



Nyhedsbrev

Arbejdet i projektgrupperne

Efter projektets kick-off 16. september 2008 mødtes projektgrupperne igen 7. oktober. Formålet var at få en klarere fornemmelse af i hvilken retning man ønsker at arbejde på de tre biblioteker.

På nuværende tidspunkt tegner der sig et billede af at man i Randers med musik som tema vil arbejde med de ældste børn i målgruppen (9-11-årige) og deres forældre. P.t. arbejder man på et brugerinddragelsesforløb i samarbejde med Stine Liv Johansen, Center for Playware.

I Aalborg, Vejgaard filialen arbejder man på ideen om en større fysisk instal-

lation i form af et skib—sørøver? Og en tilhørende prinsesse-ø. Installationen retter sig mod småbørnsfamilierne. Der planlægges en ekskursion til Frederikshavn.

I Århus arbejder man med ideen om at skabe en skattejagt/opdagelsesrejse i form af et ARG (alternate reality game) samt med ideen om en pulterkammer.

P.t. planlægges et par interne ideudviklingsworkshops, så intet er endeligt. Dog vil fokus være at lave en aktivitet der er engagerende for *hele* familien. Derudover arbejdes der med to brugerinddragelsesforløb v.h.a. metoden cultural probes (se info næste side). Endelig planlægges der en ekskursion til Moesgård museum. /jku



Fra kick-off den 16. september 2008 på ARoS Århus kunstmuseum

Strategi for projektets kommunikation

På projektmødet den 7. oktober 2008 blev der også diskuteret en kommunikationsplan for projektet. Det endelig udkast til en samlet kommunikationsstrategi præsenteres på styregruppemødet den 25. november 2008. Af beslut-

ninger på projektmødet kan der nævnes at mødeaktiviteten i skal holdes på et minimum, således at alle projektets timer ikke går til møder. I praksis betyder det at delprojektlederne vil mødes en gang om måneden og alle projekt-

deltagerne samles når det er nødvendigt. Endvidere er dette nyhedsbrev et tiltag på baggrund af mødet den 7. oktober 2008. Det er planen at nyhedsbrevet skal sendes ud månedligt til projektets styregruppe. /jku

Legende familier i biblioteket

Årgang 1, Nummer 1

31. oktober 2008

Punkter af særlig interesse:

- ☉ Der er den 28. oktober indgivet faglig og økonomisk status til Styrelsen for bibliotek og medier
- ☉ Der er lavet et skema til tidsregistrering i projektet. Det kan findes via projektets googledocs
- ☉ Der er nu ti biblioteker med i projektets inspirationsgruppe
- ☉ Udviklingen af projektets blog trækker ud på grund af travlhed i Århusgruppen

Hvad mener du? Debat og diskussion

Punkter til Styregruppemøde den 25. november i Randers?
(jku@aarhus.dk, senest 18. november 2008)

Legende familier i biblioteket

Hovedbiblioteket
Møllegade 1
8000 Århus C.

Telefon: 89 40 92 22
E-mail: jku@aarhus.dk

"If life doesn't offer a game worth playing, then invent a new one."
- Anthony J. D'Angelo



Leg nr. 1:

Mobiltelefonen brænder

Kategori: Nørdeleg

Alder: 6-? år

Antal: 2-10

Varighed: 10-67 min.

Materialer: To mobiltelefoner

En person skal gemme en mobiltelefon f. eks. i børnebiblioteket.

De andre skal nu finde den.

Dvs. de må ringe til den så de kan høre den. Det gælder om at finde den uden at ringe til den ret mange gange. Man skiftes til at være den der gemmer telefonen, ham der finder den flest gange har vundet.

Kilde: <http://fdf.dk/Kerneudvalg.nsf/>
/jku

Info: Cultural probes

Formålet med en "cultural probe" er at få viden om hvad ens brugere føler og oplever. Det kan man få ved at give dem et engangskamera og få dem til at afbillede deres hverdag eller ved at stille dem nogle opgaver de skal løse f.eks. i form af et spil.

Fordelen ved metoden er, at man på den måde kan få adgang til mere værdiladede udsagn, tanker og følelser, som man ikke kan observere eller spørge sig til.

Ulempen er omvendt, at det er en ganske ressourcetung metode; at sammensætte "probes", finde brugere og analysere data.

En vigtig faktor for brugernes enga-

gement er "overraskelsen" eller "gaveeffekten" og derfor er designet af "proben" vigtig.

Faser i processen

Sammensætte "proben" f.eks. Engangskamera, dagbog, spørgeskema, produktprøver, postkort.

Udleverer den til brugerne; "proben" åbnes - "overraskelsen".

Brugere anvender "proben" i en begrænset periode.

Det er meningen at "proben" skal ansprende tanker, diskussion og fastholde oplevelser.

"Proben" sendes tilbage til afsenderen, som skal behandle og analysere data.



Fotografi af cultural probes som de kan se ud i et traditionelt format

Feedback gives til brugerne så de ved, hvad de har bidraget til.

/jku