

## NALOGA 9: Okrogla miza

#domišljija #ustvarjalnost #kreativnost #združevanje #predstavitve #prototipiranje

### Namen naloge:

Sposobnost razmišljanja izven ustaljenih okvirov je ena ključnih sposobnosti kreativnega posameznika. Pri iskanju novih rešitev se preveč zanašamo na znane vzorce, poglede, domače okolje in domače predmete, dogodke. Potrebno pa je združevati poglede več disciplin in razmišljati široko.

Igranje vlog je ena najpogostejše uporabljenih metod za predstavitev rešitev in prikaz delovanja inovativne rešitve v konkretnem okolju.

Namen naloge je, da udeleženci spoznajo metodo razgradnje obstoječih rešitev z namenom gradnje nove, kreativne rešitve. Spoznajo tudi metodo igranja vlog za predstavitev konkretne rešitve.

### Cilji:

- Spoznajo pomen razumevanja uporabnika za razvoj uporabnega inovativnega produkta.
- Udeleženci se naučijo vživljati v uporabnika.
- Razvijajo sposobnost pogleda izven ustaljenih okvirjev.

### Potreben material za izvedbo vaje (za 20 udeležencev):

- Računalnik z dostopom do interneta, projektor,
- pisala,
- papir (A4),
- karton,
- škarje, lepilo in lepilni trak.

**Potek vaje:**

Trajanje	Diapozitiv	Opis
5 min	2	<p><b>Individualno</b></p> <p>Naloga se začne s preprostim navodilom udeležencem: Izvajalec se vživi vlogo "šefa".</p> <p>"Jaz sem vaš šef. Prišel sem do vas in vam dal nalogo, da mi skicirate novo okroglo mizo. Odšel sem iz sobe in žal me ne morete nič več vprašati, zato vzemite pisalo in list papirja ter narišite okroglo mizo, saj imate le 3 minute časa preden se vrnem".</p>
15 min	2	<p><b>Individualno</b></p> <p>Udeleženci so sedaj na list papirja predvidoma narisali preprosto mizo z okroglo zgornjo ploskvijo (najpogostejša mentalna slika besedne zveze "okrogla miza"). Izvajalec ("šef, ki se je vrnil") nekaj izmed udeležencev vpraša, kakšna je ta okrogla miza in naj jo na kratko predstavijo ostalim udeležencem.</p> <p>Sledili bodo odgovori v smislu "okrogla" (če ni drugih, jih spodbudite s podvprašanji tipa "iz katerega materiala pa je", "za koga pa je", ipd.) in nato "lesena" (vprašajte, če cela), "velika" (vprašajte koliko), "za jedilnico" (vprašajte na primer za koliko ljudi), ipd.</p> <p>Cilj te prve faze je, da izvajalec udeležence pripelje do razmisleka o tem, da je naloga sicer na prvo žogo zelo preprosta, a je odgovor lahko zelo kompliciran. Okrogla miza je lahko tudi zelo kompleksna, in na tablo napiše nekatera vprašanja, ki jih je potrebno dogovoriti pri načrtu nove okrogle mize:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Iz kakšnega materiala je?</li><li>2. Kako velika je?</li><li>3. Za koliko ljudi?</li><li>4. Ima stole?</li><li>5. Kakšno opremo mora imeti (predale, multimedijo...)?</li><li>6. Koliko stane?</li><li>7. In najpomembnejše vprašanje: Za kakšen namen se bo uporabljala, zakaj jo pravzaprav potrebujem?</li></ol>

Trajanje	Diapozitiv	Opis
15 min	2	<p><b>Skupinska razprava</b></p> <p>Izvajalec pojasni, da tega žal niso imeli prilike vprašati, a da se verjetno strinjajo, da bi lahko nalogo opravili bistveno bolje, če bi lahko "šefa" vprašali te stvari. Povlečemo vzporednico z razvojem katerekoli inovativne rešitve: vedno moramo poznati potencialnega uporabnika rešitve, saj jo razvijamo za njegov konkreten problem!</p> <p>Za to, da ne "odkrivamo tople vode" izvajalec pove, da se vedno lahko obrnemo po nasvet na Internet in na podlagi predlogov preuredimo in spremenimo svojo inovativno rešitev za specifičnega uporabnika.</p> <p>Izvajalec prižge spletni brskalnik in v <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> vpiše "okrogla miza" ali "round table" ter odpre zavihek "Slike" ("Images"), da se pokažejo slikovni zadetki na to ključno besedo.</p> <p>Skupaj z udeleženci poskušajo odgovoriti na nekaj izmed zgornjih vprašanj za nekaj konkretnih slik, ki jih prikaže Google.</p> <p>Dodatno se sprašujemo, zakaj so dotične mize, ki jih pokaže Google, mize narejene tako kot so. Vprašamo, na primer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Za kakšen namen se jih uporablja?</li> <li>- Zakaj ima miza stabilne noge?</li> <li>- Zakaj je raztegljiva ali zložljiva?</li> <li>- Zakaj je nizka ali visoka?</li> <li>- Zakaj ima prt, zakaj je tako velika, zakaj ima stole, ipd.</li> </ul> <p>Ko skupaj z udeleženci izvajalec pogleda slike z začudenjem opozori na nekaj slik, na katerih je veliko ljudi in vpraša, zakaj so te slike med zadetki za "okroglo mizo"? Seveda je očitno, da gre za dogodek "okrogla miza".</p> <p>Izvajalec vpraša, ali je kdo izmed udeležencev na navodilo "skicirajte okroglo mizo" pripravil skico dogodka in ne fizične mize? Seveda bi bila taka rešitev tudi popolnoma pravilna in obstaja možnost, da je "šef" želel ravno to, torej načrt dogodka in ne fizične mize. Izvajalec poudari, da je pomembno, da dobro spoznamo uporabnika, sicer lahko delamo popolnoma napačne rešitve.</p>

Trajanje	Diapozitiv	Opis
30 min	3	<p><b>Skupinsko</b></p> <p>Udeleženci se razdelijo v skupine po 5.</p> <p>Izvajalec jim sedaj poda tako imenovani "design brief", v katerem opiše svojo dejansko potrebo po okrogli mizi (fizičnem izdelku, ne dogodku):</p> <p><i>Potrebujem okroglo mizo, za katero bo sedelo od 4 - 12 ljudi, vodilnih direktorjev našega velikega podjetja, ki se bodo pogovarjali o poslovanju podjetja. Pogosto bomo komunicirali tudi z gosti, ki se bodo oglašali iz tujine, uporabljali bomo prenosne računalnike. Sestanki bodo trajali tudi po 6 ur, sestankovali pa bomo predvidoma enkrat mesečno. V podjetju smo znani po tem, da spodbujamo inovativne, drugačne ideje, ki na ustvarjalen način nudijo kar se da enostavno in prijetno izkušnjo z našo novo okroglo mizo.</i></p> <p>Izdelajo naj specifikacijo in maketo fizičnega izdelka okrogle mize za konkretnega uporabnika z zgoraj opisanimi potrebami. Dodatna vprašanja niso mogoča, izvajalec pa lahko hodi med skupinami in jih spodbuja (z vprašanji "Zakaj" k drugačnim, inovativnim rešitvam, tveganju).</p> <p>Opombe za izvajalca:</p> <p>Skupina naj pripravi čim bolj plastično predstavitev, prototip, kako bi ideja dejansko izgledala. Uporabijo naj papir, karton, pisala, lepilo in prikažejo, kako bi rešitev izgledala. Lahko v obliki plakata, floris, risbe, makete, ipd..</p> <p>Vprašanja, s katerimi spodbudite skupine k razmisleku o vseh elementih te mize so na primer:</p> <p><i>Boste upoštevali, da se pri 4h sestanku uporabljajo prenosni računalniki?</i></p> <p><i>Če sestanek traja tudi 6 ur, ali so udeleženci vmes kaj lačni?</i></p> <p><i>Komunicirali bodo z gosti iz tujine, kako? Kaj potrebujejo za to?</i></p> <p><i>Koliko jih bo sedelo za mizo? Kaj to pomeni za velikost?</i></p> <p><i>Iz kakšnega material bo, kaj mislite koliko si lahko privošči podjetje?</i></p> <p><i>Kako pogosto bodo sestankovali? Kaj bo pa z mizo med sestanki?</i></p> <p><i>Kaj mora biti na mizi? (npr. mikrofoni, voda, imena, ...)</i></p> <p>Izvajalec naj spodbuja čim bolj dodelane, drugačne, tvegane rešitve.</p>

Trajanje	Diapozitiv	Opis
20 min	4	<p><b>Skupinsko</b></p> <p>Za svojo okroglo mizo (fizičen izdelek) skupina pripravi 5 minutni dogodek okrogla miza, na katerem predstavijo svojo rešitev (okroglo mizo kot izdelek). Pripravijo naj konkreten scenarij dogodka, čim bolj podroben.</p> <p>Skupinam izvajalec da navodila: Eden v skupini prevzame vlogo organizatorja dogodka, ki napove dogodek, predstavi izvajalca in udeležence, napove dolžino, cilj (predstavitve okrogle mize XY), in nato skrbi, da dogodek poteka v predvidenih časovnih okvirih.</p> <p>Drugi izmed udeležencev prevzame vlogo izvajalca dogodka, ki sedi poleg udeležencev in jih sprašuje glede okrogle mize (kot da on nič ne ve in sprašuje 3 strokovnjake, ustvarjalce te okrogle mize).</p> <p>Ostali so člani okrogle mize, ustvarjalci fizičnega produkta. Eden prevzame vlogo tehničnega direktorja (strokovnjak za tehnične elemente rešitve), drugi za poslovni vidik rešitve (kje, bodo prodajali, po kakšni ceni, kako bo organizirana distribucija) in tretji za uporabniški vidik (komu bo miza koristila, za koga - čim bolj konkreten opis ciljne publike - je narejena in katere konkretne težave uporabnikov naslavlja).</p>
30 min		<p><b>Predstavitve</b></p> <p>Pri skupini 20 bodo 4 predstavitve po 5 minut.</p> <p>Strogo se je potrebno držati časovnih okvirov in skupine, ki se jih ne, opozoriti, da gre za osnove (poslovnega) bontona, če se ne držijo dogovorjenega.</p>