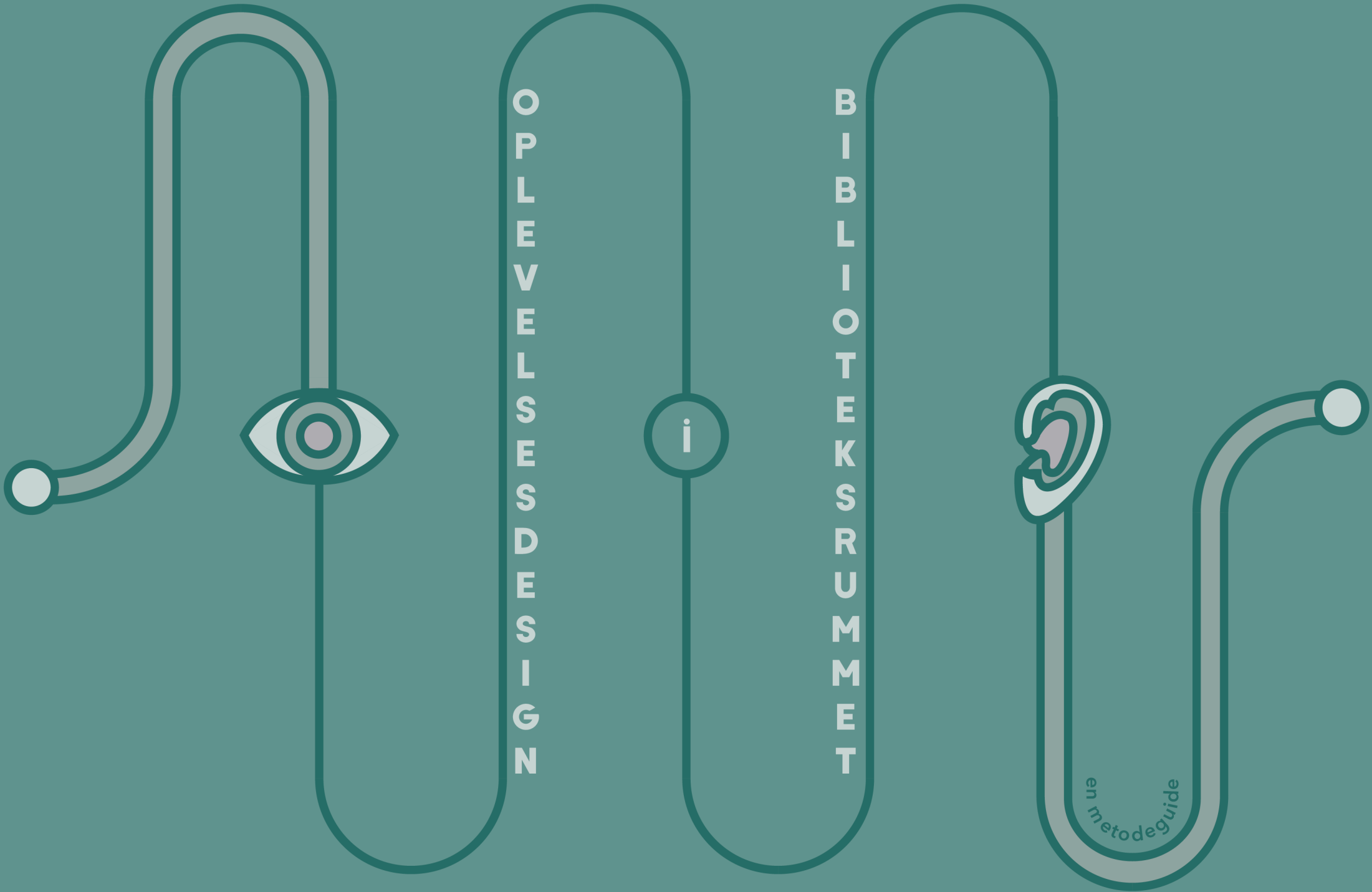




O P L E V E L S E S D E S I G N

B I B L I O T E K S R U M M E T

en metodeguide

INTRODUKTION

Du sidder nu med en miniguide til, hvordan man kan arbejde konstruktivt med udvikling af interaktive formidlingsdesign i biblioteksrummet. Guiden er udarbejdet på baggrund af udviklingsprojektet "Det digitale i det fysiske rum", støttet af Slots- og Kulturstyrelsens Udviklingspulje for folkebiblioteker og pædagogiske læringscentre.

Guiden trækker på erfaringen fra udviklingen af to nationale designløsninger, som formidler bibliotekets digitale ressourcer ved fysisk at optage plads i biblioteksrummet, og som vha. et kreativt udstillings- og interaktionsdesign vækker borgernes nysgerrighed for de digitale ressourcer.

Vores valg af den konstruktive design research-metode RtD, som vi skitserer i denne designmanual, er betinget af selve det problemområde, som vi har forsøgt at løse.

Danske folkebiblioteker bruger en ikke ubetydelig del af deres materialebudget på at abonnere på digitale tjenester, ressourcer, databaser, m.v., og mængden af digitalt materiale overstiger langt antallet af fysiske materialer. Desværre er udlånet og brugen af digitale materialer marginal.

Hvordan kan det være?

Svaret er ikke simpelt, men vi har formuleret tre teser der har dannet baggrund for vores videre arbejde.

Tese 1: Det digitale materiale er ikke synligt. De plakat- og bannerkampagner, der laves om det digitale materiale, drukner typisk mellem den store mængde af andet visuelt indhold i biblioteksrummet.

Tese 2: Materialet har ingen fysisk form og kan derfor ikke "samles op" på vejen, når man græsser i biblioteksrummet.

Tese 3: Materialet er svært tilgængeligt. Det er gemt af vejen på en skjult underside af bibliotekets hjemmeside under kryptiske navne som "Masterfile Premier" eller "RB Digital".

Vores projekt er udelukkende baseret på at skabe designløsninger i det fysiske biblioteksrum. Dette fokus er valgt ud fra en overbevisning om, at første skridt til at skabe efterspørgsel hos borgerne efter digitalt materiale, er ved at vise dem, at materialet eksisterer.

RESEARCH THROUGH DESIGN

I 2015 udgav IDEO i samarbejde med Aarhus Bibliotekerne og Chicago Library en brugermanual til, hvordan man kan arbejde med Design Thinking i en bibliotekskontekst. Design Thinking som sådan er helt grundlæggende i udviklingen af projektet "Det digitale i det fysiske", men vi har valgt at skærpe tilgangen til problemområdet ved at tage udgangspunkt i designmetoden Research through Design eller på dansk: Konstruktiv design-research.

Med Research through Design udvikles der så tidligt i processen som muligt konkrete designs, såkaldte rapid prototypes, som kan testes på bibliotekets brugere. Det er altså med udgangspunkt i en eller flere konkrete designløsninger med fysiske og/eller interaktive kvaliteter, at vi laver vores research. Her adskiller vi os væsentligt fra Design Thinking for Libraries, hvor man først foretager brugerstudier og laver interviews for at få defineret et problemområde, hvorefter man begynder at skitsere mulige løsninger.

NARRATIVITET SOM UDSTILLINGSGREB

Museer som Kongernes Jelling, M/S Museet for Søfart og Ragnarock benytter sig alle af narrative greb til at designe følelsesmæssige oplevelser, hvor alle kroppens sanser bringes i spil. Det narrative greb åbner udstillingen op og gør det lettere for museumsgæsten at organisere og huske de formidlede genstande. Derfor benytter vi os af museumsverdenens moderne tilgang til formidling og kuratering af indhold.

TROVÆRDIGHED

Tror jeg på det, jeg får at vide?
Kan jeg stole på det, jeg oplever?

KLARHED

Bliver jeg ført godt igennem udstillingen?
Kan jeg forstå formidlingen?

DYBDE

Bliver jeg klogere?
Får jeg noget mere at vide?

NÆRVÆR

Vedkommer det mig?
Handler det om mig?

ORIGINALITET

Bliver jeg overrasket?
Er det fortalt på en opfindsom måde?

DYNAMIK

Er det spændende?
Er det afvekslende?
Føler jeg mig godt underholdt?

*Tjekliste til udstillingsdesigns, udarbejdet af projektleder
Morten Teilmann, Nationalmuseet*

► Greb ['gʁɛ'b] *sb.*

Det udstillingsproducenten gør for at åbne en genstand.

Inspirationen fra museer og oplevelsescentre er flerstrengt. Ud over at være inspirerede af det narrative associative udstillingsgreb, har vi taget udgangspunkt i museernes analyse af brugertyper i udviklingen af personaer, user stories og storyboards, fordi de er lette at gå til og i store træk minder om bibliotekernes brugertyper.

MUSEUMSVERDENENS 5 BESØGSPOSITIONER



Explorer-identiteten er motiveret af nysgerrighed og ønsket om at lære nyt.



Experience seeker-identiteten er motiveret af at "samle" oplevelser. Fx turister, som vil krydse en bestemt seværdighed af på deres liste.



Recharger-identiteten er motiveret af en opfattelse af museet som et sted, hvor man kan slappe af og koble fra.



Facilitator-identiteten er motiveret af andres behov. Fx forældre i selskab med børn.



Professional/hobbyist-identiteten er motiveret af en meget specifik faginteresse.

Kilde: Falk, John Howard 2009,
Identity and the Museum Visitor Experience, Left Coast Press, Californien

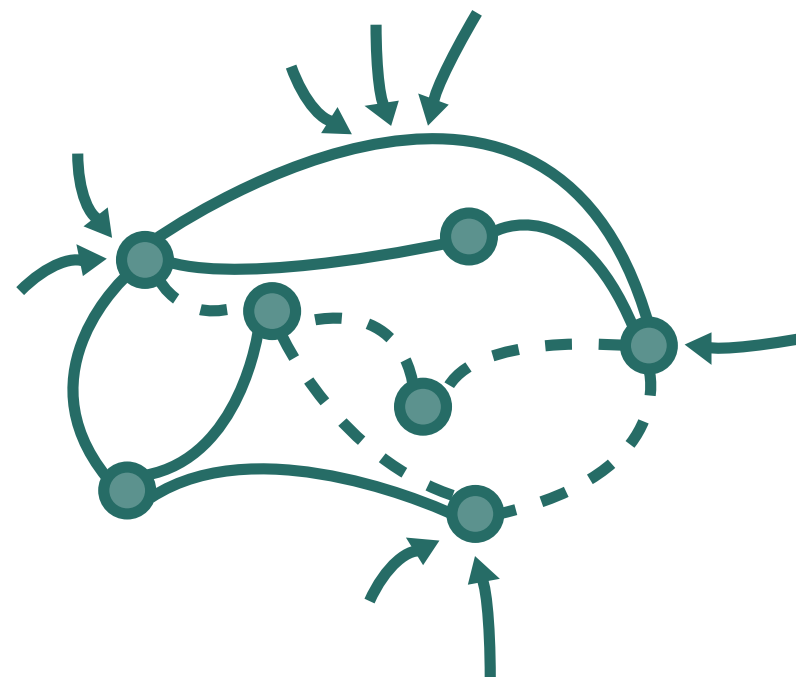
BIBLIOTEKET SOM UDSTILLINGSRUM

Der er som sagt mange områder, hvor vi kan overføre museernes praksisfelt til biblioteksverdenen. Samtidig er præmisserne for brugen af biblioteket anderledes end museet. Det betyder, at der er metoder, der ikke lader sig overføre 1:1.

I biblioteksverdenen har vi ikke én fast udstilling eller et evigtgyldigt tema, som vi kan bygge vores formidling op omkring. Vores løsninger bliver nødt til at kunne genbruges i nye sammenhænge og i forhold til nye emner. Dette har en praktisk betydning ift. at vores installationer skal kunne flyttes rundt, skaleres og indeholde forskelligt indhold.

Vi har heller ikke mulighed for udelukkende at indrette vores rum efter vores installationer, da vores brugere benytter biblioteket på rigtig mange forskelligartede måder. Det har betydning for de teknologier, vi benytter os af, der skal kunne fungere i overbelyste rum, skal kunne klare meget slid eller direkte hårdhændet behandling.

Biblioteksbrugeren kommer i udgangspunktet ikke på biblioteket med henblik på at se en given udstilling og det har betydning for både narrativitet og blikfang. Vi kan ikke i samme grad som museerne styre brugerens interaktion og vej igennem vores installationer. Derfor skal det være muligt at forstå det udstillede ud fra forskellige enkeltstående elementer.



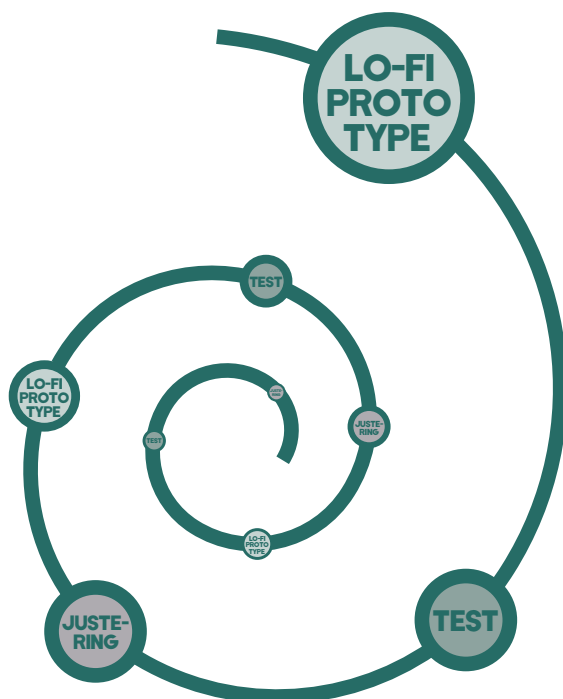
*Model udviklet med inspiration fra Tom Sharmans artikel
"Exploring Meta-Narrative" på medium.com*

Det betyder, at der ikke kun skal skabes én vej igennem det formidlede, men at der skal være en myriade af forbindelsespunkter i fortællingen i stedet for et enkelt start- og slutpunkt.

Da mange brugere kommer på biblioteket med et helt specifikt ærinde for øje, så er vores erfaring, at vores løsninger bliver nødt til at "larme" auditivt eller visuelt, hvis vi vil sikre, at vores brugere får øje på dem. Derfor skal der være nogle elementer ved løsningen, der sikrer et tydeligt blikfang i form af ex. lyd, blinkende eller pulserende lys, anderledes former, der adskiller sig fra bibliotekets sædvanlige materiel, etc.

DESIGNPROCESSEN

En designproces er aldrig lineær. Det vil ofte være nødvendigt at genbesøge de erfaringer, man har gjort sig tidligt i processen, for at justere det arbejde man sidder med nu og her. Det betyder, at faserne i den konstruktive designproces, som vi skitserer her, sagtens kan genbesøges, selvom man er videre i processen. Erfaringer senere i processen kan have indflydelse på, om man er nødt til at justere eller helt opgive en idé for i stedet at give plads til en anden. Vær åben over for dette.



RESEARCH



Første fase er det kritiske blik på det digitale materiale. Foretag grundig research af, hvad der eksisterer. Samarbejd med de kolleger, der har den største faglige viden om jeres materialesamling - digitalt og fysisk:

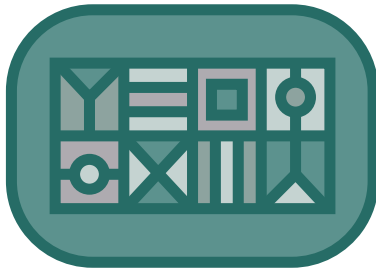
Har I nogle populære emner, som også eksisterer digitalt, som kunne tænkes at have borgernes interesse, hvis de kendte til dem? Tidsskriftssamlinger, sprogkurser, aviser? Hvad ved I om borgerne og om materialerne? Hvilke tjenester ville borgerne have særligt glæde af at kende til? Hvilke udfordringer eller barrierer er der ved de digitale materialer? Synlighed? Brugervenlighed? Glemmer I at fortælle borgerne om tjenesten?

Lav et skema/matrix, der giver overblik over jeres forhåndsviden om de digitale materialer.

Analytisk, erfaringsbaseret tilgang

Værktøjer: Research, interviews, udlånstal, analyse af brugervenlighed, emnebaseret formidling vs. formidling af enkelt base, format/teknologi. Less is more. Afgrænsning.

MOODBOARD



Sideløbende med problemdefinitionen og researcharbejdet er det en god idé at lave et moodboard. Et moodboard fungerer som en "opslagstavle" med billeder, tekst, farver eller objekter til inspiration. Det gør det lettere at se på det digitale materiale med nye øjne og få nogle visuelle/designmæssige ideer til formidlingen af materialet.

Associativ, visuel tilgang

Værktøjer: Research, visuel research, tegninger, stemningsbilleder, fotos, farvesammensætninger, inspiration fra udstillinger, interaktive designs, m.m.

IDEATION



Ideation, et andet ord for idégenerering handler i denne kontekst om at udvikle konkrete ideer til designløsninger ved brug af visuelle, interaktive, auditive og taktile virkemidler. Der skal tænkes rumligt og sensorisk, da borgerne skal møde designløsningen i biblioteksrummet.

Diskutér med udgangspunkt i jeres research, hvad I vil formidle: Skal der fokuseres på et specifikt emne og ex. inddrages materiale fra forskellige digitale tjenester? Er det et bestemt medieformat, I vil formidle? Vil I satse på en bestemt tjeneste (fx. ordbøger, turteori, RB Digital)? Hvad er succeskriterierne?

Udvælg gerne mange kriterier og sortér efterfølgende. Det er vigtigt at skabe en ramme for ideationen, men rammen skal kunne genforhandles senere i processen. Begynd så tidligt i processen som muligt at skitsere. Først for at kommunikere jeres ideer klart og tydeligt. Dernæst, når I har udvalgt en idé, for at definere og finjustere før I bygger en lo-fi prototype.

Ideationprocessen kan køres på mange måder, såsom brainstorming, idea storming, opportunity redefinition mv. Interactiondesign.org har en guide til forskellige metoder.

Associativ, erfaringsbaseret tilgang.

Værktøjer: Brainstorming, narrativitet, what-if tankeeksperimenter, skitsering, moodboard, research matrix

PROTOTYPE



Ideen med Research through Design er, at man hurtigt får skabt et fysisk produkt, som kan testes på brugeren. Det er vigtigt at understrege, at ordet "prototype" både favner såkaldte rapid prototypes/lo-fi prototypes og hi-fi prototypes. Rapid prototypes er den simple hurtige model, der giver mulighed for at afprøve et koncept. Hi-fi prototyper, kender man fx. fra bilindustrien, hvor en prototype er dyr og så tæt på det færdige design som muligt.

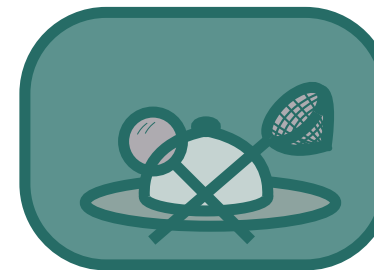
Vi anbefaler, at I gennem hele processen, sørger for at teste og udvikle jeres prototype, så den går fra at være rene skitser til faktisk at have alle de funktioner og den udformning, som den endelige model skal have.

Prototypen giver mulighed for at teste det tekniske i en løsning og at få en tilbagemelding på, om ideerne fremstår klart for andre.

Konkret designudvikling.

Værktøjer: Skitser, diverse byggematerialer og evt. Arduinos/elektronik/let kodning.

TEST



Nu er tiden kommet til at få brugernes vurdering af jeres idé. Lav et testdesign med beskrivelse af formål med brugertesten, målgrupper for testen i grove træk (alder, køn, uddannelsesniveau), spørgsmål til brugerne, samt den estimerede tid for brugertesten.

Gå sammen to og to. Én af jer interviewer borgeren, mens den anden noterer svar/indtryk fra brugertesten ned. Test jeres rapid prototypes forskellige steder i biblioteksrummet på forskellige brugertyper. Vi vil anbefale at teste prototypen på 6-8 borgere, 2-3 forskellige steder i biblioteket. Notér, hvordan placeringen påvirker jeres test ift. målgruppe/blikfang/interesse.

Med brugertesten får I jeres første konkrete tilbagemelding fra brugerne på jeres designløsning. Hvis tilbagemeldingerne er positive, er det tid til at arbejde med brugerscenerier og personaer. Hvis brugerresponsen eller det tekniske i løsningen derimod viser sig slet ikke at fungere, så skal I afveje, om I skal finde på nogle helt nye ideer eller om I skal justere og tilrette jeres designløsning og teste den igen.

Konkret brugerorienteret tilgang.

Værktøjer: Målgruppe/segmenteringsanalyse, testdesign, interviews.

PERSONAS



Vi har med vilje lagt arbejdet med personaer sent i processen, da vi mener det er vigtigt for den kreative proces at holde mulighederne åbne et stykke tid, inden man begynder at tænke i målgrupper, brugerscenarier, m.v.

I kender jeres bibliotek, borgerne, deres brug af biblioteket og deres fysiske veje igennem biblioteksrummet og I har nu fået noget konkret feedback fra nogle af jeres brugere på jeres designidé. Supplér evt. med målgruppeanalyserne fra Tænk tanken Fremtidens Biblioteker og museernes brugerpositioner (se det særskilte afsnit om narrativitet som udstillingsgreb).

Med udgangspunkt i denne viden skal I nu udvikle 3-5 personaer. Derefter skal I lave deres user stories. Diskutér på baggrund af jeres brugertests, hvilke af jeres 3-5 personaer, der er de mest oplagte brugere af jeres designløsning.

Analytisk, erfaringsbaseret tilgang.

Værktøjer: Målgruppe/segmenteringsanalyse, visuel research, skitser og tegninger, brugertests.

STORYBOARD



Når I har lagt jer fast på, hvilke brugere I gerne vil nå med jeres produkt, er det tid til at arbejde med brugerscenarier og storyboards. Brugerscenarier og storyboards giver bedre forståelse for den løsning, man er ved at udvikle. Virker scenarierne realistiske? Er der noget, der kræver justeringer? m.v.

Lav brugerscenarier/storyboards for 2-4 af jeres personaer. Start med brugerscenariet. Skriv en kort historie i stikordsform, som et forløb, der starter, når brugeren træder ind ad døren på biblioteket. Hvorfor er brugeren her? Hvad oplever vedkommende i mødet med designløsningen? Hvad afstedkommer oplevelsen? Husk at et brugerscenarie godt kan resultere i, at jeres udvalgte persona ikke kommer til at gøre brug af designløsningen.

Når brugerscenariet er på plads, er det tid til at skitsere det som storyboard. Se storyboardet som en visualisering af dit brugerscenarie. Det kræver ikke den store tegner; tændstikmænd er fint. Supplér tegningerne med tekst, så der ikke hersker tvivl om, hvad der foregår.

Tjek linksamlingen bagest i guiden for læsestof om udvikling af personaer, user stories og storyboards.

TAK!

Tak fordi du ville læse med. Vi håber, at du kan bruge denne metodeguide i dit videre arbejde med at udvikle nye formidlingstiltag til dit bibliotek. Hvis du har brug for yderligere information, er du velkommen til at kontakte os.

LINKS

Link til interaktiv The Guardian artikel "The story of palm oil:
<https://www.theguardian.com/sustainable-business/ng-interactive/2014/nov/10/palm-oil-rainforest-cupboard-interactive>

Link til billeder fra "Det digitale i det fysiske rum":
<http://imgur.com/a/RAVJB>

Om user stories:
<https://www.newfangled.com/how-to-tell-the-users-story/>

Om storyboards:
<http://www.romanpichler.com/blog/agile-scenarios-and-storyboards/>

Om personas:
<https://www.pinterest.dk/kmcurk/ux-personas/?lp=true>

Om ideation:
<https://www.interaction-design.org/literature/article/learn-how-to-use-the-best-ideation-methods-brainstorming-brain-dumping-brainwriting-and-brainwalking>

Denne udgivelse er skabt på baggrund af puljeprojektet "Det digitale i det fysiske rum". Et projekt under Slots- og Kulturstyrelsens Udviklingspulje for folkebiblioteker og pædagogiske læringscentre 2017-2018.

Projektejer: Ballerup Bibliotekerne ved digital leder Michael Anker

Projektleder: Arendse Ørding
Art Director: Emilie Oksholt

Tekst: Arendse Ørding og Emilie Oksholt
Grafik og layout: Emilie Oksholt
Korrektur: Sara Maria Kohnagel

Deltagende biblioteker:
Herlev Bibliotek, Glostrup Bibliotek,
Lyngby-Taarbæk Bibliotekerne,
Roskilde Bibliotekerne, Herning
Bibliotekerne og Ballerup Bibliotek.

Samarbejdspartnere:
YOKE, Initials BB

Henvendelser omkring projektet kan ske til
Michael Anker, digital leder ved Ballerup
Bibliotekerne: mank@balk.dk