



חשיבה עיצובית ביום אחד

מדריך בזק לקידום הספרייה שלך

מדריך בזק זה, המגיע אליכם במימון קרן מלינדה וביל גייטס, עוצב כספר לימוד למתחילים אודות חשיבה עיצובית עבור ספריות. לא נדרש יותר מיום אחד כדי ללמוד אותו. חברת IDEO הובילה את יצירת התוכן הזה בשיתוף עם הספרייה הציבורית שיקגו והספריות הציבוריות של אארהוס בדנמרק. אנו מבקשים להודות לארגונים הבאים על תמיכתם בהכנת ארגז הכלים הזה:

- BUCHAREST METROPOLITAN LIBRARY
- READ NEPAL
- JAMAICA LIBRARY SERVICE
- VINNYTSIA REGIONAL UNIVERSAL RESEARCH LIBRARY
- BEYOND ACCESS, IREX



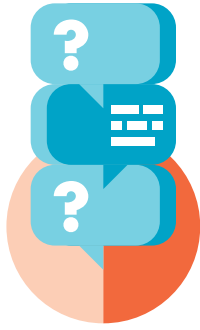
כדי לזכות להבנה עמוקה יותר של חשיבה עיצובית אנא בקרו באתר:
www.designthinkingforlibraries.com
 שם תוכלו להעלות את ארגז הכלים המקיף שלנו שיוביל אתכם בנבכי גישת החשיבה
 העיצובית באמצעות קריאה מקיפה, חומרים ותרגילים.



רוצים לעצב חוויות משתמש אדירות אבל אין לכם יותר מדי זמן?

חשיבה עיצובית היא גישה ודפוס חשיבה שמאפשרות לכם לפתור אתגרים יום יומיים בספרייה. אתם יכולים להשתמש בה כדי לפתח תוכניות טובות יותר, שירותים, חללים ומערכות שונות בספריות שלכם. למרות שהגישה עובדת באופן מיטבי כשהיא נלמדת על ידי צוות קטן בזמן ובחלל שהוקצו במיוחד לשם כך, אנו מאמינים שניתן ליצור השפעה באמצעות חשיבה עיצובית גם תוך יום אחד!

בעמודים הבאים תלמדו את הצעדים הבסיסיים של תהליך החשיבה העיצובית, החל בשאלה כיצד מתחילים, דרך השראה, המשגה וחזרוור (איטרציה). אתם יכולים להשתמש במדריך הזה כדי להכיר מקרוב את התהליך. אנו מעודדים אתכם לבדוק את ארגז הכלים המלא כדי לצלול לעומק אל תוך שיטות מועילות, טכניקות עזר וליזוי מפורט.



חזרו (איטרציה)

עוסק בנסיינות נמשכת, המבוססת על משוב חוזר ("פידבק") מהמשתמש.

המסגה

עוסקת ביצירת הרעיונות והפיכתם לברורים ומוחשיים.

השראה

עוסקת במסגור אתגר עיצובי ובאיתור נקודות מבט חדשות על ההזדמנות.

יש לי אב טיפוס ("פרוטוטיפ").

למדתי משהו.

יש לי אתגר.

איך אבדוק אותו על משתמשים וכיצד אפשר אותו?

איך אפשר לפרש אותו ולבטא את הרעיונות שלי?

כיצד אגש אליו?

לפני שאתם מתחילים ביום הלימוד של החשיבה העיצובית, זכרו שהמפתח ליצירת שינוי הוא שינוי בדפוס החשיבה שלכם. הזכרו כיצד הכול נראה חדש כשנכנסתם לראשונה לספריה וכמה תקוות וחלומות היו לכם? הציתו מחדש את התקוות הללו, שכן חשיבה עיצובית עוסקת בדיוק בגישה לבעיות מנקודת מבט רעננה.

**מרגישים אופטימיים? מוכנים ללמוד?
מצויין! בואו נתחיל.**

מתחילים

על מנת להתחיל פרויקט חשיבה עיצובית יש לבחור תחילה אתגר עיצובי. מה הוא הדבר שאתם רוצים זה מכבר לשנות בספריה שלכם? האם ישנה בעיה או שקיימת הזדמנות שחשבתם עליה? חשבו על דברים שאתם נוהגים להתלונן עליהם, או מקווים שישתפרו. כל אלה הם אתגרי עיצוב שמחכים לפתרון! לדוגמה, אתם עשויים לקוות למצוא דרך מוצלחת לעניין בני עשרה בספרייה שלכם. או שאולי יש לכם חלומות על יצירת מרכז לעבודה משותפת. אלה מקומות מצוינים להתחלה וזכרו, שהאתגר שלכם יכול להשתנות במהלך היום.

אנו תמיד ממסגרים את אתגרי העיצוב שלנו בצורת שאלות. לא רק שניסוח עבודתנו בצורת שאלות בנוסח "כיצד נוכל" מכניסה אותנו לנקודת המבט שמובילה לפתרונות רבי השפעה, זה גם עוזר לנו לייצר רעיונות רבים ככל האפשר במהלך היום. חשוב למצוא איזון כשמייצרים אתגר טוב. אם תשאלו שאלה שהיא רחבה מדי (כיצד היינו יכולים לסיים את מצב העוני?) לא תגיעו לשום פתרון בר ביצוע. ואם תשאלו שאלה שהיא צרה מדי (כיצד נוכל לייצר מחרשה חדשה שתעלה \$25, ממונעת באופן סולארי ושכל אחד יוכל לתקן אותה ללא כישורים טכניים?) תסתכנו בהגבלת סוגי הפתרונות שתוכלו להציע.





הגדירו את האתגר שלכם

כדי להגדיר את האתגר, זהו קבוצת משתמשים ובעיה שיש לפתור.

x

צרכי משתמש/בעיה

קבוצת משתמשים

נסו כמה שאלות מסוג "כיצד נוכל" שיכולות לתאר היטב את האתגר שלכם:

כיצד נוכל ?

כיצד נוכל ?

כיצד נוכל ?

כתבו זאת באותיות גדולות ותלו לפני העיניים כדי שתוכלו להוסיף לחשוב על האתגר במהלך היום!



פרק 2

השראה

יצירת פתרונות בעלי משמעות בספרייה שלכם מתחילה במציאת השראה בעולם שסביבכם והשגת הבנה עמוקה של צרכיהם של אנשים. השלב הראשון של חשיבה עיצובית נקרא השראה ועיקרו הקשבה, תצפית ופתיחות לבלתי צפוי. אם אתם רוצים ליצור פתרונות חדשים וחדשניים, עליכם למצוא דרכים חדשות לקבלת השראה.

**בעמוד הבא תמצאו כמה רעיונות להשראה מיידית.
בקשו 2-3 אנשים להצטרף אליכם לפעילויות אלה.**

ברגע שסיימתם את הפעילויות הללו, על הקבוצה שלכם לשוחח על מה שלמדתם. מה הפתיע אתכם ומה היה בלתי צפוי? מה או מי נתנו לכם השראה? האם הבחנתם באילו שהן תבניות מעניינות? כתבו תוצאות ונושאים שנובעים ממה שראיתם בעולם.



קבלו השראה

שעה 1



דברו עם אנשים

אחת הדרכים הטובות ביותר לקבלת השראה היא לדבר עם אנשים. במיוחד, חשוב לדבר עם האנשים שלהם אתם מעצבים. לדוגמה, האם אתם מעצבים תכנית חדשה עבור בני עשרה? אל תסתפקו רק בלדבר איתם אודות הספרייה - דברו איתם על חיי היום יום שלהם, על השיגרה שלהם, וכיצד הם אוהבים לבלות את זמנם. במה הם מאמינים? מה מניע אותם? כדי להתניע, בלו זמן בדיבורים עם אנשים בספרייה שלכם, שיכולים אולי לאפשר לכם להבין טוב יותר את הבעיה דורשת העיצוב שלכם. נסו לדבר עם 2-3 אנשים.

קחו בעצמכם חלק

פעילות מצוינת נוספת היא לחוות את העולם מנקודת מבט אחרת. לדוגמה, אם אתם מעצבים עבור ילד, בלו את היום במשחק בספריית הילדים או השתתפו בסדנה לילדים. אם אתם מעצבים עבור עוורים, קחו חלק בחוויה הזו בכך שתנסו לבצע מטלות פשוטות כשעיניכם מכוסות.

בקרו במקום לגמרי לא צפוי

צאו מהספרייה ובקרו ביעד מעורר השראה שתוכלו ללמוד ממנו. זה יעזור לכם לראות את העולם בעיניים רעננות ויעזור לכם למצוא דרכים חדשות לראות את הספרייה שלכם. לדוגמה, אם אתם מעוניינים ליצור סביבת עבודה טובה יותר בספרייה שלכם, בקרו בבית קפה רועש, כדי להתרשם מה עוזר למשתמשים להיות פורים ויצרניים. אם אתם רוצים להתחיל תוכנית של תערוכות אומנות בספרייה שלכם, בקרו בתערוכה מבוקשת במוזיאון כדי ללמוד כיצד המוסד מטפל במבקרים ומעצב את החוויה.



יוליה, ספרנית מאוקראינה, רצתה להבין טוב יותר את הצרכים של המשתמשים הנכים. הצוות שלה ביקר במרכז שיקום ודן בתחביבי המשתמשים והנושאים המעניינים אותם במהלך ארוחת צהריים במקום.



המשגה

השלב הבא בחשיבה עיצובית מכונה המשגה. בשלב זה אתם מייצרים רעיונות רבים חדשים במטרה ליצור פתרון עיצובי.

אחת הפעילויות החשובות ביותר בשלב זה היא סיעור מוחות, שבו מעלים רעיונות רבים המבוססים על מה שנלמד עד כה. המפתח להשגת רעיון מעולה הוא הצפת רעיונות רבים: אל תיתלו או תקשרו מדי לרעיונות הראשונים שלכם - התמקדו כרגע רק בלזרוק כמה שיותר רעיונות!

סיעור מוחות הוא שיטה של חשיבה עיצובית ויש לו חוקים משלו. החוקים חשובים כי הם מאפשרים חופש יצירתי לכל המשתתפים בקבוצה. במהלך ארוחת הצהריים או במשך פרק זמן של שעה פחות או יותר ערכו סיעור מוחות שמתמקד בכמה מהצרכים שטרם כיסיתם במהלך הבוקר. בסיעור המוחות ישתתפו 2-3 אנשים ושימו לב שכולם שבעים ומלאי אנרגיה לפני שאתם מתחילים!



הציפו רעיונות

שעת ארוחת צהרים!



יפה (במרכז) והצוות שלו בספרייה הציבורית אארהוס בסיעור מוחות בנושא שרותי מוסיקה לספרייה

חוקי סיעור המוחות

המנעו משיפוטיות

אין רעיונות לא טובים בשלב זה. יהיה מספיק זמן כדי לצמצם אותם מאוחר יותר.

עודדו רעיונות פרוצים

גם אם רעיון לא נראה בר ביצוע, הוא עשוי לעורר רעיון אצל מישהו אחר.

בנו על רעיונותיהם של אחרים

חשבו "ו" יותר מאשר "אבל"

הישארו ממוקדים בנושא

כדי להוציא יותר מהפגישה הזו השאירו מול העיניים את השאלה שבמוקד סיעור המוחות.

שיחה אחת בכל פעם

כל הרעיונות צריכים להישמע, כדי שניתן יהיה לפתח אותם.

היו ויזואלים

ציירו את הרעיונות שלכם במקום רק לכתוב אותם. דמויות קו מצוירות ורישומים פשוטים יכולים להחליף מילים רבות.

לכו על הכמות

הציבו מטרה גבוהה באופן מוגזם - ואז עברו אותה. הדרך הטובה ביותר להגיע לרעיון אחד טוב היא להציף הרבה רעיונות. לדוגמה, הציגו 50 רעיונות תוך 10 דקות.



הפיחו חיים ברעיונות שלכם

שעה 1



עכשיו, כשכבר מצאתם והעליתם רעיונות רבים, הגיע הזמן לבחור אחד מהם, שמוצא חן בעיניכם במיוחד ולהפיח בו חיים. עשו זאת עם צוות סיעור המוחות שלכם או עם עצמכם לאחר מפגש סיעור המוחות. הדרך המהירה ביותר ללמוד יותר על האפשרות לשפר את הרעיון שלכם היא לבנות אותו. תהליך זה, של הפיכת הרעיון שלכם למוחשי, או יצירת אב טיפוס, עלול להיראות מפחיד. אין שום סיבה לפחד. זה דורש רק חומרים שנמצאים בהישג ידכם - כגון נייר, עטים ומספרים - וקצת דמיון!

חומרי עזר שאתם עשויים להזדקק להם:

עטים
מרקרים, עפרונות צבעוניים

דבק
דבק (סטיק), אקדח דבק חם, גליל נייר דבק

נייר
בריסטול, נייר לכרזות, קרטון בעובי משתנה, משטח גומאוויר, קופסאות

כלים
סרגלים, מספרים, סרט מידה, שדכנים

בדים
כדורי צמר גפן, לבד, בד

חומרי יצירה
מקלות ארטיק, צבע, מברשות, חבל, מנקי מקטרות

המטרה של אב הטיפוס היא להוציא לפועל רעיון שנמצא בראשכם, כדי שאחרים יוכלו להגיב אליו. אל תתאמצו לדייק, כך שאב הטיפוס יהיה מושלם. הוא לעולם לא יהיה מושלם בניסיון ראשון והוא יתפתח עם הזמן. הדבר החשוב ביותר בנוגע לאב הטיפוס, הוא שהוא עשוי להתחיל שיח עם המשתמשים שלכם.



הפיחו חיים ברעיונות שלכם

דרכים ליצירת אב טיפוס

שעה 1



משחק תפקידים

בצעו ושחקו את חוויית הרעיון שלכם. שחקו את תפקידי האנשים בסיטואציה, שאלו את השאלות שהם היו עשויים לשאול. השתדלו לארגן כמה אביזרים, מדים או אמצעים אחרים שיש להם שימוש בתפקידי שירות מול לקוחות בספרייה.



מודל לימודי דיגיטלי

צרו דגם לימודי של כלי דיגיטלי עם שרטוטים של מסכים על נייר. הדביקו את הדף למסך של מכשיר כגון טלפון או מחשב כדי לחקות את ההקשר של אינטראקציה דיגיטלית.



מודל

צרו ייצוג (רפרזנטציה) פשוט תלת ממדי של הרעיון שלכם. זה יכול להיות דגם להרכבה או דגם בגודל מלא של חוויה, שניתן להיכנס אליה פיזית יחד עם הצוות.

המטרה של אב הטיפוס היא להוציא לפועל רעיון שנמצא בראשכם, כדי שאחרים יוכלו להגיב אליו. אל תתאמצו לדייק, כך שאב הטיפוס יהיה מושלם. הוא לעולם לא יהיה מושלם בניסיון ראשון והוא יתפתח עם הזמן. הדבר החשוב ביותר בנוגע לאב הטיפוס, הוא שהוא עשוי להתחיל שיח עם המשתמשים שלכם.





הפיחו חיים ברעיונות שלכם

דרכים ליצירת אב טיפוס (המשך)



חלל מחודש

אם אב הטיפוס שלכם עוסק בעיצוב חלל, שימו לב האם אתם יכולים ליצור אב טיפוס בתוך החלל הקיים או שאולי תייצרו סצינה, שמתארת את התחושות שהסביבה החדשה אמורה לייצר. הרגישו חופשיים להשתמש ברהיטים קיימים ובשולחנות וזכרו שדברים מסוימים יכולים לייצג דברים אחרים. בעולם העיצוב, קופסת קרטון יכולה לייצג כיסא ועגלה יכולה לייצג מדף! במילים אחרות, אל תחשבו שאתם אמורים להתרוצץ ולחפש רהיטים חדשים כדי ליצור את אב הטיפוס לרעיון שלכם.

פרסומת

צרו דגם לימודי של פרסומת שמקדמת את הרעיון שלכם, בין שמדובר בתוכנית, שירות או חלל. חשבו כיצד תוכלו ליצור מודעות למה שאתם מציעים וכיצד תעבירו את הערכים שלו למשתמשים שונים.



חזרור (איטרציה)

כל הכבוד שהפכתם את הרעיון שלכם למוחשי!

עכשיו הגיע הזמן להציג את התוכנית שלכם, השירות, החלל, או המערכת בפני המשתמשים ולשמוע את דעתם. זהו חלק משמעותי ביותר של האיטרציה, השלב השלישי בתהליך החשיבה העיצובית, שמאפשר לכם ללמוד מה עובד, מה לא עובד ומה ניתן לשפר.

מצאו משתמשים אחדים בקבוצת המטרה שלכם שיוכלו לעזור לכם על ידי מתן משוב. אל תחששו לפנות לאנשים שאינכם מכירים בספרייה. הם יהיו כל כך מרוצים ונרגשים מכך שמישהו חושב לשפר את שירותי הספרייה שללא ספק ישמחו לעזור. העניין הוא לוודא שאתם מקבלים משוב כן, ביקורתי ובונה לצד כל תגובה חיובית.



פרק 4 חזרו (איטרציה)

שעה 1

קבלו משוב על הרעיון שלכם ופתחו אותו

הציגו למשתמשים את אב הטיפוס שלכם

ואז שאלו שאלות כדי לקבל משוב בעל ערך שיעזור לכם להתקדם. כמה הצעות:

האם אתם יכולים לתאר מה מלהיב אתכם ברעיון הזה ומדוע?
לו יכולתם לשנות דבר אחד באב הטיפוס הזה, מה זה היה?
מה הייתם משפרים ברעיון הזה?
מה אתם לא אוהבים לגבי הרעיון הזה?

כשאתם זוכרים כל הזמן את הרעיון העיצובי שלכם, חשבו ממה התלהבו המשתתפים ומה הם החלקים ברעיון שהם העריכו במיוחד. תארו גם אילו חלקים לא עבדו ואילו שאלות חדשות תרצו לחקור באיטרציה הבאה של הרעיון שלכם.

הכינו רשימה של כל מה שלמדתם עד כה

שאפו גם להוסיף לרשימה בזמן שאתם מגסים שוב מספר איטרציות של אב הטיפוס של הרעיון שלכם. הציבו מטרה לעצמכם מהו השלב הבא. לדוגמה, אתם יכולים:

להקים צוות שיפתח את הרעיון לאורך תקופת זמן.
לבקש מימון נוסף או משאבים בהסתמך על אבות הטיפוס הראשוניים שלכם.

להכין מערכת זמנים כדי לפתח את הרעיון
לשאוף ליצור שינוי בר קיימא בספריה ולבחון את התפתחותו לאורך זמן.



מריאנה, חברת צוות בספרייה הציבורית אארהוס, שואלת עוברי אורך בספרייה מה הם חושבים על הרעיון שלה - דף מידע עם המלצות על אפליקציות



מגיעים למודל

לעיתים קרובות, הדרך הטובה ביותר ליצור דגם של הרעיון שלכם היא לספר את סיפורו: מה הייתה הבעיה שאיתרתם, עבור מי עיצבתם ומה ההצעה שהצעתם? ככל שיותר אנשים שומעים על מה שאתם מקווים להשיג, כך הם מרגישים מעורבים ומושקעים ומוכנים להשתתף. כשאתם חושבים על טיפוח הרעיון שלכם מקונספט לפתרון בר קיימא בעולם האמיתי, בוודאי תצדדו בו שוב ושוב ותשוחחו עליו באזני אחרים.

אלה לא עדכונים סטנדרטיים על פרויקט. הסתכלו על זה כעל פרזנטציה לעבודה שלכם ובקשו את המשאבים שאתם זקוקים להם כדי לקדם אותו. כאן תשתלם לכם העובדה, שתיעדתם את כל התהליך לאורך הדרך. סיפורי הפרויקט הטובים ביותר נתמכים בתמונות ובעדויות ויזואליות, שמראות את התקדמותכם לאורך הדרך.



הפיצו את הסיפור שמאחורי הרעיון שלכם

שעה 1

מבנה נרטיב מוצע

4. המשגה

עם אילו תפישות הגעתם וכיצד הפכתם אותן
לאב טיפוס?

1. הציגו את עצמכם

מי אתם?
מיהו הצוות שלכם

5. איטרציה

איזה משוב קיבלתם, וכיצד המשכתם בניסוי
בהסתמכות על המשוב הזה?

2. הגדירו את האתגר שלכם

מהי הבעיה שזיהיתם ועבור אילו
משתמשים?

6. קריאה לפעולה

מה הלאה? כיצד אחרים יכולים להיות מעורבים
ולעזור?

3. השראה

עם מי דברתם על מי ערכתם תצפיות ומה
היו הדברים העיקריים שלמדתם?





סיימתם יום של צלילה עמוקה לסוגיית החשיבה העיצובית. עשיתם עבודה מצוינת בכך שניסיתם שיטות שונות לשיפור הספרייה שלכם. עם זאת, וודאו שהלמידה שלכם לא תסתיים כאן. קראו את שאר ארגז הכלים המכיל מחקרי עומק, דוגמאות ופעילויות שינחו אתכם באתגר החשיבה העיצובית הבא שלכם.



שלחו לנו את סיפורי השינוי שלכם והפיצו את השיטה.

hello@designthinkingforlibraries.com