanju ali igranju ter pretvarjanju s tem, kar imate pri roki. Bili ste iznajdljivi, polni energije in pogumni. Ko začnete s prototipiranjem, se poskusite vrniti v otroštvo.

“

Pomembno je vedeti, da prva zamisel, za katero prototipirate, morda ne bo »tista prava« – zelo verjetno ne bo – vendar to ni končni proizvod. Nekje pač morate začeti in zato začnite.

Ekipa iz Splošne knjižnice Aarhus

”

KORAK
5 od 5



Ekipa v Aarhusu dela hitro in se osredotoča na izdelavo prototipa ene same zamisli na »Ustvarjalni dan«.



PRIPRAVLJENI NA NAČRTOVANJE USTVARJALNEGA DNEVA?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 39, Tretje poglavje, Dejavnost 9.

KORAK 5: IZDELAJTE PROTOTIPE

VODJA EKIPE

DOLOČITE URNIK IN CILJ ZA TA DAN

Ustvarjalni dnevi najbolje delujejo, če so časovno natančno razporejeni in načrtovani. Stroga časovna omejitev lahko pomaga vam in vaši ekipi občutiti pritisk in navdušenje nad izgradnjo nečesa novega v samo nekaj urah. Skupaj si zadajte cilj, da boste do konca svojega ustvarjalnega dneva ustvarili vsaj dva do tri prototipe nekega koncepta, in če imate za to dovolj ljudi, razdelite ekipo na več podskupin.

MANJ GOVORITE, VEČ STORITE

Med izdelavo prototipov upoštevajte mantro: porabite manj časa za razpravo o zamisli in več za uporabo rok pri izgradnji ali skiciranju zamisli. To ni čas za dolge pogovore ali filozofske razprave. To je čas za intuitivno delovanje, brez strahu, kaj si bodo drugi mislili. Ne gre za to, da imate pravi odgovor, gre za to, da dobite vsaj EN odgovor. Prihranite kritike in intelektualne razprave za pozneje.

ZBERITE PRIPOMOČKE IN PROSTOR

Preverite seznam pripomočkov v razdelku »Pogled od blizu: Kako do prototipov« in zberite kar največ od tega, kar lahko. Rezervirajte prostor v knjižnici, kjer se lahko na široko razporedite, saj stvari lahko postanejo malce neurejene, ko začnete enkrat s prototipiranjem.

VADITE PREDSTAVITEV SVOJEGA PROTOTIPA

Ob koncu dneva si vzemite čas, da se vaša ekipa sestane in pregleda, kaj ste ustvarili. Če imate širšo ekipo – kot so zainteresirani člani skupnosti zunaj vaše ekipe ali drugi partnerji – je to pravi čas, da jih vključite v svoj ustvarjalni dan. Če ste v ekipi naredili več prototipov, jih predstavite drug drugemu in, če je to mogoče, poskusite celo medsebojno izkusiti prototip drug drugega v igri vlog ali situacijah »pretvarjanja«.



Ekipo v Splošni knjižnici Aarhus na ustvarjalnem dnevu predstavlja svoj prototip in ga razlaga drugim knjižničnim ekipam in osebju.

NE POZABITE NA NAPREDOVANJE Z NEUSPEHI

Nekateri prototipi bodo uspešni, nekateri bodo propadli. Poizkusite in se ne poglobljajte v to, kar se je pokazalo kot neuspeh, kajti dejstvo je, da se ob neuspehih vedno naučimo tudi kaj novega. Preden sploh začnete z delom, sprejmite misel, da lahko nedelujoč prototip ponuja znanje, kako nadaljevati (temu pravimo »napredovanje z neuspehi«). Preberite naslednje poglavje in se naučite, kako od drugih sprejeti najbolj produktivne povratne informacije in kako to vaš oblikovalski proces poganja naprej.

KORAK 5: IZDELAJTE PROTOTIPE

PRIMER: USTVARJALNI DAN V SPLOŠNI KNJIŽNICI

V okviru ustvarjalnega dneva se je ekipa knjižničarjev v Splošni knjižnici Chicago osredotočila na ustvarjanje prostora za sodelo v knjižnici in pripravila prototip na konceptu razreda, ki se ukvarja z založništvom. Koncept je bil majhen razred, ki bi zainteresirane uporabnike naučil, kako objaviti knjigo na spletu. V nekaj urah je ekipa razpravljala o tem, kako naj bi koncept deloval, preuredila pohištvo v knjižničnem prostoru tako, da je predstavljal učilnico, in ustvarila komunikacijo za obveščanje o programski zamisli.



Na koncu ustvarjalnega dneva Mark Kaplan, vodja ekipe v Splošni knjižnici Chicago, pojasnjuje prototip svoje ekipe drugemu osebju in vodstvu knjižnice.



S preprostimi pripomočki, kot so barvni papir in markerji, izdeluje ekipa prototip enomesečnega digitalnega koledarja programiranja za obveščanje uporabnikov.



Ekipa je sanjala o vključitvi kavarne v svoj koncept razreda, zato so naredili preprost prototip napisa in papirnatih »skodelic«, ki predstavljajo njihovo zamisel.



ŠTUDIJA PRIMERA

Št. 1

“Šolsko kosilo”

IZZIV

Ko je zazvonil zvonec za kosilo v Združenem šolskem okrožju San Francisco (SFUSD), se 72 odstotkov tistih, ki so si lahko privoščili kosilo, ni prikazalo. Okrožje je pred tem že najelo Revolution Foods, gostinca, ki nudi nekaj najbolj hranljivih obrokov v državi, torej ni šlo samo za hrano. Šlo je za izkušnjo obedovanja v šoli. V svetu, kjer so dijaki vajeni izražati svoja mnenja na družbenih medijih, niso imeli nobenega glasu pri sooblikovanju izkušnje šolskega kosila.

PRISTOP

V sodelovanju z več kot 1.300 dijaki, starši, sindikalnimi voditelji, prehranskim osebjem, člani upravnih odborov, ravnatelji, učitelji in občinskimi skupnostmi, sta IDEO in SFUSD skupaj preoblikovala šolska kosila. Ekipa je odkrila vrsto ovir, vključno z dejstvom, da je imelo Okrožje omejene zmogljivosti za tovrstne storitve. Dijaki so čakali v dolgih vrstah, hiteli pri jedi in se prehranjevali v improviziranih prostorih. Mnogi otroci so se preprosto odločili opustiti kosilo in se s prijatelji odpraviti iz kampusa ali pa preprosto ne jesti.

Ekipa je razvila priporočila za trem starostim skupinam primerne izkušnje obedovanja: skupno prehranjevanje, prostore, ki so jih oblikovali dijaki sami, in nove tehnološke platforme. Da bi s temi zamislimi zagotovo odpravili primanjkljaj v obratovanju, je IDEO tesno sodeloval s SFUSD pri razvoju robustnega poslovnega modela – upoštevajoč na tisoče podatkovnih točk, kot je cena poti dostavnega tovornjaka na obrok in kje je kečap postavljen na mizi.

Septembra 2013 je Svet Združenega šolskega okrožja San Francisco izrazil soglasno navdušenje nad delom IDEO-ja in tako omogočil, da se ta nova vizija kosila, osredotočenega na dijake, uveljavi.

SPREMEMBA TOKA V KAVARNI



VKLJUČEVANJE PREHRANE V DAN



IGRANJE S PREDSTAVITVAMI



AKTIVIRANJE SODELOVANJA SKUPNOSTI



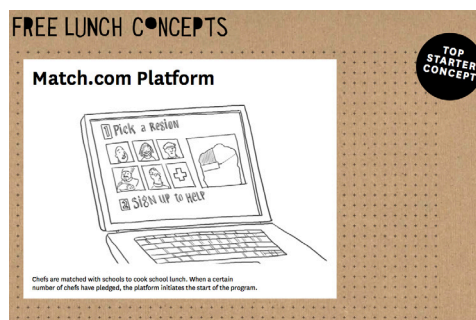
VKLJUČEVANJE STARŠEV



Udeleženci delavnice so se razdelili v skupine in eno uro premišljevali ter razvijali prototipe, ki so jih nato predstavili skupini.

ZAKAJ JE BILA IDEACIJA POMEMBNA

Kot smo razpravljali o tem, da faza oblikovalskega razmišljanja ni povsem linearna, tako je oblikovalska ekipa šla od raziskave do ideacije in nazaj do raziskave ter zopet do ideacije, preden je sintetizirala svoje ugotovitve. Za vsako osebo, ki so jo srečali, je ekipa delila tri najbolj nepozabne izjave, pa tudi tri vprašanja »Kako bi lahko?« ter tri zamisli, ki temeljijo na rešitvah. Ta proces hitrega preklapljanja med fazami inspiracije in ideacije je imel na koncu njihove raziskovalne faze kot rezultat več kot petdeset konceptov.



Na podlagi spoznanja, da bi morale Okrožje preiti z modela, ki temelji na povračilu stroškov, na model, ki vključuje strateška partnerstva, je ekipa prišla na plan z idejo o povezovanju šol s kuharskimi mojstri za pripravo šolskih kosil.

Ekipa je nato gostila delavnico, na kateri je načrtala šest v prihodnost usmerjenih scenarijev z deležniki. Eden od scenarijev se je imenoval »pametno kosilo«, kjer so lahko dijaki uporabljali svoje pametne telefone in zjutraj naročili svoje kosilo, kar jim je dalo občutek izbire in omogočilo kuhinji predvideti povpraševanje. Nato se je ekipa hitro usmerila od viharjenja možganov k ustvarjanju grobih prototipov – v primeru pametnega kosila je bil to kartonski kiosk s polico in aplikacijo za naročanje, ki podpira iPad. Delo so nadaljevali s cikli vključevanja skupnosti (delavnice, spletne ankete, javne razstave in še kaj), saj je ekipa menila, da mora vsaka resna zamisel skozi prizmo izvedljivosti, zaželenosti in sposobnosti preživetja, da lahko ocenijo ali se splača nadaljevati.



Ekipa je gostila delavnice deležnikov, da so vsi sodelovali v oblikovalskem procesu.



ŠTUDIJA PRIMERA

Št. 2

“Pure Project družbe Brooks”

IZZIV

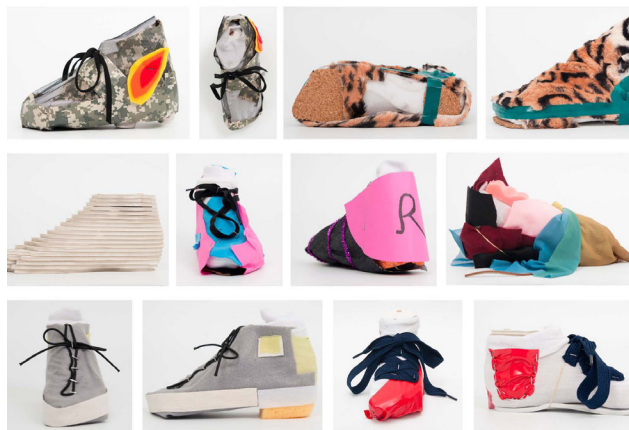
Uspešen proizvajalec obutve, oblačil in dodatkov Brooks Sports je bil priznan kot priljubljena blagovna znamka za resne tekače, vendar si je podjetje zadalo novo nalogo, ustvariti tekaške copate, ki bodo »popoln podplat za vsak korak«. Kljub uspehu je Brooks želel še naprej širiti svoj krog tekačev. Ne samo, da je podjetje zamujalo trend ultra lahkih copat in/ali bosonogi tek, družba Brooks si je želela bolje razumeti potrebe tekačev in se je za pomoč obrnila na IDEO.

PRISTOP

Trije skupni projekti so pomagali Brooksu bolje razumeti čustvene potrebe tekačev in izpolniti obljubo s prvimi lahkimi copati te blagovne znamke, imenovanimi Kolekcija PureProject.

Da bi razkrili vlogo teka v življenju ljudi, je ekipa opravila intervjuje na terenu in nakupovala skupaj s »obrobnimi tekači«, starimi od 25 do 35 let v Združenih državah in Evropi, govorila s skupino začetnikov, s tekači, ki so zaradi različnih razlogov s tekom že prenehali, in ljudmi, ki tečejo najmanj trikrat tedensko. Ekipa je ugotovila, da želijo ti tekači preprostejšo, mnogo bolj skromno tekaško izkušnjo, vendar kljub temu hočejo zagotovilo, da je to verodostojen, pristen in resnično teku predan copat.

Rezultat sodelovanja je kolekcija obutve in zgodba blagovne znamke, ki nagovarja tako nove kot tudi izkušene tekače, ki jim je skupno preprosto, neokrnjeno veselje do teka. Čevlji Brooksovega projekta PureProject spodbujajo naraven korak z uporabo lahkih materialov in prilagodljivih srednjih podplatov. Brooksova prodaja je skokovito narasla. Čevlji Pure Project so napredaj v več kot 35 državah in več kot 700 trgovinah po vseh Združenih državah.



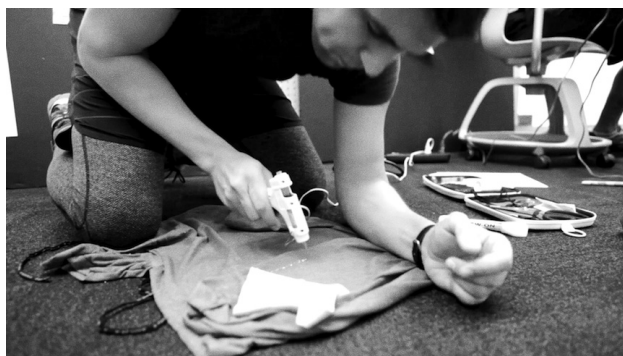
Ekipa je sodelovala pri viharjenju možganov z zamislimi o sanjskem čevlju iz nizkocenovnega materiala in nižje kakovosti, kot sta klobučevina in pištola za vroče lepilo, da bi zadovoljili potrebe tekačev po »občutenju« teka.

ZAKAJ JE BILA IDEACIJA POMEMBNA

Namesto da bi se zanašali na notranje načrte ali analizo trendov, se je ekipa neposredno pogovarjala z vrsto tekačev. Svoje raziskave so prevedli med drugim tudi v naslednja uporabna spoznanja:

- Ker so tekaški copati postali preveč tehnološki in zapleteni, ljudi bolj pritegnejo čevlji z intuitivnimi funkcijami in namensko zasnovo.
- Ljudje hočejo najti čevlje, ki ustrezajo njihovim potrebam in stilu, ter zaupati svoji izbiri.
- Obstajajo izrazito različne vrste tekaških izkušenj. Včasih tekači želijo »čutiti« in se povezati s svojim tekom. Drugi želijo med tekom »lebdeti« in uživati v izdatnem oblazinjenju ter slušalkah na ušesih za popolno sprostitve.

Izhajajoč iz teh spoznanj se je ekipa vprašala: Kako bi lahko zadovoljili potrebe tekačev, ki želijo »čutiti« in ne »lebdeti«? In kako bi lahko ustvarili čevlje, ki ustrezajo enkratnemu slogu ljudi, hkrati pa narediti funkcije čevlja intuitivne in poenostavljene? Da bi se porajalo kar največ zamisli, je ekipa načrtovala seje viharjenja možganov, ki niso vključevale samo oblikovalcev pri IDEO, ampak tudi ekipo strank iz Brooks. Skupina je predstavljala pestrost tekačev in skupaj so si zamislili prototip svojega »sanjskega čevlja«, izdelanega iz blaga, izolirnega traku, kartona in drugih enostavnih materialov. Vsi ti prototipi so predstavljali enkraten slog in potrebe vsakega od tekačev ter pomagali določiti osnovne oblikovalske attribute za linijo ikonične obutve PureProject. Konec koncev, razprava o tekaški izkušnji se je razvila v razpravo čustvenega spektra, puščajoč tekačem prosto izbiro, kako doživeti izkušnjo teka.



Udeleženci »neosredotočenih« skupin so ustvarili vrsto čudastih prototipov in oblikovali svoje idealne tekaške copate.

Priporočila

PREBERITE

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS TOOLKIT, 2ND EDITION

Interpretation and Ideation Chapters

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

DESIGN KIT IDEATION METHODS

<http://www.designkit.org/methods>

ACUMEN+ SOCIAL INNOVATION COURSE

Class 2 Readings: Ideate

Faza ideacije v praksi

- Melissa Rohde dela s skupnostjo na indijskem podeželju pri oblikovanju novih načinov za zmanjševanje pomanjkanja količine vode in izboljšanje prehranske varnosti. Izvedite več o njenem potovanju skozi faze ideacije na naslovu: <http://bit.ly/HCDinIndia>
- Carla Lopez razmišlja o nekaterih izzivih, s katerimi se je srečala njena ekipa v fazi ideacije na projektu IDEO.org o oblikovanju novih načinov zagotavljanja tehničnega usposabljanja za kmete na kenijskem podeželju: <http://bit.ly/JKanadIDEO.org>

POGLEJTE

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS EDUTOPIA COURSE: WEEK 3, IDEATION

Spoznajte, kako so IDEO in pedagogi prišli do zamisli

<http://www.edutopia.org/design-thinking-for-educators-ideation-week-three>

EMBRACE AMBIGUITY

Patrice Martin, sovoditelj pri IDEO.org, razpravlja na Design Kit o sprejemanju dvoumnosti

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

MAKE IT

Krista Donaldson je oblikovalka, načrtovalka in izvršna direktorica podjetja D-Rev, organizacije s sedežem v San Franciscu, ki oblikuje medicinske pripomočke za izboljšanje življenja ljudi, ki živijo z manj kot 4 ameriškimi dolarji na dan. Razpravlja o izdelavi in prototipiranju na Design Kit.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

POGLAVJE

4

ITERACIJA

Faza iteracije ali ponavljanja sprejme vaše zamisli in jih potem razvija na osnovi uporabniških povratnih informacij. Vaša prva zamisel pogosto ni ravno tista najboljša, zato jo morate ponavljati, oziroma na tej zamisli graditi naprej, da jo izboljšate.

V tej fazi boste začeli eksperimentirati s postavitvijo svojih prototipov v delovanje, z zbiranjem povratnih informacij in nadaljnjim razvijanjem svojega koncepta. Pristop oblikovalskega razmišljanja ni vedno linearen, zato se boste morda morali vrniti na prejšnje faze postopka, da bi lahko nadaljevali z razvijanjem svojih zamisli, izkušenj in perspektiv, kar vam bo dalo odlično podlago za nadaljnje faze načrtovanja.



ITERACIJA

Pregled

KORAK 1

RAZMISLITE O ITERACIJI *str. 81*

KORAK 2

PRIDOBITE POVRATNE INFORMACIJE UPORABNIKOV *str. 84*

- Načrtujte intervjuje s povratnimi informacijami *str. 84*
- Spodbujajte dobre povratne informacije *str. 86*
- Povežite povratne informacije *str. 87*

KORAK 3

ZAŽENITE MINI PILOTA *str. 88*

- Oblikujte mini pilota *str. 88*
- Pogled od blizu: Oblikovanje mini pilota *str. 91*

KORAK 4

OCENITE SVOJ NAPREDEK *str. 94*

- Vključite žive odzive *str. 94*
- Ponovno ocenite svoj koncept *str. 96*

ŠTUDIJI PRIMERA *str. 98*

- Swipesense *str. 98*
- IT v knjižničnem prostoru *str. 99*

PRIPOROČILA *str. 101*

KORAK 1

RAZMISLITE O ITERACIJI

Iterativno snovanje temelji na procesu izdelave prototipov in njihovem preizkušanja. Ustvarili boste oprijemljive koncepte, zbirali uporabnikove povratne informacije in razvijali svoj koncept. V idealnem primeru boste začeli s prototipiranjem in svoje prototipe preizkusili v knjižnici ter tako hkrati uresničili tudi svojo zamisel, da postane del osnovne storitvene ponudbe.

Pomembno je vedeti, da ponavljanje zahteva čas. Za razliko od faze inspiracije in faze ideacije greste lahko pri ponavljanju skozi več krogov svojega koncepta, preden ste pripravljeni na popolno izvedbo zamisli. Tukaj je cilj ustvariti niz preizkusov ali mini pilotnih modelov, ki še naprej gradijo na začetnem prototipu, ostajajo odprti za zamisli, kjer vas bodo uporabnikove povratne informacije vodile v smeri, ki jih morda sami prej niste pričakovali. Pomislite na to kot na poučno, premišljeno različico poskusov in napak – poskusiti nekaj, vedoč, da je vaš koncept nepopoln, in se na tej poti nenehno učiti, kako to izboljšati.

PROTOTIPIRANJE – MINI PILOTNI MODEL – IZVEDBA

V tej fazi postopka bomo razlikovali med ponovitvami vaših zamisli, kot se razvijajo v zaporedju: prototipiranje, mini pilotni model in izvedba.



Ekipo v Splošni knjižnici Aarhus ustvarja prototip z uporabo preprostih materialov nižje kakovosti.

KORAK 1: RAZMISLITE O ITERACIJI

PROTOTIPIRANJE, kot ste spoznali v zadnjem poglavju, je začetni korak v ustvarjanju oprijemljivih zamisli. Izdelovanje prototipov preoblikuje zamisli v vaši glavi in jih že postavi v obliko, ki jo drugi lahko razumejo. Prototipi so pogosto nepopolni in nenatančni, vendar dovolj reprezentativni za nekoga drugega, da ga lahko razume ali si predstavlja vašo zamisel. V tem kontekstu postanejo gradniki mini pilotnega projekta.



Oblikovalska ekipa pri IDEO je želela oblikovati nov diagnostični proces za večjo dostopnost slušnih aparatov na podežlju v Indiji. Razvili so mini pilotni projekt z usposabljanjem tam prisotnih tehnikov in preživeli več dni v vaseh, kjer so preizkušali diagnostične izkušnje z ljudmi, ki so imeli težave s sluhom. Zelo hitro so spoznali – celo po prvih nekaj pogovorih –, da je bil njihov protokol preveč zapleten za uporabnike in je bila potrebna poenostavitev.

MINI PILOTNI PROJEKTI

spremenijo vaše prototipe v popolnejše izkušnje za uporabnike vaše knjižnice. Načrtovanje in izvajanje mini pilota vam omogočata razvijanje koncepta za uporabo v resničnem svetu. Med izvajanjem mini pilotov (ali preizkusov, kot smo jim včasih rekli) boste zbrali podatke za premik k izvedbi svojega koncepta. Za razliko od prototipa bi v tem projektu morali mini piloti delovati in opravljati naloge brez prevelike razlage uporabnikom. Ljudje bi morali imeti možnost enostavno pristopiti in jih uporabiti brez vodenja ali pomoči ekipe. Čeprav mini piloti niso tako nedodelani kot prototipi, so še vedno nepopolni, vendar koristni tako za ustvarjanje povratnih informacij kot za razvijanje koncepta.



Ustvarjalnica je prostor, namenjen uresničevanju hekerskih zamisli ali k izdelovalcu usmerjen laboratorij znotraj knjižnice. Medtem ko v celoti zagotavlja vsakodnevno delovanje in vzdrževanje, nadaljuje s ponavljanjem in spreminjanjem glede na potrebe skupnosti skozi čas.

KORAK 1: RAZMISLITE O ITERACIJI

IZVEDBA je postavitve zamisli v svet na trajnejši način. A to ne pomeni, da je to končna rešitev. Seveda lahko nadaljujete s ponavljanjem, vendar je zdaj vaša rešitev na stopnji, ko ste pripravljeni vpeljati zamisel skupaj s svojo že obstoječo osnovno ponudbo. Implementacijo pogosto enačimo z izdelavo pilotnega projekta, z drugimi besedami, to je popolnejša izvedba ali preizkus zamisli za daljše časovno obdobje. Izvedbo najpogosteje omogoča večja skupina deležnikov, ki se trudijo za njeno postavitve v življenje, vključno s partnerji, vodstvom in drugim osebjem. Na tej stopnji bo potrebno vašo rešitev preizkusiti in izmeriti na osnovi metrike in kazalnikov uspešnosti, ki ste jih oblikovali v fazi mini pilota.

Ko se premikate od prototipiranja do izvedbe mini pilotov, si boste postavljala vprašanja, kot so:

- Je to koristno za mojega ciljnega uporabnika?
- Kateri vidik prototipa je vreden razvoja?

Ko se pomikate od mini pilota do polno razvite izvedbe, se boste vprašali nekoliko drugače:

- Je to vzdržno skozi čas?
- Ima možnost postati osrednja ponudba?

Naslednja tabela medsebojno razlikuje vsakega od delov ponovitve:

	PROTOTIP (Izdelati zamisel)	MINI PILOT (Preizkusiti jo v živo)	IZVEDBA (Narediti jo trajnostno)
NAMEN	Naredi idejo takoj otipljivo	Premišljeno oblikovan z namenom, da odgovori na specifična vprašanja	Popoln prikaz vizije in njenih komponent
NAMEN	zlahka pritegne uporabnike	funkcionalen za uporabnike brez obrazložitve	tako funkcionalna kot dovolj trajna za rabo v določenem časovnem obdobju
NAMEN	izzove reakcije uporabnikov	začne ustvarjati podatke in lahko razkrije nove meritve	mного meritev in usmerjeno k vrednotenju
NAMEN	vodijo jih ključna spoznanja	vodijo jih ključna vprašanja	vodijo jo metrike ali kazalniki uspešnosti
OKOLJE	v 'testnem' ali zaščitnem okolju, kot je npr. timski prostor	v živo in v realnem času znotraj knjižnice	živi vzporedno z obstoječimi storitvami na bolj trajen način
OKOLJE	ne nujno v pravem kontekstu	kontekstualno	prilagodljiva za različna okolja
NATANČNOST PROTOTIPA	nizka natančnost in preprosta predstavitev zamisli	z natančnostjo, ki jo razume vsak uporabnik	videti je kot prava stvar in tako tudi deluje
NATANČNOST PROTOTIPA	narejeno na hitro in uporabljeno za razmišljanje o zamislih	zahteva obsežno načrtovanje in izrisovanje zamisli	izdelava popolnoma izoblikovane zamisli
NATANČNOST PROTOTIPA	zagotovi jo osnovna projektna ekipa	zagotovijo jo osnovna ekipa in partnerji ali drugo knjižnično osebje	zagotovi jo široka mreža deležnikov
ČASOVNICA	ustvarja primere ali končne makete	zelo ponovljivo in epizodne narave	ustvarjeno za daljše časovno obdobje

KORAK
1 od 4

PRIPRAVLJENI NA RAZMISLEK O ITERACIJI?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 42, Četrto poglavje, Dejavnost 1

KORAK 2

PRIDOBITE POVRATNE INFORMACIJE UPORABNIKOV

V fazi ideacije ste ustvarili prototipe, zdaj pa je čas, da jih uporabite za pridobivanje povratnih informacij uporabnikov, kar je eno izmed najdragocenejših orodij v razvoju zamisli.

V oblikovalskem razmišljanju obstajata vsaj dve točki, ko je nujen pogovor z ljudmi: na začetku projekta za pridobivanje navdiha in ko imate prototipe ali mini pilote za pridobivanje povratnih informacij. Tudi na tej stopnji naj bi povratne informacije, ki jih zbirate, bile vir navdiha za nenehno prilagajanje prototipa. Povratne informacije bodo še vedno raziskovalne, v nasprotju z že ovrednotenimi in potrjenimi: ne gre za to, ali so vaše zamisli prave ali napačne – gre za to, kako vašo zamisel narediti boljšo.

Načrtujte intervjuje s povratnimi informacijami

Intervjuji s povratnimi informacijami imajo nekatere enake lastnosti kot prejšnji intervjuji, vendar boste bolj osredotočeni na to, da boste izvedeli, kaj si uporabniki mislijo o vašem prototipu, v nasprotju s spoznavanjem življenja uporabnikov na splošno. Pridobiti želite pošten odziv – tako pozitiven kot negativen – da boste lahko še naprej razvijali svoje zamisli. Tukaj je nekaj nasvetov, kako voditi tak pogovor.

UPOŠTEVAJTE OKOLJE

Odločite se, v kakšnem okolju želite deliti svojo zamisel. Ali pomaga neformalno okolje, ki ga dobro poznate? Ali se boste največ naučili, če boste videli svoj prototip v okolju, v katerem bo deloval?

DOLOČITE, KAJ BOSTE TESTIRALI

Ugotovite, katere vrste povratnih informacij iščete: Želite povratno informacijo o prvem vtisu o svoji zamisli? Ali poskušate spoznati, kako bodo ljudje sodelovali v novi dejavnosti, ki ste jo zasnovali? Se sprašujete, ali se bodo ljudje z vašim novih konceptom obnašali drugače? Ustvarite seznam, ki vas bo opominjal na cilje vaše raziskave.

KORAK
2 od 4



V okviru projekta IDEO o porabi energije v gospodinjstvu smo pridobili povratne informacije od para tako, da smo jima pokazali maketo aplikacije za iPad, ki bi jima pomagala varčevati z energijo. Z uporabo slike zaslonskega vmesnika na papirju je ekipa spraševala par o tem, kaj je dobro delovalo in kaj potrebuje več pojasnil.

KORAK 2: PRIDOBITE POVRATNE INFORMACIJE UPORABNIKOV

IZBERITE UDELEŽENCE ZA PRIDOBIVANJE POVRATNIH INFORMACIJ

Ljudje, ki so videli razvoj vaše zamisli, lahko podajo podrobne povratne informacije, medtem ko vam lahko tisti novi, ki vašega koncepta ne poznajo, pomagajo razumeti, kateri vidiki so najbolj privlačni ali najtežji. Razmislite, kateri pogledi so najpomembnejši. Na podlagi tega boste oblikovali seznam ljudi, ki jih želite vključiti v proces pridobivanja povratnih informacij, in od koga se boste največ naučili. Včasih pridejo najbolj plodne povratne informacije iz kratke, spontane razprave. Vključite ljudi, ki ste jih srečali med svojim terenskim raziskovanjem, pa tudi nove udeležence. Ne pozabite, da se lahko obrnete na svoja družbena omrežja in knjižnične uporabnike.

NAČRTUJTE INTERAKCIJO IN LOGISTIKO

Določite kraj srečanja in časovni okvir za pogovore o povratnih informacijah. Ne pozabite prositi udeležencev, da uporabijo vaš prototip, še preden se z vami sestanejo. Dober pogovor o povratnih informacijah je mešanica spontanih reakcij na vaš prototip, pa tudi strukturiranih vprašanj, namenjenih primerjavi različnih mnenj o isti temi. Pripravite vodnik z vprašanji, ki vam bodo pomagala krmariti na obeh straneh.

IZBERITE ODPRTA VPRAŠANJA

Ponovno preglejte vprašanja, ki so se pojavila med razvijanjem vaše zamisli. Izberite tista, ki jih želite vključiti na pogovorih o povratnih informacijah. S svojo ekipo razpravljajte še o drugih področjih, ki jih želite proučiti.



Kot del svoje strategije povratnih informacije je IDEO pripravil kratek, improviziran pogovor z ljudmi na ulici, da bi slišali njihove misli o vsakdanjem prevozu na delo. Ekipa je prinesla osnutke s skicami in vprašanji, in tako na hitro pridobila odzive mimoidočih.

OBLIKUJTE VPRAŠANJA, KI SPODBUJAJO NADGRADNJO

Oblikujete svoja vprašanja tako, da vodijo do konstruktivne povratne informacije in spodbujanja udeležencev pri nadgradnji vaših zamisli, kot so:

- “Ali lahko opišete, kaj vas pri tej zamisli najbolj navdušuje in zakaj?”
- “Če bi lahko pri prototipu nekaj spremenili, kaj bi to bilo?”
- “Kaj bi sami izboljšali pri tej zamisli?”
- “Kaj vam pri tej zamisli ni všeč?”

Uredite svoja vprašanja po naslednji strukturi:

1. Začnite s splošnimi vtisi. Naj udeleženci delijo svoje prve misli o vašem konceptu.
2. Prosite za specifične povratne informacije o predpostavljeni zamisli.
3. Odprite razpravo in spodbudite širši pogovor.

Ustvarite pregledno obliko vodnika z vprašanji, ki ga lahko na hitro preletite med svojim pogovorom.

KORAK 2: PRIDOBITE POVRATNE INFORMACIJE UPORABNIKOV

Spodbujajte dobre povratne informacije

Najpomembnejša sestavina pogovora o povratnih informacijah je iskrenost: ljudje se morda sramujejo in ne povedo, kaj si v rednici mislijo o vaši zamisli, ker vedo, koliko ste vložili vanjo. Ustvarite okolje, ki spodbuja odkrit pogovor, in pri vodenju pogovora upoštevajte naslednje nasvete.

SPODBUJAJTE ISKRENOST IN ODPRTOST

Predstavite skico svojega prototipa, na katerem delate. Jasno povejte, da je razvoj vaše zamisli še v delu, in da še niste imeli dovolj časa za izpopolnjevanje vseh podrobnosti.

OSTANITE NEVTRALNI

Vse zasnove predstavite v mirnem, nevtralnem tonu. Ne branite se. Poslušajte vse povratne informacije in beležite tako pozitivne kot negativne komentarje.

SPROTI SE PRILAGAJAJTE

Spodbujajte udeležence, da nadgrajujejo zamisel in sproti spreminjajte svoj prototip. Bodite pripravljeni, da boste morali odpraviti ali spremeniti nekatere vidike zamisli.

ZAJEMITE POVRATNE INFORMACIJE

Taki pogovori so bogati vir informacij in pogosto je zelo pomembno, da si zapomnimo subtilne vtise o udeležencevih reakcijah. Po zaključenem pogovoru si vzemite nekaj časa, da zaobsežete vse, kar ste opazili. Pogovorite se o tem, kako boste izboljšali svoj prototip in takoj oblikujte zamisli za naslednjo ponovitev. Rezervirajte še nekaj dodatnega časa za deljenje vtisov takoj po končanem pogovoru, ko so ti še sveži.

“

Pomembno se je vprašati, kaj je uporabnikom všeč pri vašem prototipu, vendar se je prav tako pomembno vprašati, kaj jim NI všeč ... Ljudje ne želijo prizadeti vaših čustev, vendar se boste veliko več naučili iz teh odgovorov v nasprotju s tem, kar jim je.

Marianne, ekipa IT Splošne knjižnice Aarhus

”



KORAK
2 od 4



PRIPRAVLJENI NA NAČRTOVANJE IN UPORABO POVRATNIH INFORMACIJ?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 43, Četrto poglavje, Dejavnost 2

KORAK 2: PRIDOBITE POVRATNE INFORMACIJE UPORABNIKOV

Povežite povratne informacije

Povratne informacije so neprecenljive za razvoj zamisli, lahko pa so tudi precej zmedene. Kar slišite od različnih uporabnikov, je lahko protislovno ali se ne ujema z vašimi cilji. Razvrstite prejete odgovore in se odločite, kaj boste vključili v svojo naslednjo ponovitev.

DELITE SVOJE VTISE

S svojo ekipo razpravljajte o pogovoru in primerjajte svoja spoznanja. Zapisujte si ob upoštevanju naslednjih nasvetov:

- Kaj so udeleženci najbolj cenili?
- Kaj jih je navdušilo?
- Kaj bi jih prepričalo?
- Katere dele bi udeleženci želeli izboljšati?
- Kaj ni delovalo?
- Kaj potrebuje nadaljnje proučevanje in obravnavo?

ZDRUŽITE POVRATNE INFORMACIJE

Delite vtise, ki ste jih pravkar zajeli v pogovorih. Opombe zabeležite na samolepilne lističe. Razvrstite jih in združite po skupinah: Kaj je bilo dobro sprejeto? Kakšni pomisleki so se pojavili? Kakšne predloge ste našli?

OCENITE RELEVANTNOST

Vzemite si trenutek in se vrnite tja, kjer ste začeli. Kaj ste se poskušali naučiti? Ozrite se na svoja zgodnja dognanja in zamisli. Kaj je bil vaš prvotni namen? Ali ta še vedno drži glede na povratne informacije, ki ste jih prejeli?

PREDNOSTNO RAZVRSTITE POVRATNE INFORMACIJE

Kaj je najbolj pomembno, da bo vaša zamisel uspela? Razvrstite svoje zapiske in ustvarite pregled povratnih informacij, na katere želite odgovoriti. Morda boste dali prednost spremembam tam, kjer so ljudje videli ovire, ali poudarili, kar je bilo dobro sprejeto. Potem ponovite! Ustvarite nov in izboljššan prototip, ki ga lahko delite ali zgradite na že obstoječem. Večkratni cikli povratnih informacij vam bodo zelo pomagali pri izboljšavi koncepta. Še več o tem se boste naučili v naslednjih korakih.



KORAK
2 od 4



Ekipo razpravlja o povratnih informacijah in primerja ugotovitve kmalu po testiranju prototipa.



**PRIPRAVLJENI NA
ZDRUŽEVANJE POVRATNIH
INFORMACIJ?**

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 45, Četrto poglavje, Dejavnost 3

KORAK 3

ZAŽENITE MINI PILOTA

Mini pilot je nekje vmes med izdelavo prototipa in implementacijo zamisli. Medtem ko naredi prototip vašo zamisel otipljivo, je mini pilot način, kako prototip razviti v dejansko izkušnjo za uporabnike. Daje vam priložnost, da izboljšate svojo zamisel, še preden jo popolnoma predate uporabnikom svoje knjižnice. Sledi širok pregled o tem, na kaj morate biti pozorni, ko izvajate mini pilota v svoji knjižnici.

Oblikujte mini pilota

Mini pilota lahko oblikujete na več načinov. Lahko imate enodnevni ali enourni propagandni dogodek, da v svojo zamisel vključite uporabnike; lahko izvedete tudi večdnevni dogodek ali dolgotrajnejši preizkus. Najpomembneje je zagotoviti, da preizkušate hipotezo in odgovarjate na ključna vprašanja, kar vam bo pomagalo pri nadaljnjem razvijanju zamisli.

RAZVIJTE HIPOTEZO

Kaj domnevate, da se bo zgodilo z mini pilotom glede na vaše poznavanje prototipa, svojih uporabnikov in njihovega vedenja? Kakšen je idealen scenarij? Vaša hipoteza morda ne bo vedno pravilna, vendar vam bo pomagala izoblikovati cilje, predpostavke in pričakovanja.

OBLIKUJTE KLJUČNA VPRAŠANJA

To je kritična točka – brez ključnih vprašanj zagotovo testirate brez direktnega cilja, kaj bi radi izvedeli. Z le nekaj ključnimi vprašanji, ki jih boste raziskali, boste vedeli mnogo več, kaj storiti z svojim mini pilotom. Ena od pogostih pasti pri ustvarjanju mini pilota po začetnih prototipih je mišljenje, da mora biti dovršen ali zelo zanesljiv. To je napačno prepričanje! Namesto tega raje pomislite na svoj eksperiment kot na resnično osredotočen poizkus, posebej nastavljen samo za odgovore na vaša ključna vprašanja.

Ko oblikujete ključna vprašanja, upoštevajte:

- Kaj je najpomembneje spoznati, da bi izboljšali svojo zamisel?
- O katerem delu zamisli ste najbolj negotovi? Kako lahko to spremenite v ključno vprašanje?
- Kakšne so predpostavke, ki ste jih vgradili v svojega mini pilota? Kako lahko to spremeniti v ključna vprašanja na način, da predpostavk ni več?

“

Narediti morate prototip z namenom: na prototip glejte kot na učno orodje – to ni naključni eksperiment, je eksperimentiranje s ciljem in s hipotezo o tem, kaj se bo zgodilo.

Ekipe Splošne knjižnice Aarhus

”



KORAK
3 od 4

KORAK 3: ZAŽENITE MINI PILOTA

PRIMER

Ekipa IDEO.org je oblikovala dejavnost z vodo, prehranskimi izdelki in izdelki za zdravje, ki naj bi imela tri komponente: prodajalca od vrat do vrat, lokalni kiosk, kjer bi se ljudje lahko prijaviли za dostavo vode in izdelkov za zdravje, ter dostavno službo, ki bi strankam prinesla čisto vodo do domačega praga.

V nekaj dneh so ustvarili tri mini pilote, ki so se podrobneje poglobili v te zamisli. Da bi kar najbolje izkoristili svoje eksperimentiranje, so se osredotočili na naslednja ključna vprašanja:

1. Želijo ljudje samo pitno vodo ali bi imeli radi čisto vodo tudi za druge namene (kot so pranje, čiščenje in kuhanje)?
2. So ljudje vnaprej pripravljeni plačati za nekaj, ne da bi to tudi videli (plačilo za vodo, ki bo dostavljena šele naslednjega dne)?
3. Je smiselno prodajati izdelke za zdravje in prehranske izdelke skupaj z vodo?

Do konca prvega dne mini pilota so imeli deset naročil za dostavo vode strankam, ki so že plačale, in iz tega začetnega nabora strank so se mnogo naučili. Ker so razvili niz specifičnih in osredotočenih ključnih vprašanj, še preden so začeli z eksperimentom, so se lahko osredotočili le na spoznanja in odgovore, ki so vodili k naslednji ponovitvi.

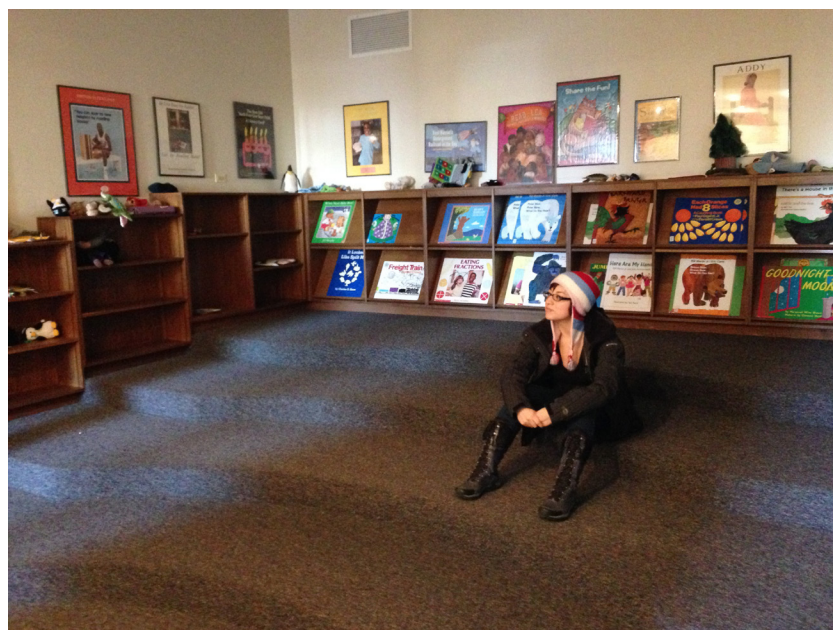


Prodajalca podjetja Smart Life.

DOLOČITE OKOLJE

Načrtujte mesto za izvajanje svojega mini pilota. Za razliko od prototipa mora biti vaš mini pilot postavljen v ustrezno okolje. Če na primer oblikujete tečaje digitalnega opismenjevanja najstnikov v knjižnici, lahko svojega mini pilota postavite v računalniško učilnico ali na kraju z dostopom do digitalnih virov. Pri razmišljanju o okolju za mini pilota upoštevajte:

- Kje je glede na vaša ključna vprašanja najbolje, da se odvija vaš mini pilot, v knjižnici ali zunaj nje?
- Če izbirate za mini pilota neko drugo enoto knjižnice, razmislite o svoji ciljni publiki. Kam bi ta najraje šla?
- Kje imate največ virov in dovoljenj za eksperimentiranje? Razmislite o okolju, kjer boste imeli največ pooblastil in sposobnosti prevzemanja tveganj.
- V katerem okolju boste najverjetneje vključili uporabnike? Ker želite povečati svoje možnosti za pridobitev dobrih povratnih informacij, boste izbrali okolje, v katerem uporabniška interakcija že poteka.



Za boljše razumevanje okolja pri svojem naslednjem mini pilotu so člani Splošne knjižnice Chicago vnaprej obiskali ciljno podružnico, da so lažje načrtovali, kako se bo njihova zamisel lahko prilagodila obstoječemu prostoru.

KORAK 3: ZAŽENITE MINI PILOTA

OPREDELITE VIRE

Vaš mini pilot bo potreboval določena sredstva, in ko načrtujete, razmislite, kaj vse bo potrebno. Pogosto bo zagon mini pilota zahteval več truda in več virov kot preprost prototip, saj vključuje izdelavo predstavitve zamisli za uporabnika brez veliko razlage. Ker bo to potekalo tudi v živo in v realnem času znotraj vašega okolja, boste morda morali opozoriti in vključiti tudi drugo osebje in deležnike v izvedbi mini pilota. Ko zbirate vire za naslednjo ponovitev, upoštevajte:

- Kakšna dovoljenja potrebujete za zagon? Ali lahko pritegnete še druge, da se na pozitiven način začutijo vključene?
- Kogaboste morali obvestiti vnaprej? Opozorite vse, ki so skeptični, da je to le začasno in da brez izboljšanja storitve sploh ničesar ne bomo naredili in bomo ostali na statusu quo. To vsekakor ni nekaj, kar oblikovalsko razmišljanje je!
- Čigav čas morate načrtovati? Kolikokrat boste izpeljali mini pilota in ali boste pri tem potrebovali dodatno osebje ali drugo pomoč?
- Kaj drugega še potrebujete? Še enkrat razmislite o minimalnem možnem načinu izvedbe zamisli, ki temelji na vprašanjih, na katera poskušate odgovoriti.

PRIPRAVITE NAČRT

Za začetek morate zarisati tudi načrt. Poglejte nazaj na svoj konceptualni zemljevid, ki ste na ustvarili, ko ste prvič začeli s prototipiranjem. Vzeli ste si čas in se, upajmo, naučili nekaj novega o tem, kaj je v prototipih delovalo in kaj ni. Zdaj ste pripravljeni za potencialno vključevanje več teh dejavnikov, zasidranih v prototipih, ki ste jih naredili.

Ta naslednji korak bi moral narediti dve stvari: Vaš mini pilot bo moral izboljšati in vključiti prototipe, ki ste jih že naredili, in morali boste raziskati, kako boste lahko nadgradili druge dele zemljevida in tako ustvarili polno uporabnikovo izkušnjo. Morda se vam bo zdelo koristno preoblikovati tudi konceptualni zemljevid v drugih okvirih za načrtovanje eksperimenta.



KORAK
3 od 4



PRIPRAVLJENI NA OBLIKOVANJE MINI PILOTA?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 46, Četrto poglavje, Dejavnost 4



POGLED OD BLIZU: OBLIKOVANJE MINI PILOTA *Del 1 od 4*

Čeprav že imate konceptualni zemljevid za svojo zamisel, lahko pri načrtovanju mini pilota kot nadaljnjo pomoč pri razvoju svoje zamisli uporabite naslednje sheme, ki vam pomagajo vizualizirati izkušnje, da si lahko zagotovite mnogo širše razmišljanje o svoji zamisli.

UPORABNIKOVA POT



PRIVABITI VSTOPITI VKLJUČITI IZSTOPITI RAZŠIRITI

Vaš konceptualni zemljevid morda že uporablja ohlapno zaporedje dogodkov, ki določajo pot uporabnika. S kategorizacijo koščkov izkušnje v teh časovnih točkah lahko zagotovite, da vaša ekipa premišljeno upošteva popolno izkušnjo in ne le prototipiranje enega samega osamljenega dela izkušnje. Tukaj je primer nabora posameznih faz na uporabnikovi poti:

PRIVABITI

- Kako seznanim uporabnika s svojo zamisljo?
- Zakaj je privlačna za vašega ciljnega uporabnika?

VSTOPITI

- Kakšna je uporabnikova izkušnja, ko prvič vidi vaš koncept?
- Kakšen je prvi vtis?

VKLJUČITI

- Kako se uporabnik odziva in vpliva na vašo zamisel?
- Kakšne so funkcionalne in emocionalne koristi uporabe?

IZSTOPITI

- Kaj se zgodi na koncu izkušnje?
- S čim uporabniki odidejo?

RAZŠIRITI

- Kaj se zgodi z uporabnikom, ko je enkrat že uporabil vaš koncept ali zamisel?
- Kako lahko vaš uporabnik še naprej uporablja ta koncept?

STORITVENA SHEMA



Če oblikujete storitev v knjižnici, vam lahko koristi tudi izris mini pilota v smislu storitvene sheme. Verjamemo, da je vsaka storitev v bistvu sestavljena iz treh komponent: prostori, vloge (ljudje) in orodja. Ko ste pomislili na vse tri kot na del storitve, ste si s tem zagotovili, da ste temeljito preučili celotno uporabniško izkušnjo storitve.

PROSTORI

Kakšen prostor potrebuje vaša storitev?
Kako je videti okolje, kakšen je občutek in kako deluje?

VLOGE

Kdo bi lahko podprl uporabo storitve?
So v storitev vključene obstoječe ali nove vloge?
Ali vaša storitev zahteva kakšno usposabljanje za vloge?

ORODJA

Katera orodja in vire potrebuje vaša storitev?
Ali so orodja na nek način že vgrajena ali vdolana v prostorih ali vlogah?

Primer table, ki prikazuje podobno uporabniško pot s skicami in zamislami za vsak del potovanja.





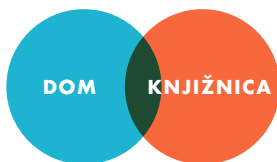
POGLED OD BLIZU: OBLIKOVANJE MINI PILOTA *Del 2 od 4*

VENNOV DIAGRAM DOM/KNJIŽNICA

Še en zelo preprost način načrtovanja vašega mini pilota je, da pomislite, kako bi lahko mini pilot vplival na uporabnika tako doma kot tudi v knjižnici. Pogosto razmišljate o uporabnikih samo v kontekstu knjižnice, vendar je lahko zelo koristno razmišljati tudi o tem, kako lahko vaš mini pilot deluje, medtem ko so vaši uporabniki doma. Narišite Vennov diagram z enim krogom, ki predstavlja »dom«, in drugim, ki predstavlja »knjižnico«, in premislite o naslednjih vprašanjih:

DOM

- Kako bi lahko uporabniki od doma dostopali do informacij o vaši zamisli?
- Kako bi lahko uporabniki od doma ostali povezani z vašim konceptom?
- Kako bodo uporabniki o vašem konceptu govorili svojim prijateljem ali družini?



LIBRARY

- Kako bi se lahko uporabniki v knjižnici povezali z vašim mini pilotom? Po celotni knjižnici?
- Kako se uporabnik sreča z mini pilotom?

PRIMER

PROMOCIJSKI DOGODKI ZA NAJSTNIKE V SPLOŠNI KNJIŽNICI CHICAGO

Ekipa v Splošni knjižnici Chicago se je lotila svojega oblikovalskega izziva z željo ustvariti več dejavnosti za privabljanje najstnikov v knjižnico. Z intervjuji uporabnikov so spoznali, da najstniki potrebujejo dovolj organizirano okolje, da ostanejo angažirani, vendar pa potrebujejo tudi nekaj svobode za raziskovanje in improvizacijo – najstniki so potrebovali ravnotežje med strukturiranimi in nestrukturiranimi dejavnostmi. Na ustvarjalni dan je ekipa pripravila mobilen prostor za najstniške predstave, ki ponuja tako organizirano okolje kot tudi svobodo na način, ki spodbuja samoizražanje. Nato so najstnike intervjuvali, da bi pridobili povratne informacije o svoji začetni zamisli. Temelječ na teh odzivih se je začela njihova zamisel razvijati v izkušnjo, podobno medijskemu laboratoriju, kjer se najstniki lahko zadržujejo in preizkušajo različne oblike digitalnih in analognih medijev.



Matthew, eden od članov projektne skupine, govori drugemu osebju knjižnice o začetnem prototipu, kjer so zavese predstavljale stene in kartonske škatle zvočnike.

Na poti prenosa znanja od prvega prototipa do mini pilota je ekipa potrebovala čas za razvoj hipotez in oblikovanje ključnih vprašanj. Nekaj vprašanj: Ali bi najstnike zanimalo tako analogne kot tudi digitalne dejavnosti? Koliko pomoči so potrebovali najstniki? Koliko časa naj bi knjižnica ponujala ta dogodek? Svojo prvo mini pilotno izvedbo so predstavili v podružnični knjižnici v Chicagu. Izkoristili so enega od večnamenskih prostorov in vanj postavili postaje za digitalno glasbo, kabino za selfije, slikanje in klasični pisalni stroj. Na vsaki postaji je bil knjižničar, ki je nevsiljivo pomagal pri lažjem poteku dejavnosti.



Matthew, knjižničar in sam glasbeni navdušenec, najstnikom med prvim mini pilotom kaže, kako se ustvarja glasbo z uporabo iPada.



POGLED OD BLIZU: OBLIKOVANJE MINI PILOTA *Del 3 od 4*

Na presenečenje ekipe digitalni mediji najstnikov niso preveč zanimali, pač pa so hoteli slikati in se igrati s pisalnim strojem. Tisto, k čemur so se najstniki usmerili, so bile dejavnosti, ki niso zahtevale veliko pomoči knjižničarjev. Ugotovili so tudi, da bo vrsta ponujenih dejavnosti verjetno odvisna od obšolskih dejavnosti na določenem območju, in da bo tisto, kar bodo ponujali kot del svojega laboratorija, moralo dopolnjevati dejavnosti v lokalni skupnosti. Potem, ko je zbrala in združila svoja spoznanja, je ekipa začela načrtovati svojo naslednjo ponovitev.

Za svojo naslednjo ponovitev je ekipa še naprej razvijala koncept tako, da je še bolj spoznavala lokalno okolje svoje izbrane knjižnice in vzpostavila prostor z dejavnostmi, ki so bile manj digitalne in bolj analogne. Ena od dejavnosti, ki so jo imeli najstniki zelo radi, je bila poslikava sten s pralnimi barvami. Iz svojih opazovanj je ekipa ugotovila, da je najstnikom všeč



Najstnica ustvarja stensko poslikavo s pralnimi barvami na drugem eksperimentu v podružnični knjižnici Leger v Chicagu.



Ekipa je ugotovila, da je več analognih dejavnosti, kot sta na primer poslikave in pripovedovanje zgodb s pisalnim strojem, novost za digitalno spretno najstnike, zaradi česar so med najbolj priljubljenimi dejavnostmi na dogodku.

občutek, da kršijo pravila, in da lahko v knjižnici delajo nekaj, česar doma ne bi mogli – na primer s čimer koli barvati stene.

Ekipa je nadaljevala s ponovitvami in razvila najstniški program z imenom Bodite glasni (Make Noise), obšolski program za najstnike, njihovo druženje in kreativnost. To je bil stalni program enkrat tedensko v podružnični knjižnici. S pridobljenimi izkušnjami je ekipa lahko vplivala na ustanovitev najstniške knjižnične skupine v Splošni knjižnici Chicago in pomagala pri mentoriranju drugih knjižničarjev, ki so želeli razvijati najstniške programe.

CHICAGO PUBLIC LIBRARY

MAKE.NOISE.



TEENAGERS JOIN US TO...



HANG OUT.

MAKE.



CREATE.

Tuesdays
January 21-February 11
3:30-5 p.m.

West Belmont Branch
3104 N. Narragansett Avenue
60634
(312) 746-5142



City of Chicago
Mayor Rahm Emanuel



Chicago
Public
Library
chicagopubliclibrary.org



Please call for
accessibility:
(312) 747-4282 (Voice)
(312) 747-4066 (TTY)

Please consider the environment when disposing of this material - Recycle, Reuse, Recycle.

Plakat, ki oglašuje stalni najstniški program.

KORAK 4

OCENITE SVOJ NAPREDEK

Ko ste zbrali povratne informacije svojih uporabnikov in opazovali uporabnike v okolju mini pilota, združite te informacije in ocenite svoj napredek. Večina ponovitev je reflektivnih, nenehno boste osmišljali povratne informacije in sodelovali z ekipo do naslednje ponovitve. Pri tem priporočamo, da ocenite tudi praktične omejitve, saj boste kmalu začeli razmišljati o tem, kako vzdrževati svoj mini pilot in kako uresničiti svojo zamisel na bolj trajen način.

Vključite žive odzive

V razvoj vaše zamisli je bilo vloženega ogromno dela in zdaj je čas, da zadržite zalet z razmišljanjem o tem, kar ste se naučili, in z uporabo teh informacij za izboljšanje svoje zamisli.



Nicole Steeves, knjižničarka Splošne knjižnice Chicago, vodi ogled po prenovljenem prostoru za učenje angleškega jezika in sproti sprejema povratne informacije od skupine jezikovnih mentorjev.

KORAK 4: OCENITE SVOJ NAPREDEK

ANALIZA SPOZNANJ

Primerjajte zapiske na enak način, ko ste to storili s povratnimi informacijami o začetnih prototipih. V mini pilotu boste imeli namreč veliko več časa za opazovanje uporabnikov v naravnem okolju, zato poskrbite, da ne boste spregledali podrobnosti, kako uporabniki komunicirajo z vašo zamisljo. Beležite svoje pogovore. Razmislite o uporabi naslednjih poudarkov:

- Kaj so uporabniki najbolj cenili?
- Kaj jih je navdušilo?
- Kaj jih je prepričalo o zamisli?
- Katere dele bi uporabniki želeli izboljšati?
- Kaj ni delovalo?
- Kaj potrebuje nadaljnje proučitev?

IŠČITE NEPRIČAKOVANO

Eden najbolj produktivnih načinov razmišljanja o mini pilotu je iskanje presenetljivega ali nepričakovanega vedenja uporabnikov. Če je uporabnik sodeloval v eksperimentu na način, ki ga niste predvideli ali pričakovali, je takšno vedenje mnogokrat lahko bolj koristno, kot če bi ravnal po pričakovanjih. Pogovorite se s svojo ekipo, ali je kdo med mini pilotom opazil nepričakovana obnašanja uporabnikov. Opazovanja lahko vključujejo nianse, kot so smer hoje, obrazna mimika, govorica telesa in tako naprej.

PREGLEJTE SVOJA KLJUČNA VPRAŠANJA

Ponovno preglejte svoja ključna vprašanja, ki ste jih razvili med snovanjem svojega mini pilota. Na katera vprašanja ste odgovorili in katera še ostajajo? Katera vprašanja se lahko spremenijo glede na do sedaj naučeno? Katera nova vprašanja ste postavili na osnovi svojega zadnjega mini pilota?

DOLOČITE NASLEDNJE KORAKE

Poglejte svoj konceptualni zemljevid in vse sheme, ki ste jih razvili ob oblikovanju svojega mini pilota. Pogovorite se s svojo ekipo, kako želite napredovati k naslednji ponovitvi. Upoštevajte vprašanja, kot so:

- Kaj se zdi zaželeno, izvedljivo in uresničljivo tako za uporabnike kot za knjižnico?
- Kateri deli mini pilota najboljše obravnavajo izziv izvirnega načrta?
- Kaj moramo kot ekipa še razrešiti?



KORAK
4 od 4



**PRIPRAVLJENI NA
VKLJUČEVANJE
POVRATNIH INFORMACIJ?**

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 49, Četrto poglavje, Dejavnost 5

KORAK 4: OCENITE SVOJ NAPREDEK

Ponovno ocenite svoj koncept

Sedaj ste že zbrali in združili povratne informacije svojega mini pilota in razvili svojo zamisel vse od izvirnega oblikovalskega izziva, preko inspiracije, ideacije in sedaj do iteracije. Vzemite si trenutek in čestitajte svoji ekipi, da se je prebila skozi celoten proces oblikovalskega razmišljanja. To je prvi veliki korak k uvajanju sprememb v vaši knjižnici!

V naslednjem poglavju boste izvedeli več o tem, kako vpeljati svojo zamisel kot delujoč program, storitev ali prostor poleg tega, kar že obstaja v vaši knjižnici. Navadno je treba več krogov pilotnih poskusov in premisleka, preden ste pripravljeni razmišljati o implementaciji. Ne oklevajte in ponovno preglejte začetne faze pristopa – poglavji o inspiraciji in ideaciji – in ponovno uporabite te metode ter s ponavljanjem nadaljujte svojo pot. Ko ponovno ocenjujete svoj koncept, upoštevajte spodnje napotke.

BODITE PREVIDNI PRI UVAJANJU POVSEM NOVIH IDEJ

Vaš mini pilot je morda že sprožil sorodne, a ločene zamisli. Priporočamo vam, da te zamisli zabeležite in jih shranite za kasneje, raje, kot da bil jih poskušali v mini pilota vključiti že sedaj. Prav mamljivo je dodati čim več novih idej in videti, kaj se bo prijelo pri uporabnikih. Obstaja pa nevarnost, da boste izgubili osredotočenost na ključni namen in ključna vprašanja, na katera želite odgovoriti s svojim mini pilotom. Namesto tega preizkusite te zamisli raje kasneje ali morda vzporedno z drugo projektno ekipo.

PROUČITE OBSEG

Pomislite na svoj izvirni obseg ali širino poizvedovanja za svoj projekt. Se je razširil ali zožil? Če se je razširil, se vprašajte, ali ste še dovolj osredotočeni, da se lahko neposredno usmerite k svojemu izvirnemu oblikovalskemu izzivu. Če se je zožil, se vprašajte, ali boste imeli dovolj velik vpliv na svoje ciljne uporabnike in boste lahko začutili, da bo vaša zamisel nekaj spremenila. Razmislite: Je izvedba možna? Je dovolj odmevna za zagon?

“

P^rve zamisli so redkokdaj tiste zares najboljše, zato poskus in napaka na naši poti v boljšo prihodnost nudita možnosti za izboljšave.

Vodja iz Splošne knjižnice Chicago

”

POSTAVITE CILJE

Pri večkratnih ponovitvah upoštevajte, da se lahko cilji in hipoteze vašega mini pilota spremenijo. Polega tega se bo spremenilo tudi vaše mnenje o tem, kaj dela mini pilota uspešnega. Na knjižničnem področju se meritve uspešnosti pogosto skrijejo na kvantitativna merila, kot sta izposoja in obisk programa. Vendar pa bodo za razvoj vaše zamisli drugi kazalniki uspešnosti prav tako pomembni, če ne celo še pomembnejši. Začnite ocenjevati svoje eksperimentiranje z mini pilotom z uporabo drugih pomembnih meril, kot so:

- dolžina pogovora med knjižničarjem in uporabnikom;
- število sodelujočih po načinu obveščanja od ust do ust;
- število obiskov uporabnikov, ki prvič obišejo knjižnico;
- število na novo vzpostavljenih odnosov med knjižničarji in uporabniki.



KORAK
4 od 4

KORAK 4: OCENITE SVOJ NAPREDEK

NAŠA SPOZNANJA

- Zaupanja vredni odrasli gradijo vezi z najstniki.
- Dejavnosti z malo ovirami so pomembne za vzpostavljanje sodelovanja.
- Najstniki se niso zavedali, da se lahko tovrstne dejavnosti izvajajo v knjižnicah.
- Knjižnično osebje mora biti spretno in prilagodljivo pri predstavljanju storitev za najstnike.
- Druženje se dogaja sočasno z dejavnostmi.

Ena od ekip, osredotočena na program za najstnike, je zasledovala napredek tako, da je na seznamu jasno opisala najboljša dosedanja spoznanja. Organizacija spoznanj skozi daljše obdobje vam lahko koristi, da boste lahko jasno sporočali napredek zunanjim deležnikom.

SPOZNANJE JE ENOTA USPEHA

Pomembno je, da število spoznaj vsakega mini pilota razumete kot enoto za merjenje uspeha. Verjamemo, da lahko mini pilot pritegne na stotine uporabnikov, vendar je še vedno neuspešen, če se ekipa iz njega ni naučila nič novega. Podobno lahko vaš mini pilot pritegne le nekaj obiskovalcev in nima nobenega vpliva na izposajo. Toda če ste s tem več izvedeli o svojih uporabnikih in kako morda izboljšati svojo zamisel, je to še vedno uspeh.

VODJA EKIPE

NAČRT ZA TRAJNO EKSPERIMENTIRANJE

Mini piloti zahtevajo različne vire in zmogljivosti, in sicer denar, čas in ljudi. Pri načrtovanju naslednjih vprašanj in mini pilota, ki bo odgovoril na ta vprašanja, začnite graditi načrt, kako delati učinkovito in produktivno s trajnim testiranjem skozi daljše časovno obdobje.

Ocenite časovne okvire

Določite količino časa, ki ga boste potrebovali za pripravo naslednje ponovitve svojega koncepta. Potrebujete čas za pripravo? Je potrebno koga usposablјati? Ali želite porabiti obstoječi čas srečanja kako drugače? Doslej ste se s svojo ekipo že veliko naučili o tem, kako dolgo traja priprava mini pilota.

Opreделите materiale

Naredite seznam vseh materialov, ki jih boste potrebovali za spremembo ali ponovitev svojega koncepta. Ali so to zaloge, ki so na voljo v vaši knjižnici? Boste morali kupiti kaj novega?

Izračunajte sredstva

Vemo, da je denarja v knjižnicah malo. Naj vas to ne odvrne. Mnogo zamisli zahteva malo denarja, včasih celo nič. Razmislite, kako uresničiti svojo zamisel z omejenimi sredstvi že od samega začetka kot izziv za viharjenje možganov. Poleg tega razmislite o priložnostih za poseganje v že obstoječe proračune. Razmislite o ustvarjalnih načinih za pridobivanje sredstev ali uporabite vire, ki jih imate pri roki.

“

Veliko pilotnih izvedb skupaj ima lahko v celoti ogromen vpliv. Skozi številne ponovitve ostanite osredotočeni na svoj oblikovalski izziv, oblikovalski namen in samo nadaljujte!

Trener oblikovalskega razmišljanja

”



PRIPRAVLJENI NA PONOVRNO OCENJEVANJE KONCEPTA?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 50, Četrto poglavje, Dejavnost 6



ŠTUDIJA PRIMERA

Št. 1

“SwipeSense”

IZZIV

V bolnišnice hodimo v pričakovanju, da se nam bo zdravstveno stanje izboljšalo. Pogosto pa tam zbolimo še bolj. Po podatkih Centrov za nadzor bolezni in preventivo se letno več kot dva milijona Američanov okuži z bolnišničnimi okužbami, ki posledično povzročijo 100.000 smrti in sistemu zdravstvenega varstva za več kot 30 milijard dolarjev stroškov letno. Strokovnjaki se strinjajo: že samo preprosto izboljšanje navad osebja pri umivanju rok bi lahko preprečilo te nepotrebne okužbe. Leta 2012 sta diplomanta Severozahodne Univerze Mert Iseri in Yuri Malina osnovala družbo SwipeSense, Inc. s ciljem spodbujanja dobre higijene rok s pomočjo pametnih nosljivih razpršilnikov gela in spletnega nadzora.

THE OVERVIEW

Prav imajo bolnišnice veliko skupnih umivalnikov in razpršilnikov za razkuževanje rok, jih negovalci, ki so vedno v časovni stiski, preprosto ne uporabljajo in spremljanje umivanja rok poteka še vedno ročno, s svinčnikom in papirjem. Da bi ugotovila, zakaj je upoštevanje navodil tako slabo, sta Mert in Yuri nekaj tednov opazovala osebje na North Shore University Health System. Opazila sta, da si je medicinsko osebje roke namesto brisanja le podrgnilo ob oblačila, kar je vodilo v pomembna spoznanja za razmišljanje o možnih rešitvah.

Podjetji SwipeSense in IDEO sta kot partnerja sodelovali pri prototipiranju alternativnih izdelkov in pristopov, tako na fizičnem kot digitalnem področju. Ekipo je sodelovala pri testiranju v več kot 70 ponovitvah zasnove. Medtem ko je cilj ostajal vedno enak – odpraviti pridobljene bolnišnične okužbe –, se je jedro njihovega projekta premikalo in spreminjalo z vsako ponovitvijo. Poleg same naprave za razkuževanje rok je ekipa proučila, kako z zagotavljanjem večje količine podatkov o razkuževanju rok zagotoviti dodano vrednost posla SwipeSense in zdravstvenega sistema nasploh.



Ekipo je skicirala vrsto možnih ponovitev.

ZAKAJ JE BILA ITERACIJA

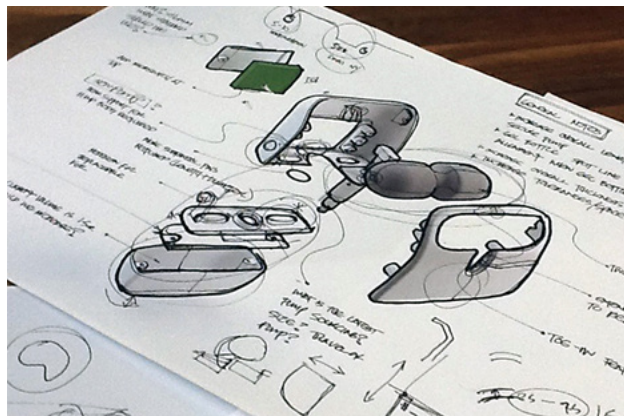
POMEMBNA

Mert je poudaril štiri stopnje iteracije projekta SwipeSense. Prvi korak je bil prepoznavanje čisto običajne navade: ljudje si brišejo roke v hlače, da jih »očistijo«. Tako sta Iseri in Malina prišla na ideje, da bi razvila rešitev na podlagi te naravne navade razkuževanja rok. Ekipo je potrebovala hiter in enostaven način za prenos ideje iz svojih zamisli v oprijemljivo obliko, zato so za svoj prvi prototip enostavno odrezali vrh dezodoranta v stiku in si ga prilepili na hlače ter si tako brisali roke. Nato so vključili svoje uporabnike, ljudi, ki delajo v bolnišnicah, in jih opazovali, kako uporabljajo različne prototipe, da bi lahko razumeli, kaj deluje in kaj ne.

»To je proces premikanja naprej in nazaj. Biti morate dovolj skromni in se zavedati, da je vaša prva zamisel morda na majavih nogah«, pravi Mert in dodaja: »Gradite samo toliko, kolikor potrebujete, da jo spravite na svet, in ne toliko, da dobite odgovor, temveč da lahko postavite boljše vprašanje.«

Od opazovanja ravnanj uporabnikov z njihovim prototipom se je ekipa premaknila v smer, ki je temeljila na ideji »podrsaj, da stisneš«. Zasnovali so sistem načrtovanja izdelave dozirnika gela s funkcijo, ki je zagotavljala tudi beleženje podatkov o higieni rok. Na vsaki stopnji so se vprašanja spreminjala in spreminjalo se je tudi jedro projekta. Konec koncev pri projektu ni šlo samo za razkuževanje rok, ampak za zdravstveno skupnost nasploh.

Ko nadaljujejo s ponavljanem prototipov, nadaljujejo hkrati tudi z načrtovanjem proti cilju, to je nečemu, kar bo uresničljivo in uporabno, zanesljivo in komercialno zaželeno. Toda, kot je vztrajal Mert: »Delo ni končano, dokler ne rešite težave. Ni trenutka, ko bi obstajala končna različica, ker se veselje nenehno spreminja in našemu izdelku bomo morali nenehno dodajati višjo vrednost«. Medtem ko je leta 2013 podjetje SwipeSense prijavilo patent – uporabniku prijazna naprava, ki se enostavno pripne na obleko in beleži, ko si uporabnik razkuži roke –, ekipa ve, da bo nadaljevala s ponovitvami. Njihov končni cilj je rešiti 100.000 življenj vsako leto.



Zgodnji prototip podjetja SwipeSense.



ŠTUDIJA PRIMERA

Št. 2

Stran 1 od 2

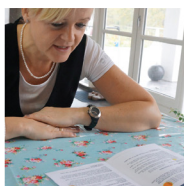
“IT v knjižničnem prostoru”

IZZIV

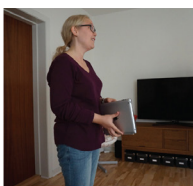
Ekipo knjižnice v Aarhusu na Danskem se je lotila izziva oblikovalskega razmišljanja z naslednjim vprašanjem: Kako bi lahko razširili tehnološke veščine ljudi z različnimi stopnjami znanja in izkušenj?

PRISTOP

Ekipo je začela projekt z intervjuvanjem različnih knjižničnih uporabnikov, ki so že imeli vrsto izkušenj s tehnologijo. Da bi zajeli širok spekter, se je ekipa pogovarjala z več knjižničnimi uporabniki in neuporabniki, med njimi z materjo, ki skorajda ne uporablja tehnologije (npr. še nikoli ni poslala elektronske pošte in ni znala naložiti aplikacij) in mladim strokovnjakom, ki je bil tehnološko zelo podkovan. Opravili so tudi strokovne razgovore s knjižničarjem, zadolženim za tehnologijo, in vodjem mestnega arhiva. Za vsak intervju je ekipa pripravila vprašanja »Kako bi lahko?«, ki so omejila potrebe intervjuvancev v okvirih širše zasnove njihovega oblikovalskega izziva.



Eva, 39 let
Zakaj: Popolna začetnica nima e-pošte.
Intervju: Kako bi lahko ustvarili storitev, ki bo izboljšala veščine IT popolnih začetnikov?



Britt, 34 let
Zakaj: Uporablja skoraj vse medije.
Intervju: Kako bi lahko ustvarili družabni vidik uporabe medijev v knjižnici?



Steen, 37 let
Zakaj: Ima knjižnico, a nikoli ne pride vanjo.
Intervju: Ali samozadostnost zanika sodelovanje s knjižnico?

Povzetek nekaterih intervjujev ekipe IT z uporabniki z enim ključnim vprašanjem, ki izhaja iz vsakega intervjuja.

Eno od glavnih spoznanj, ki jih je odkrila ekipa, je vključevalo misel, da je začetnikov v uporabi tehnologije več, kot je ekipa sprva pričakovala. Domnevala je, da so »začetniki« predvsem starejši občani. Ko so obiskali Evo, mater, ki doma ni pogosto uporabljala e-pošte, so opazili, da je imela na mizi brošuro za program tehnoloških veščin v knjižnici, vendar je bil ta namenjen starejšim občanom. Ko se ga je Eva udeležila, se je počutila neprijetno vedoč, da ni sodila v predvideno občinstvo. Poleg tega so drugi uporabniki želeli priporočila za aplikacije, ki jih bodo seznanjale s temami, kot so na primer knjige, vendar so želeli, da priporočila prihajajo od zaupanja vrednih svetovalcev s podobnim okusom.

S konceptom »4 dobre aplikacije« je ekipa IT postavila letake v tematsko povezane lokacije; na primer: ta plakat o štirih dobrih kuharskih aplikacijah je bil umeščen v oddelek kulinaričnih knjig.



Na levi Dorthe, knjižničarka v Aarhusu, pomaga uporabnici pri njihovem mini pilotu iPad Spa.

Na podlagi teh dognanj je ekipa prišla do začetne zamisli, imenovane iPadSpa, ko so ljudje lahko prinesli svoje pametne telefone v knjižnico, se tam poučili na svoji napravi o funkcijah in nanjo prenesli nove aplikacije. Metaforo Zdravilišče so uporabili, ker je bila storitev prilagojena, z interakcijo ena na ena, in so jo uporabnikom ponujali knjižničarji. Z eksperimentiranjem so hitro spoznali, da njihova kampanja obveščanja – vstavljanje letakov za storitev v knjige – ni bila učinkovita in da je bilo enournno srečanje za uporabnike predolgo. Poleg tega se je storitev hitro spreminjala v delavnico informacijske tehnologije in že obstoječe službe za pomoč pri uporabi informacijske tehnologije, torej povsem v nasprotju s tistim, kar so poudarjala priporočila aplikacije.

V svoji naslednji ponovitvi se je ekipa IT bolj premišljeno osredotočila na priporočila zaposlenih. Ustvarili so prototip zamisli o najavi »4 dobrih aplikacij« in namesto, da bi dajali letake v knjige, so jih strateško razporedili po knjižnici v ustrezne tematske oddelke.





ŠTUDIJA PRIMERA

Št. 2

Stran 2 od 2

“IT v knjižničnem prostoru”

V krajšem, hitrem in nenapovedanem pogovoru z uporabniki knjižnice je ekipa IT ugotovila, da uporabniki radi razpravljajo o tem, katere aplikacije so bile zanimive, katere so uporabili sami in katere so jim priporočili drugi uporabniki.



Ekipa IT prestreza uporabnike in razpravlja o odzivih ljudi na »4 dobre aplikacije«.

Ta opazovanja so ekipi pomagala pri tretji ponovitvi, to je konceptu pogovorov o družabnih aplikacijah. Knjižničar je med uporabniki spodbujal pogovor o aplikacijah, ob tem je moral pozabiti, da je strokovnjak na tem področju, uporabnikom pa ponudil forum za medsebojno primerjavo opazk o aplikacijah. Ekipa je ugotovila, da so bili ti družabni pogovori mnogo bolj živahni in sproščeni kot druženje ob pomoči informacijske tehnologije, kjer so knjižničarji nudili pomoč ena na ena; sočasno vključevanje večjega števila uporabnikov na tak način so mnogi občutili kot manj formalno in bolj zanimivo izkušnjo. Zdaj ekipa uporablja te moderirane pogovore v več svojih programih pomoči za uporabo informacijske tehnologije, kjer uporabnikom zagotavljajo prijaznejši forum za učenje drug od drugega, namesto da bi se zanašali samo na knjižničarja.



Uporabniki razpravljajo o aplikacijah med serijo pogovorov »družabne aplikacije« ekipe IT.

ZAKAJ JE BILA ITERACIJA POMEMBNA

Ekipa v Aarhusu je šla skozi več ponovitev svojega mini pilota, pri čemer je vsakič na hitro prototipirala rešitve, ki so jih spoznali v svoji zadnji ponovitvi. Na ta način so lahko izluščili, na katere dele prototipa so se ljudje dobro odzvali in te značilnosti potem dodelali v naslednji ponovitvi. »Ne bojte se razvijati svojega oblikovalskega izziva,« pravi vodja ekipe Marianne Krogbaek. »Lahko se spremeni glede na uporabniški doprinos in bodite prepričani, da ste še vedno lahko navdušeni nad tem.«

Marianne in njena ekipa so že šli skozi postopek in priznali dejstvo, da njihova prva zamisel očitno ni bila ravno najboljša. Toda namesto načrtovanja formalne serije dogodkov in vlaganja obilice virov v načrtovanje stalno delujočega »Zdravilišča iPad«, so uporabili pristop oblikovalskega razmišljanja za preizkušanje koncepta v poenostavljenem, preprostem načinu z nekaj uporabniki. To je skozi njihove ponovitve vodilo do kopice spoznanj, ki so sedaj vgrajena v številnih njihovih ponudbah informacijske tehnologije.

»Naših ponovitev niso usmerjali le uporabniki, ampak tudi sodelovanje osebja,« pravi Marianne. Obsežna ekipa drugega osebja, ki jim je bila na razpolago, ni le pospešila učenja in proizvodnega procesa, potrebnega za izvajanje mini pilotov, ampak je tudi pomagala proučevati, kako bi osebje knjižnice lahko trajno vzdrževalo te storitve skozi daljše obdobje. Na koncu Marianne svetuje: »Samo poskrbite, da boste vstali od svoje mize ali zapustili svoj projektni prostor. Veliko več se boste naučili s prikazom prototipa ali izvajanjem mini pilota s svojimi uporabniki, kot bi se kdaj koli v svoji sejni sobi.«

Priporočila



PREBERITE

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS TOOLKIT, 2ND EDITION

Experimentation and Evolution Chapters

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

DESIGN KIT IMPLEMENTATION METHODS

<http://www.designkit.org/methods>

ACUMEN+ SOCIAL INNOVATION COURSE

Class 4 Readings: Prototype

Faza iteracije v praksi

- Ekipa Jedci paprike (Pepper Eater Team) deluje na etiopskem podeželju z namenom, da bi ustvarila preprosto orodje, ki bi dramatično izboljšalo predelavo paprike. Izvedite več o metodah prototipiranja, ki jih ekipa uporablja kot del k človeku usmerjenega oblikovalskega procesa:
<http://bit.ly/MiJSC4>

- Kevin Kung iz MIT dela v Keniji na projektu za predelavo organskih odpadkov v oglje. Izvedite več o Kevinovem potovanju skozi k človeku usmerjen oblikovalski proces prototipiranja:
<http://bit.ly/HCDinKenya>

POGLEJTE

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS THE IDEO TOY LAB PROTOTYPES A NEW ELMO APP

<http://www.youtube.com/watch?v=-SOeMA3D-UEs>

EDUTOPIA DESIGN THINKING FOR EDUCATORS COURSE, WEEK FOUR

Kako uresničiti zamisli?

<http://www.edutopia.org/design-thinking-for-educators-experimentation-evolution-week-four>

ITERATE, ITERATE, ITERATE

Gaby Brink, ustanoviteljica, glavna oblikovalka in načrtovalka pri Tomorrow Partners ter izvršna direktorica pri Sparkwise, razpravlja o pomembnosti ponavljanja pri orodju za načrtovanje in oblikovanje.
<http://www.designkit.org/mindsets/7>

LEARN FROM FAILURE

Tim Brown, izvršni direktor pri IDEO, razpravlja o oblikovalskih eksperimentih pri orodju za načrtovanje in oblikovanje.
<http://www.designkit.org/mindsets/1>

IZVEDBA V VEČJEM OBSEGU

Izvedba v večjem obsegu je povezana z načrtovanjem in postavitvijo zamisli v življenje na trajnejši način.

To pomeni, da lahko svojo zamisel iz mini pilota prenesete v več novih okolij ali pa jo še naprej razvijate, da postane trajnostna na daljši rok. Ta faza bo pomagala dvigniti eksperimentiranje na naslednjo raven implementacije, vendar to ne pomeni, da se razvoj zamisli tam tudi ustavi. Naučili se boste, kako povedati prepričljivo zgodbo o svoji zamisli, sestaviti dolgoročni časovni načrt in kako nadalje voditi projekt, ko je enkrat zaključen in že deluje.

V tej fazi boste imeli tudi priložnost razmisliti o vsem, kar ste se doslej naučili, in razmišljati, kako podpreti druge, ki se bodo želeli poučiti o procesu oblikovalskega razmišljanja.



IZVEDBA V VEČJEM OBSEGU

Pregled

KORAK 1

PRIPOVEDUJTE SVOJO ZGODBO *str. 104*

- Pripravite predstavitev *str. 104*

KORAK 2

IZDELAJTE ČASOVNI NAČRT *str. 106*

- Naredite načrt *str. 106*
- Ocenite rezultate *str. 108*

KORAK 3

POSKRbite ZA PROJEKT *str. 110*

- Načrtujte skrbništvo *str. 110*

KORAK 4

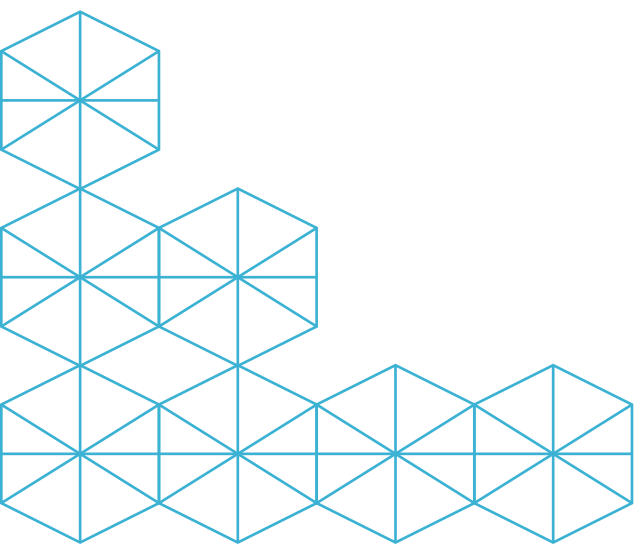
RAZVIJAJTE ORODJE *str. 111*

- Mentorirajte *str. 111*
- Delite povratne informacije z nami *str. 112*

ŠTUDIJI PRIMERA *str. 113*

- Čistilci *str. 113*
- Innova *str. 115*

PRIPOROČILA *str. 116*



KORAK 1

PRIPOVEDUJTE SVOJO ZGODBO

Za izvedbo svojega koncepta boste najverjetneje potrebovali soglasje in sodelovanje večje skupine deležnikov. Seznanjanje drugih z delom, ki ste ga opravili, z vrednostjo vaše zamisli in njenega potenciala v knjižnici so osrednjega pomena za proces oblikovalskega razmišljanja. Pri IDEO posvečamo mnogo časa oblikovanju tega sporočila na prepričljiv način, tako da bo drugim vaše delo navdih in bodo želeli sodelovati. Preberite o nasvetih in tehnikah, ki vam bodo pomagale zgraditi prepričljivo pripoved, ki vam bo v nadaljnjo podporo.

Pripravite predstavitev

Preden pripravite svojo predstavitev, pomislite na široko paleto ljudi, ki bodo vaše občinstvo, in kako boste z njimi komunicirali. Razmislite o tem, kdo drug izven vaše ožje ekipe bi še moral slišati zgodbo, da bo lahko podprl rast vaše zamisli do popolne izvedbe. Več ljudi kot bo vključenih v celotnem sistemu, več ljudi bo razumelo, kako lahko oblikovalsko razmišljanje vodi do boljših storitev v knjižnici.

(fotografija spodaj levo)
Marianne Krogbaek iz Splošne knjižnice v Aarhusu predstavlja zgodbo o napredku svoje ekipe.



PRIPRAVLJENI NA PRIPRAVO PREDSTAVITVE?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 53, Peto poglavje, Dejavnost 1



KORAK
1 od 4

KORAK 1: PRIPOVEDUJTE SVOJO ZGODBO

OSREDOTOČITE SE NA NAMEN

Na svojo predstavitev pomislite kot na orodje zagovorništva. Prepričljivo predstavitev lahko uporabite za to, da:

- prosite za nadaljnje financiranje ali podporo;
- predstavite svojo zamisel možnim partnerjem;
- razmislite o napredku z večjo organizacijo;
- pritegnete več novih članov ekipe;
- ustvarite večji zagon za svoj projekt.

UPOŠTEVAJTE SVOJE OBČINSTVO

Vaša predstavitev je sredstvo za komuniciranje z mnogimi vrstami deležnikov, vključno z:

- vodstvom vaše organizacije;
- vašimi ciljnim uporabniki;
- drugimi uporabniki izven vaše ciljne skupine;
- vašimi kolegi;
- člani razširjene ekipe, ki niso bili tako tesno vpleteni;
- potencialnimi partnerji izven vaše organizacije;
- širšo javnostjo.

Zgradite logično in smiselno zgodbo in iz nje prilagajajte svojo predstavitev različnim vrstam občinstva. Upoštevajte, da mora biti predstavitev smiselna in razumljiva vsem, tudi tistim, ki ne poznajo pristopa oblikovalskega razmišljanja.

IZBERITE OBLIKO

Ko ste razmislili o namenu in občinstvu svoje predstavitve, izberite, kako bi jo predstavili, da bi dosegla prave ljudi. Ali se boste predstavili pred skupino? Boste razposlali predstavitev po e-pošti? Ali pa boste želeli storiti oboje in boste zato potrebovali prilagodljivo predstavitev, ki jo lahko ponovno uporabite?

UREDITE SVOJO PRIPOVED

V svoji pripovedi ustvarite logično zaporedje z uporabo spodaj predlagane oblike. Morda želite izvesti svojo predstavitev kot »direkten strel« ali kot poziv občinstvu k dejanjem. Predlagano zaporedje predstavitve:

· **Predstavite se:**

Kdo ste? Kdo vse je v vaši ekipi?

· **Opredelite svoj izziv:**

Katere težave ste opazili in kdo so uporabniki?

· **Inspiracija:**

S kom ste se pogovarjali in koga ste opazovali, katera so vaša najpomembnejša spoznanja?

· **Ideacija:**

Do katerih konceptov ste prišli in kako ste jih prototipirali?

· **Iteracija:**

Kakšne povratne informacije ste prejeli in kako ste na podlagi tega nadaljevali z eksperimentiranjem?

· **Poziv k dejanju:**

Kaj so naslednje naloge vaše ekipe?



KORAK
1 od 4



Ekipa na šoli je ustvarila »Vodnik za raziskovalno učenje«, brošuro za nove učitelje, ki se želijo poučiti o dejavnostih oblikovalskega razmišljanja.

KORAK 2

IZDELAJTE ČASOVNI NAČRT

Če želite pripraviti dolgoročni načrt, začnite z jasno opredelitvijo svojih dolgoročnih ciljev. Ko razmišljate o prihodnosti svojega koncepta, razmislite o sledečih vprašanjih: Kaj so vaši končni cilji? Kako si predstavljate, da bi vaša zamisel postala trajnostni del knjižnice?

Naredite načrt

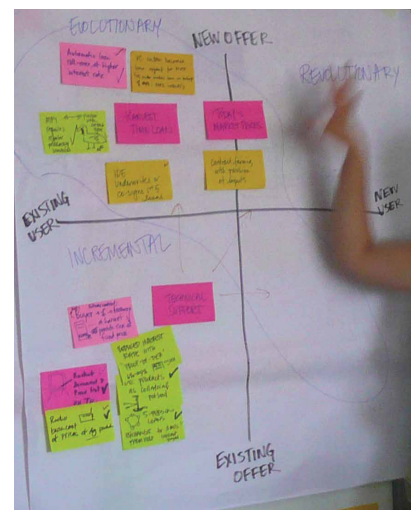
Za uresničitev ciljev boste morali zdaj izdelati časovni načrt ali časovnico. Razmislite o mejnikih ali pomembnih ciljih in manjših tedenskih ciljih. Revolucionarne spremembe bodo nedvomno vzele več časa, a nekje vendarle morate začeti z načrtovanjem.

RAZMISLITE O KRA TKOROČNIH IN DOLGOROČNIH ČASOVNICAH

Izzovite svojo ekipo, da razmisli o tem, kaj lahko doseže na različnih časovnih točkah. Kaj morate doseči v kratkem času? Morda boste potrebovali dva tedna za sestavo takega pregleda projekta. Razmislite tudi o daljši časovnici. Kaj boste morali doseči v enem letu? Morda boste postavili merila, ki jih bo treba ponovno oceniti čez šest mesecev in nato zopet čez eno leto. Ko boste spremljali svoj projekt glede na časovni načrt, boste morda ugotovili, da se vaša časovnica zaradi vrste dejavnikov zamika.

PRIMER

V Kambodži je ekipa iz IDE-ja, mednarodne neprofitne organizacije, opazila, da je večina njihovih rešitev padla na stran »že obstoječih ponudb« inovacijske matrike, saj ima organizacija strogo določene ciljne skupine. Pa vendar so se rešitve raztezale v širšem razponu od vrste tistih, ki sodijo med tekoče projekte in programe, do novih področij ponudbe. Ekipa je prepoznala tudi rešitve, ki se začenjajo v spodnjem levem kotu in so prilagoditve že obstoječih rešitev z obstoječimi strankami, vendar bi sčasoma pomagale organizaciji prestopiti v druge kvadrante. Čeprav mnoge organizacije sprva pritegnejo zamisli o revolucionarnih inovacijah, je inovacijski kanal, ki se osredotoča na obstoječe zmogljivosti ali pa cilja na obstoječe stranke, v resnici na kratki rok najmočnejša strategija.



KORAK
2 od 4

KORAK 2: IZDELAJTE ČASOVNI NAČRT

USKLADITE MEJNIKE

Pravočasno razmislite o časovnih rokih ali drugih časovnih mejnikih, ki bi lahko vplivali na vaš projekt. Ali na primer obstajajo cikli financiranja, ki jih je treba upoštevati?

Vsak od teh mejnikov je podrobno opisan v naslednjih razdelkih tega poglavja:

- preizkušanje koncepta;
- ustvarjanje in pripovedovanje zgodbe za pridobitev soglasja in podpore deležnikov;
- merjenje vpliva vašega projekta na knjižnico;
- upravljanje projekta skozi čas.

Tole je le vzorec načrta. Ni mu treba natančno slediti, vendar ponuja predstavo o tem, kako si lahko ustvarite svojega. Ker je proces oblikovalskega razmišljanja ponovljiv in ne linearen, smo ga zasnovali kot ciklični proces.

VLOGE IN ODGOVORNOSTI

Kdo so ključni člani vaše ekipe in kakšne so njihove vloge? Izhajajte iz prvotno določenih vlog v skupini, določite vloge za pilotno in izvedbeno fazo. Nekdo, ki je bil prvotno samo zapisovalec, lahko sedaj postane uradni dokumentator na blogu. Upoštevajte tudi vlogo, ki jo bodo imeli vaši partnerji; morda jih boste potrebovali za zagovornišvo in podporo svojemu projektu.

PILOTNA IZVEDBA

Naslednji korak je zagon pilotne verzije. V poglavju o iteraciji smo obravnavali razliko med prototipi, poskusi ali mini piloti in pilotnimi oblikami. Naj spomnimo, da so pilotne verzije popoln odraz koncepta. Enako kot mini piloti tečejo samostojno, vendar so bolj funkcionalne in vzdržljive, tako da jih je moč uporabljati v daljšem časovnem obdobju. Iteracija se lahko nadaljuje tudi med pilotno fazo, vendar zagotovite, da bo najnovejša ponovitev videti kot pravi izdelek in bo tako tudi delovala, ter da lahko obstaja tudi skupaj z drugimi storitvami. Pilotne izvedbe je moč natančno meriti in potrjevati z meritvami, torej lahko v knjižnici zbirate dokaze o vplivu in vrednosti svojega koncepta.

Pred vsakim zagonom, pa čeprav majhnega pilotnega izdelka, obstaja veliko pomislekov. Le nekaj namigov, ki jih je treba upoštevati:

- **Partnerji:** Katere partnerje boste potrebovali? Partnerji so deležniki, ki bodo pomagali podpirati proces. Lahko so to sodelavci knjižničarji, vodstvo, vodje v knjižnici ali celo politiki.
- **Osebe:** Kdo so vaši ključni člani ekipe in kakšneso njihove vloge?
- **Lokacija:** Se bo to zgodilo v vaši knjižnici? Kaj pa v kakšni drugi?
- **Viri:** Kaj boste potrebovali za izvajanje pilotnega izdelka?
- **Meritve:** Kako boste merili vpliv pilotne verzije?



KORAK
2 od 4



PRIPRAVLJENI NA IZDELAVO ČASOVNEGA NAČRTA?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 55, Peto poglavje, Dejavnost 2

KORAK 2: IZDELAJTE ČASOVNI NAČRT

Ocenite rezultate

Metrika so merilni standardi, s katerimi ocenjujemo koncepte, kot so učinkovitost, uspešnost in napredek. So način za sledenje rezultatom pilotne implementacije skozi čas. Merjenje rezultatov je ključnega pomena za učni cikel. Brez dobre ocene učinkov, ki jih je rešitev prinesla, pogosto ni dovolj informacij za usmerjanje naslednjega kroga oblikovanja. Vpliv merjenja je pomemben za vsakogar – za izvajalca, financerja, oblikovalsko ekipo in skupnost. Merjenje rezultatov pomaga ljudem razumeti, kje je najbolje investirati. Je priložnost za oceno in načrtovanje prihodnosti.

Namen meritev je prikazati učinke vaše nove storitve na knjižnico. Pri svoji pilotni implementaciji razmislite, kaj boste merili, da boste lahko dokazali te učinke. V knjižnicah meritve uspeha pogosto temeljijo na kvantitativnih merilih, kot sta izposoja ali obisk programa. Kakor koli, za razvoj vaše zamisli bodo nekateri drugi kazalniki uspešnosti prav tako pomembni, če ne še bolj. Priporočamo, da razmislite o dveh dejavnikih: meritve, ki jih bo cenila vaša organizacija, in meritve, ki odražajo, kaj ste se vi naučili pri razvoju svojega koncepta.

Proučite naslednje vrste kazalnikov, ki jih lahko uporabite za merjenje uspešnosti. Ti kazalniki pomagajo meriti tako pozitivne kot tudi negativne, namerne in nenamerne učinke pilotnega izdelka.



KORAK
2 od 4

KORAK 2: IZDELAJTE ČASOVNI NAČRT

VRSTE KAZALNIKOV

VODILNI KAZALNIKI

Učinek nekaterih rešitev pogosto potrebuje nekaj časa, da postane očiten, navadno od nekaj mesecev do nekaj let. V teh primerih je smiselno slediti vodilnim kazalnikom. Vodilni kazalniki so kvantitativne mere, ki razkrivajo spremembe, ki jih lahko tesno povežemo s projektom. Če je na primer del vašega cilja povečanje števila otrok, ki berejo nove knjige, bo vaš vodilni kazalnik število otroških knjig, izposojenih med vašo mini pilotno implementacijo. Če je vaš cilj ustanovitev novega knjižnega kluba, bo vaš vodilni kazalnik število obiskovalcev knjižnih klubov. Vodilne kazalnike lahko merite s pomočjo podatkov, ki jih knjižnice že zbirajo, kot sta obisk in izposoja. Te podatke pa lahko zberete tudi z anketo na koncu dogodka.

KAZALNIKI ANALOGIJE

Včasih je težko videti neposreden vpliv. To še posebej velja, ko se vaš oblikovalski izziv nanaša na nekaj, kar ni takoj oprijemljivo ali vidno, kot je na primer izgradnja skupnosti ali izboljšanje odnosov. V teh primerih poskusite najti kazalnik, ki vas bo logično vodil do sklepanja, ali je vaš cilj izpolnjen. Če je vaš cilj, na primer, pritegniti v knjižnico več najstnikov, boste merili, koliko najstnikov je medsebojno sodelovalo, navezalo osebne stike na delavnici ali tečaju. Kazalnike, ki kažejo na analogije, je mogoče zbrati z intervjuji in opazovanji.

KAZALNIKI OZAVEŠČENOSTI

Ko vaš cilj vključuje ljudi, ki sodelujejo z nečim novim ali sprejemajo nekaj novega, je prvi korak ugotavljati, ali se zavedajo rešitve in načrta. Merjenje ozaveščenosti je dober zgodnji kazalnik, ki pomaga razumeti, kako velik bi bil lahko vpliv rešitve. Merjenje ozaveščenosti je najbolje izvesti v knjižnici s pomočjo vprašalnika ali hitrega pogovora.

KAZALNIKI VKLJUČENOSTI

Tako kot ozaveščenost je vedno smiselno tudi merjenje števila ljudi, ki so vključeni v novi program. Če je na primer vaš cilj povečati dostop najstnikov do ustvarjalnih programov, bo število najstnikov, ki že aktivno iščejo tak program in v njem sodelujejo, smiselni kazalnik. Lahko bi tudi merili, koliko najstnikov ostane v programu dalj časa in koliko od njih o tem pripoveduje svojim prijateljem. Kazalniki vključenosti se lahko zbirajo s pomočjo intervjujev in anket.

KAZALNIKI DINAMIČNIH SPREMEMB

Ko je nova rešitev uvedena, je pomembno skozi čas spremljati spremembe, ki se pojavljajo v skupnosti, knjižnici in celo gospodinjstvih. Ti premiki so lahko popolnoma nepričakovani in so včasih pozitivni in včasih tudi negativni. Bistveno je opaziti te spremembe že takoj na začetku implementacije. Kazalnike dinamičnih sprememb najpogosteje zbiramo z opazovanjem. Longitudinalne spremembe lahko opazujete tudi z izvajanjem anket na različnih časovnih točkah, da vidite, kako se odzivi razvijajo skozi čas.



KORAK
2 od 4



PRIPRAVLJENI NA OCENJEVANJE IZSLEDKOV?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 56, Peto poglavje, Dejavnost 3

KORAK 3

POSKRBJITE ZA PROJEKT

Ko enkrat pilot steče, boste morali skrbeti za njegov nadaljnji razvoj kot za živ program, storitev, prostor ali sistem. Ne pozabite, da se morate zaradi nenehno spreminjajočega se sveta posvetiti svoji zamisli in jo ustrezno prilagajati. Če se potrebe vaših uporabnikov spreminjajo, se bo moral razvijati tudi koncept. Z drugimi besedami, proces oblikovalskega razmišljanja se nadaljuje, da bi dalj časa ohranili zaželen, uporaben in uresničljiv koncept. Ta proces, kjer vi in drugi deležniki ves čas skrbite za projekt, imenujemo skrbništvo.

Načrtujte skrbništvo

Temeljni cilji skrbništva so pridobiti pomoč in podporo, zagotoviti kontinuiteto in občasno preveriti, ali je koncept še uspešen in kaj je potrebno spremeniti, da se še izboljša.

PRIDOBITE POMOČ

Vam osebno ni treba za vselej prevzeti skrbi za projekt. Vaša osebna ali ekipna odločitev je, ali boste ostali v središču projekta ali pa se boste vpletali le še od strani. Ko načrtujete skrbništvo, pomislite, koga v knjižnici boste povabili k delitvi odgovornosti za napredek. Naj bo vaš načrt za prihodnost jassen vsem vključenim.

ZAGOTOVITE KONTINUITETO

Kontinuiteta je osrednji del skrbništva. Kako boste zagotovili, da bo zamisel obdržala svojo temeljno vrednost, ko bo dosegla načrtovane razsežnosti? Kaj, če je vaš koncept sezonski in deluje samo poleti? Kako boste obdržali njegovo doslednost? Pripravite načrt, da bo vaša zamisel ostala konsistentna na različnih mestih, z različnimi ljudmi in iz leta v leto.

NADZIRAJTE

Ko nadaljujete z drugim delom in se oddaljujete od izvirnega projekta, razmislite o načrtovanju občasnega nadzora in spremljanja napredka zamisli. Glede na stopnjo svoje vpletenosti v projekt na tej točki boste morebiti načrtovali sestanke z ekipo, ki skrbi za izvajanje projekta. Ta nadzor bo pomagal pri kontinuiteti in vam omogočil, da boste ugotovili, kdaj je treba koncept prilagoditi.



PRIPRAVLJENI NA NAČRTOVANJE SKRBNISTVA?

V Delovnem zvezku dejavnost obrnite na stran 57, Peto poglavje, Dejavnost 4



KORAK
3 od 4

KORAK 4

RAZVIJAJTE ORODJE

Razmislite o svojih izkušnjah. K človeku usmerjeni proces oblikovanja temelji na kreativnem sodelovanju in dejstvu, da se morate iztrgati iz cone udobja. Razmislek o tem procesu je zelo pomemben tudi za izboljšanje in izgradnjo samozaupanja za vaš naslednji projekt. Ko boste končali ta postopek, si kot skupina vzemite čas za razmislek o skupinski dinamiki, delovnih stilih in o tem, kako ste sodelovali kot oblikovalci in načrtovalci. Ko boste pripravljali predstavitev in pisali zgodbo o svojem projektu, bodo prišli na površje številni spomini in spoznanja. Zasledujte jih, se o njih pogovarjate in poskrbite, da boste svoja razmišljanja delili s svojo oblikovalsko skupino.

MENTORIRAJTE

Zdaj, ko ste zaključili projekt oblikovalskega razmišljanja, bo vaša želja navdihniti tudi druge, da začnejo lastne projekte. Morda se boste znašli v vlogi mentorja novi skupini ali kot spodbujevalec procesa oblikovalskega razmišljanja v kakšnem novem okolju. V nadaljevanju ponujamo nekaj nasvetov o mentorstvu.

- Spoznajte, kje so težavni deli, in pomagajte drugim na poti skozi ovire. Najtežji deli so pogosto v tem, kako najti pomembna spoznanja in se od spoznanj premakniti k oblikovanju. Bodite pripravljeni pomagati drugim skozi to bolj zapleteno fazo interpretacije in osmišljanja.
- Naučite druge, kako ločiti produktivne smeri poizvedovanja od neproduktivnih. Povrnite se k oblikovalskemu izzivu, ki bo vaš opomnik, kako ostati na pravi poti.
- Pomagajte pri načrtovanju naslednjih korakov v procesu. Pomagajte drugim razumeti, kaj lahko pričakujejo, in bodite pripravljeni na korake, ki lahko zahtevajo več časa.
- Bodite zagovornik oblikovalske ekipe. Opolnomočite jih, da bodo posegli po več virih in pridobili več odobravanja deležnikov.
- Pomagajte pri oblikovanju in pospeševanju skupinske dinamike.

“

Naša skupina je postala močna ekipa zato, ker so se naše vloge in struktura razvijale naravno, in ker je bil naš vodja skupine prav tako ekipni igralec. Dosledno smo se srečevali v polni zasedbi. Imeli smo res srečo, da se je večini ekipe zdelo popolnoma naravno, da smo ohranjali stvari zabavne.

Razmislek ekipe Splošne knjižnice Chicago o izkušnji oblikovalskega razmišljanja

”



Ekipe Splošne knjižnice Chicago predstavlja svoj projekt drugim knjižničarjem na srečanju Next Library konference o oblikovanju boljših knjižničnih storitev.



KORAK
4 od 4

KORAK 4: RAZVIJAJTE ORODJE

PRIMER

Nicole Steeves, knjižničarka za področje jezikov in književnosti v Splošni knjižnici Chicago, je večkrat šla skozi proces oblikovalskega razmišljanja. »Projekti oblikovalskega razmišljanja so drugič lažji,« razmišlja Nicole. »To, da se mi dozdeva, da nekatere stvari do popolnosti razumem šele po izvedbi več kot enega projekta oblikovalskega razmišljanja, je pravi razlog za to, da se sploh lotevam oblikovalskega razmišljanja. Se pravi, kdor koli bi se lahko domislil najstniškega obšolskega umetniškega projektnega laboratorija, postavil mize in stole v prostor za učenje angleškega jezika ali kar koli drugega. Ampak, če NE uporabite oblikovalskega razmišljanja, ki vas bo vodilo do teh odločitev, tvegate, da ne boste dobili prav dobrega odgovora na vprašanje, zakaj ste jih sprejeli. Z oblikovalskim razmišljanjem, jaz to sedaj lahko rečem, so te izbire nastale iz pogovorov s knjižničnimi uporabniki in področnimi strokovnjaki. In to je zlasti pomembno, ker se v knjižničnem svetu nenehno razburjamo in vznemirjamo, kako bi ostali pomembni in koristni, oblikovalsko razmišljanje pa je metodična, skrbno premišljena metoda reševanja problemov in odločanja, ki pomaga knjižničarjem, da ostanejo relevantni, ne da bi morali dvomiti in upati, da bo projekt – kateri koli že – ustrezal potrebam uporabnikov.«

Nicole je ta argument uporabila kot odgovor skeptičnim kolegom, kadar sprašujejo o vrednosti oblikovalskega razmišljanja. Morda imate v knjižnici sodelavce, ki to že počnejo, a so naveličani obveznosti in dolgih korakov tega orodja.

Od takrat je Nicole mentorica drugim ekipam, ki jih uči oblikovalskega razmišljanja. Poudarila je pomen drznosti pri odločnem preizkušanju metod v kompletu orodij in kako naj to postane pozitivno nalezljivo tudi za druge. Sprva je Nicole prejemale številna vprašanja od novih udeležencev v projektu, kot na primer: »Ali res hočete od nas, da bomo naredili [intervju, prototip, to vajo, ta video itd.]?« Nicole pravi: »Moj odgovor je bil vedno da, in da je vedno vredno – in kmalu teh vprašanj ni bilo več.«



Nicole Steeves, knjižničarka in trenerka oblikovalskega razmišljanja v Splošni knjižnici Chicago, razmišlja o preizkušanju metod oblikovalskega razmišljanja v več projektih.

DELITE POV RATNE INFORMACIJE Z NAMI

Na koncu si želimo vaših povratnih informacij, da bomo lahko nadalje razvili komplet orodij in bo tako uporabnejši ter ustreznejši za knjižnice po vsem svetu. Upoštevajte, da je tudi ta komplet orodij prototip! Povejte nam, kaj je dobro delovalo, kaj je bilo nejasno in kaj lahko storimo bolje. Poleg tega pa, če ste se lotili svojega lastnega oblikovalskega projekta, nas o tem obvestite! Delite z nami svojo izkušnjo tako, da nam posredujete svoje osebne zgodbe, fotografije prototipov in razmišljanja o procesu. Napišite nam sporočilo na: www.designthinkingforlibraries.com



PRIPRAVLJENI NA RAZMISLEK O IZKUŠNJI?

V Delovnem zvezku dejavnosti obrnite na stran 58, Peto poglavje, Dejavnost 5



KORAK
4 od 4



ŠTUDIJA PRIMERA

“Čistilci”

Št. 1
Stran 1 od 2

IZZIV

Približno ena milijarda mestnih prebivalcev po vsem svetu v svojih domovih nima ustrezne komunalne infrastrukture. V Kumasiju v Gani, mestu z 2,5 milijona prebivalcev, ima manj kot 20 % prebivalstva doma sanitarije. Mnogi prehodijo dolge razdalje do javnih stranišč, drugi se zatečejo k »letečim straniščem« (plastične vrečke, ki jih po uporabi odvržejo). Podjetji Unilever in Water and Sanitation for the Urban Poor (WSUP) sta najeli IDEO.org za pomoč pri oblikovanju primernih storitev, stranišč in zbiranja odpadkov za zagotavljanje popolne rešitve domačih sanitarij.



Prva dostava stranišč Uniloo.



PRISTOP

Ekipa IDEO.org je začela tako, da je preživela nekaj časa z družinami v Kumasiju, da bi izvedela več o njihovih potrebah in željah glede sanitarij. Danny Alexander, član ekipe IDEO.org, se spominja: »Najtežji, a hkrati najbolj fascinantni del dela s sanitarijami je tabu, ki spremlja to temo. Pogosto je nemogoče postavljati vprašanja neposredno in namesto tega smo morali biti kreativni tako, da smo postavljali vprašanja o sosedih, prijateljih itd.« Ekipa se je tudi zanašala na oblikovalska orodja, usmerjena k človeku, kot je opazovanje ljudi v njihovih domovih, da bi tako pridobila vpogled v njihov življenjski slog.

Faza ideacije je bila bliskovit preskok od učenja do izdelovanja prototipov in je vključevala ne le fizične izdelke, ampak tudi različne modele storitev iz logistične in poslovne perspektive. Ekipa je postavljala ključna vprašanja, kot so: Kakšen izgled je ljudem všeč? Kako bi delovalo stranišče s preusmerjanjem urina? Bi se ljudje počutili neprijetno, če bi v njihove domove prihajali serviserji? Z izdelavo peščice prototipov in spreminjanjem obstoječih prenosnih stranišč je ekipa postavila v roke Gancev oprijemljive elemente storitve. Naučili so se, kako mora biti storitev postavljena, razvili so zgodnje zamisli o trženju in promociji ter spoznali tehnične omejitve, kot je pomanjkanje vode, kar bi omejevalo možnosti izpiranja.

Končno se je oblikovalska ekipa IDEO.org vrnila v Kumasi, da bi v domovih uporabnikov nekaj noči testirala štiri prototipe straniščnih školjk na splakovanje in brez njega. Ko se je ekipa vrnila preveriti stranišča, je odkrila, da so se stranišča na splakovanje prelila. Čeprav se je ta verzija sprva zdela najbolj obetavna, je težava preliivanja skupaj s peščico drugih izzivov povzročila, da so bila stranišča na splakovanje soglasno zavrnjena. Ko se je pojavil jasen zmagovalec – stranišče Uniloo, je bilo leta 2011 izvedeno prvo pilotno testiranje s približno 60 gospodinjstvi. Pilotna izvedba je pokazala, da so bila v Kumasiju gospodinjstvom z nizkimi dohodki všeč stranišča Uniloo in so bili pripravljeni in sposobni plačati storitev, ki je bila veliko cenejša od stroškov uporabe javnega stranišča za družino petih članov. V sodelovanju z lokalno ekipo se projekt nadaljuje do predvidenega obsega storitve. Do konca leta 2012 so Čistilci oskrbovali 106 gospodinjstev in pričeli so s proizvodnjo 1.000 novih stranišč Uniloo, januarja 2013 pa je v Kumasi prispel kontejner s 384 stranišči. Do jeseni 2014 so imeli 550 stranišč in novo centralizirano delovišče.



ŠTUDIJA PRIMERA

“Čistilci”

Št. 1
Stran 2 od 2

ZAKAJ JE BILO PRILAGAJANJE

ŠIROKI UPORABI POMEMBNO

Postavitev serije pilotnih izvedb med prilagajanjem dejanskemu obsegu zahteva upoštevanje več pomembnih dejavnikov.

Privolitev in podpora: Pridobiti soglasje skupnosti je ključnega pomena, zato se je ekipa srečala z lokalno oblastjo, z lokalnimi voditelji (skupnosti plemena Ašanti) in občinskim oddelkom za vodo (KMA) v Kumasi, da bi pridobila od njih povratne informacije. V mestni hiši je imela srečanje tudi z domačimi podjetniki in upravljalcem sesalnih vozil, da bi ugotovili, ali bi kupili franšizo storitve ali se prijavili na sodelovanje s Clean Team. V pomoč je bilo dejstvo, da je Unilever v lokalni skupnosti cenjena blagovna znamka.

Pripovedovanje zgodb: Pripoved od ust do ust, tako kot pogovor med sosedi, je bila sestavni del rasti programa. Ljudje, ki so odobraval ta koncepta, so morali pomagati tudi pri razširjanju prepričljivih zgodb o vrednosti in pomenu Clean Teama ter delovati kot neuradni ambasadorji programa.

Zasnova: Pri načrtovanju stranišča je morala ekipa upoštevati, kakšna oblika fizičnega izdelka bi lahko rasla po predvidenem obsegu dejavnosti Clean Teama. To je pomenilo tudi upoštevanje vsega od stroškov do biorazgradljivosti in proizvodnih zmogljivosti.

Blagovna znamka: Ekipa je spoznala, da vsega, kar je videti ročno izdelano, ljudje ne jemljejo resno. Tudi blagovna znamka in oglaševanje, vse od logotipa do uniform čistilcev, mora izgledati profesionalno. Z doslednim videzom in pridobljeno naklonjenostjo do stranišč v skupnosti je program postal ne le izhodišče pogovora, ampak tudi nekaj, kar je bilo prepoznano in vredno zaupanja.

Lokalna partnerstva: Poslovni načrt je bil izdelan v smislu trajnostnega poslovnega modela. To je pomenilo oblikovanje lokalne ekipe na terenu, ki bi se lahko pogovarjala z uporabniki, razumela lokalne norme in navade, zbirala povratne informacije in vodila vsakodnevne operacije.



Dosledno znamčenje je bilo osrednjega pomena za kampanjo Čistilcev, sem sodijo tudi uniforme za vse člane osebja.



ŠTUDIJA PRIMERA

Št. 2

“Innova”

IZZIV

Kljub nastajajočemu srednjemu razredu in hitro rastočemu gospodarstvu je izobraževalni sistem v Peruju na 65. mestu med 65 državami. Inovnine šole so vedele, da so lahko boljše. Zamislili so si izobraževanje na svetovni ravni po dostopni ceni za zapostavljeno mladino v Peruju, vendar tega niso zmogli storiti sami.

PRISTOP

V partnerstvu z IDEO-jem je ekipa za preoblikovanje Innovine celotne učne izkušnje in strategije za K-11 razvila kurikulum, učne strategije, učilnice in stavbe ter operativne načrte in temeljni finančni model za vodenje mreže šol. Po mnogih opravljenih raziskavah je ekipa pristala pri štirih ključnih inovacijah, to so:

- Samostojno učenje po mešanem modelu, ki združuje projektne izkušnje v majhnih skupinah, ki jih vodijo učitelji, in samostojno digitalno učenje.
- Multimodalne zgradbe, ki omogočajo prilagodljivost prostorov, kot so skupni prostori, medijski laboratoriji in kavarne.
- Podpora učiteljem prek spletnega centra virov za učitelje, ki vključuje tudi bazo podatkov z več lot 18.000 prilagojenimi učnimi pripravi, ki temeljijo na novem pedagoškem pristopu.
- Integriran poslovni model, ki meri na cenovno dostopnost in izkorišča oboje, ekonomijo obsega, ki izhaja iz gradnje mreže šol, in centralno grajena orodja, kot so podatkovni sistemi, ki omogočajo mrežo za skupno učenje.

V času te objave bodo Innovine šole tvorile največjo mrežo zasebnih šol v Peruju s 30 nizkocenovnimi šolami po 130 ameriških dolarjev na študenta na mesec. Po podatkih perujskega ministrstva za izobraževanje, ki vodi nacionalno preverjanje znanja v vseh zasebnih in javnih šolah, so imele leta 2013 Innovine šole v uspešnosti trikratnik državnega povprečja pri matematiki in dvakratnik državnega povprečja v komuniciranju. Navsezadnje je delo Innovi omogočilo, da je storila točno to, kar so si obetali: zgraditi več šol, ki bodo dale naslednji generaciji Peruja večjo konkurenčnost za tekmovanje v svetovnem gospodarstvu.



Pristop mešanega učenja združuje samostojni in skupinski čas.

ZAKAJ JE BILO PRILAGAJANJE

ŠIROKI UPORABI POMEMBNO

Innovina ekipa je dokazala, da nobena ambicija ni prevelika. Oblikovanje povsem novega šolskega sistema je ogromen podvig in vložen trud v načrtovanje poti in pogleda na širšo, dolgoročno sliko že vse od začetka – od akademskega modela do zasnove stavbe, fizičnih in digitalnih virov in podpore učiteljem – je ključnega pomena. Tako kot pri izgradnji katerega koli posla je to pomenilo preslikavo vsega v trajnostni finančni model.

Na vsaki točki v načrtu je morala Innova upoštevati mrežo soodvisnih odločitev, ki so predstavljale nešteto kompromisov. Povečano število študentov je pomenilo povečan prihodek na študenta, pomenilo pa je tudi potrebo po večjem številu učiteljev in več denarja za učiteljske plače; uporaba skupnih prostorov je pomenila zmanjšanje tlorisa za posamezne učilnice in povečano potrebo po prilagodljivih večnamenskih prostorih.

Prednostno razvrščanje delov časovnega načrta je bilo za Innovo bistvenega pomena pri načrtovanju zagona šole v obdobju dveh let in pol. Ekipa je izdelala natančen načrt za vsako komponento, od akademskega modela do prostorov in digitalnega modela usposabljanja, ter prikazala časovnico napredka od gradnje do izboljšav in končne izvedbe v celotnem predvidenem obsegu.

ROADMAP

* Items marked in black are 2012 priorities

	NOW	AUG 2012	2013	2014+
ACADEMIC MODEL	Strategic alignment	Align curriculum, standards, and assessment with 21st century needs	Align curriculum, standards, and assessment with 21st century needs	Align curriculum, standards, and assessment with 21st century needs
	Core class curriculum	Develop core class curriculum	Develop core class curriculum	Develop core class curriculum
	Classroom design	Design classroom layout	Design classroom layout	Design classroom layout
	Teacher Academy pilot	Pilot teacher academy	Pilot teacher academy	Pilot teacher academy
	Integrated schedule	Develop integrated schedule	Develop integrated schedule	Develop integrated schedule
TEACHER RESOURCE CENTER	Web development	Develop web development	Develop web development	Develop web development
	Content management	Develop content management	Develop content management	Develop content management
	Pilot roll-out	Pilot roll-out	Pilot roll-out	Pilot roll-out
	Web development	Develop web development	Develop web development	Develop web development
	Content management	Develop content management	Develop content management	Develop content management
DIGITAL TRAINING	Web development	Develop web development	Develop web development	Develop web development
	Content management	Develop content management	Develop content management	Develop content management
	Pilot roll-out	Pilot roll-out	Pilot roll-out	Pilot roll-out
	Web development	Develop web development	Develop web development	Develop web development
	Content management	Develop content management	Develop content management	Develop content management

Priporočila



PREBERITE

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS TOOLKIT, 2ND EDITION

Evolution Chapter

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

DESIGN KIT ITERATION METHODS

<http://www.designkit.org/methods>

ACUMEN+ SOCIAL INNOVATION COURSE

Class 5 Readings: Moving Forward

POGLEJTE

EDUTOPIA DESIGN THINKING FOR EDUCATORS COURSE, WEEK FIVE

Next Steps

<http://vimeo.com/46066965>

OPTIMISM

John Bielenberg, soustanovitelj ustanove Future Partners, razpravlja o optimizmu ob težkih izzivih pri uporabi oblikovalskega orodja.

<http://www.designkit.org/mindsets/6>

GLOSAR

ČASOVNI NAČRT / Glavni načrt in časovnica za naslednje korake projekta. Časovni načrt je ključna komponenta faze »Pa smo dosegli želeni obseg«.

DELEŽNIK / Oseba ali entiteta, ki prispeva ali kakorkoli drugače sodeluje pri oblikovalskem projektu ali rešitvi, ali ta vpliva nanj. To so lahko upravičenci, svetovalci, vodstvo, člani skupnosti itd.

DIVERGENTEN / Opis razširjenega razmišljanja, ki se osredotoča na ustvarjanje in raziskovanje zamisli.

DOGNANJA / Najosnovnejša raven informacij, ki jo zabeležite v svoji raziskavi, vključno z neposrednimi citati, anekdotami, prvimi vtisi, zapiski o okolju, opombami o tem, kaj je bilo najbolj nepozabno, presenetljivo in še več.

DVA PO DVA / Vrsta modela z nasprotnimi osmi, ki prikazuje lestvico vrednosti vzdolž določene dimenzije na vsaki od osi. Ta model se uporablja za prikaz urejenih zamisli znotraj štirih kvadrantov ali prikaz razvrščanja idej znotraj različnih dimenzij.

EMPATIJA, SOČUTNOST / Ključno načelo v procesu oblikovalskega razmišljanja in k človeku usmerjenega oblikovanja, v katerem je vedno prisoten uporabniški vidik.

KAKO BI LAHKO? / Pozitivno, izvedljivo vprašanje, ki oblikuje izziv, vendar ne kaže na nobeno rešitev.

KONCEPT / Inovativna zamisel in idejna zasnova za nov izdelek ali storitev, ki predstavlja tudi pogled na to, kako naj bi rezultat izgledal.

KONVERGENTEN / Opis postopka širjenja ali zoževanja zamisli.

MINI PILOT / Stopnja po izdelavi prototipa, ko se ga preizkusi z uporabniki v naravnem okolju. Mini pilot poimenujemo tudi eksperimentalno fazo, ki je predhodnica popolne pilotne faze.

NADOMESTNA REŠITEV / Uporabnikova osebna rešitev za problem s storitvijo ali proizvodom tako, da zaobide standardne postopke. Rešitev je pogosto začasna ali improvizirana. Opazovanje teh vedenj pogosto vodi do uspešnega napredka v spoznanjih in navdihih.

GLOSSARY

NIZKA NATANČNOST / Oznaka grobe ali nepopolne ideje; opisuje dejstvo, da uresničitev idej ne zahteva veliko časa ali denarja, in zato ponuja malo ali nič tveganja. Je nasprotje visoke natančnosti, ki bo pogosto zahtevala znaten vložek časa in v nekaterih primerih tudi denarja.

OBlikOVALSKI IZZIV / Projekt, ki ste ga izbrali in postavili v središče pozornosti, pogosto v obliki vprašanja »Kako bi lahko?«

OBlikOVALSKO RAZMIŠLJANJE / Ustvarjalen, nameren proces reševanja problemov, ki postavlja uporabnika v središče.

PARKIRIŠČE / To ni prostor, kjer boste pustili svoje vozilo. Parkirišče v oblikovalskem razmišljanju je prostor, kjer se zbirajo dobre ideje, ki pa ne bodo uporabljane v trenutnem projektu ali prototipu. Parkirišče je prostor za hranjenje in pomnjenje dobrih zamisli za pozneje, na primer za pisne dokumente ali plakate, zato ga imenujemo tudi odložišče.

PILOTNA IZVEDBA / Znana tudi kot implementacija ali izvedba, to je postavljanje idej v realni svet na trajnejši način, skupaj ob že obstoječe ponudbe. Na tej stopnji bo treba rešitev preizkusiti in glede na merila oceniti ter jo po potrebi ponoviti.

PREIZKUS / Glej »mini pilot«.

PRENOS / Postopek medsebojne izmenjave raziskovalnih zgodb (zlasti terenskih raziskav in intervjujev z uporabniki) s celotno oblikovalsko ekipo. Člani ekipe aktivno poslušajo in delajo zapiske na samolepilne lističe.

PRESTREZANJE / Spontani, priložnostni in kratki pogovori z uporabniki v njihovem naravnem okolju. Z nenačrtovanimi intervjuji se v živo zbirajo povratne informacije za potrebe »mini pilota«.

PROTOTIP / Groba, modelirana, oprijemljiva manifestacija zamisli. Surova in nenatančna predstavitev koncepta zamisli.

RAZISKAVA / V okviru oblikovalskega razmišljanja je to proces proučevanja izziva in zbiranja navdiha, ki bo usmerjal oblikovanje. Izvede se s pomočjo intervjujev z uporabniki in strokovnjaki, s potopitvenimi in podobnimi izkušnjami ter drugimi metodami.

GLOSSARY

SINTEZA / Proces osmišljanja, v katerem se raziskava prevaja in tolmači v spoznanja, ki spodbujajo oblikovanje. Uporabna okolja za sintezo so potovanja, Vennovi diagrami, delo v parih in zemljevidi.

SPOZNANJA / Ideje ali predstave, izražene kot jedrnate izjave, ki interpretirajo vzorce v vašem raziskovanju in lahko zagotovijo novo razumevanje ali nove poglede na vprašanje.

TRENUTKI STORITVE / Natančno določene točke interakcije med uporabnikom in storitvijo, pogosto začrtane na uporabnikovi poti. Primer takega trenutka je, ko uporabnik rezervira knjigo preko spleta doma ali v knjižnici, ali pa osebno pri referenčnem pultu.

UPORABNIK / Stranka ali skupina strank, za katere oblikujemo. Opomba: uporabnik je lahko tudi nekdo, ki trenutno ne uporablja knjižnice.

USMERJENO K ČLOVEKU / Postavljanje uporabnika in njegovega pogleda v središče rešitve. Oblikovanje, usmerjeno k človeku ali osredotočeno na ljudi, zahteva pri reševanju njihovih specifičnih potreb empatijo do uporabnika. Ta filozofija začenja z ljudmi in njihovimi željami, šele nato se premakne k izvedljivosti in preživetveni sposobnosti rešitve.

USTVARJALNI DAN / Poldnevna ali celodnevna delavnica, posvečena preoblikovanju idej in konceptov v oprijemljive prototipe. Ustvarjalni dan zahteva najosnovnejše potrebščine za izdelavo prototipov, kot so karton, barvni papir, škarje in puhaste ščetke (za čiščenje tobačnih pip).

USTVARJATI IDEJE / Pridobiti ali porajati veliko idej. To je raziskovalna dejavnost, ki odpre domišljijo različnim možnostim.

DODATEK

DODATEK

LICENCIRANJE / ZAHVALA

LICENCIRANJE

Ta komplet orodij Oblikovalsko razmišljanje za knjižnice je izšel z licenco Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 (Unported), (CC BY-NC-SA 3.0). Besedilo te licence je dostopno na povezavi <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>.

S TO LICENCO JE DOVOLJENO:

Deliti — to delo razmnoževati, distribuirati in prenašati.

Predelati — pod naslednjimi pogoji spremeniti delo:

Priznanje avtorstva — delu je treba pripisati avtorstvo na način, kot je spodaj navedeno v »Priznanje avtorstva IDEO«. Delu ne morete pripisati avtorstva na kateri koli drugi način, ki bi nakazoval, da IDEO podpira vas ali vašo uporabo dela.

Nekomercialno — tega dela ne smete uporabljati v komercialne namene.

Deljenje pod enakimi pogoji — če spremenite, preoblikujete ali nadgradite to delo, lahko nastalo delo distribuirate samo z isto licenco Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported license (CC BY-NC-SA 3.0). Oglejte si celotno besedilo licence (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>), da preverite vse pravice in omejitve, povezane z njo.

PREVODI:

O prevedenih različicah tega Orodja (v skladu s to licenco) prosimo obvestite IDEO na naslov hello@designthinkingforlibraries.com. IDEO se lahko odloči za distribucijo in/ali povezavo do takšnih prevedenih različic (bodisi kot so, bodisi kot jih IDEO dodatno spremeni).

PRIZNANJE AVTORSTVA IDEO:

© 2014 IDEO LP. Vse pravice pridržane.

<http://designthinkingforlibraries.com/>

DODATEK

ZAHVALA

Ta komplet orodij je rezultat projekta, ki ga je financiral program Globalnih knjižnic Fundacije Billa in Melinde Gates. IDEO je vodil izdelavo kompleta orodij, ki je bil v veliki meri oblikovan na izkušnjah skupnega dela s knjižničarji v njihovem okolju v letih 2013 — 2014. Za oblikovanje orodij v tem kompletu smo sodelovali s Splošno knjižnico Chicago iz ZDA in Splošnimi knjižnicami mesta Aarhus na Danskem, upoštevali mnenje več kot štiridesetih knjižničarjev v desetih državah ter povzeli in združili spoznanja iz njihovih začetnih oblikovalskih poizkusov. Radi bi se zahvalili naslednjim organizacijam za njihovo neutrudno podporo pri izdelavi tega kompleta orodij:

- Bucharest Metropolitan Library
- READ Nepal
- Jamaica Library Service
- Vinnytsia Regional Universal Research Library
- Beyond Access, IREX

To je delovni prototip. Prosimo, da povratne informacije in zgodbe o svojih izkušnjah pri uporabi pošljite na naslov: hello@designthinkingforlibraries.com. Vaše zgodbe bodo navdih drugim, da bodo spremenili knjižnice na bolje. Nadaljujmo s ponavljanem, deljenjem in skupnim učenjem!

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v
Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani
COBISS.SI-ID 255261187
ISBN 978-961-93490-8-3 (PDF)

NASLOV: Oblikovalsko razmišljanje za knjižnice
AVTORSTVO: © 2014 IDEO LP. Vse pravice pridržane.
PREVOD: Ivan Kanič
LEKTOR: Ludvik Kaluža
UREDNIKA: Maja Vunšek
GRAFIČNA POSTAVITEV: Nina Drol s. p.
IZDAJATELJ: Združenje splošnih knjižnic
ZA IZDAJATELJA: mag. Matjaž Eržen, predsednik
OBLIKA IZDAJE: Elektronska izdaja
DOSTOPNO NA: <https://www.knjiznice.si/knjiznicarji/literatura/#1595401194613-b6d07a0f-9a3f> <23. 10. 2025>
Publikacija ni bila natisnjena. Na voljo je izključno v digitalni obliki.

Celje, 2025