



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΙΓΑΙΟΥ

ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Δημιουργική Επανασχεδίαση Υπηρεσίας κοινωνικής
καινοτομίας με την χρήση μεθόδων του Co-Design

Διπλωματική Εργασία

Παπάζογλου Μυρσίνη

Dpsd16081

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Σπύρου Θωμάς

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Δαρζέντα Τζένη

Αργύρης Αρνέλλος

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία είναι εξ' ολοκλήρου δικό μου έργο και κανένα μέρος της δεν είναι αντιγραμμένο από έντυπες ή ηλεκτρονικές πηγές, μετάφραση από ξενόγλωσσες πηγές και αναπαραγωγή από εργασίες άλλων ερευνητών ή φοιτητών. Όπου έχω βασιστεί σε ιδέες ή κείμενα άλλων, έχω προσπαθήσει με όλες μου τις δυνάμεις να το προσδιορίσω σαφώς μέσα από την καλή χρήση αναφορών ακολουθώντας την ακαδημαϊκή δεοντολογία.

Copyright © Σύρος 2021 | Παπάζογλου Μυρσίνη

(..) "More and more often our protagonist thinks about her life project, or part of it, in a collaborative way. She discovers, or rather rediscovers, the strength in doing things together with other people."

(Ezio Manzini, Design when everybody designs.)

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ βαθιά όλους όσους αποτέλεσαν στήριγμα και πηγή έμπνευσης σε αυτό το τεράστιο ταξίδι.

Ευχαριστώ τους φίλους μου που με υποστηρίζουν πάντα από κοντά και από μακριά με την αγάπη τους όλα αυτά τα χρόνια.

Ευχαριστώ συγκεκριμένα την Χρύσα και την Έλενα, ξέρουν όλους τους λόγους γιατί.

Ευχαριστώ τον Τσαμπίκο που έχει πιστέψει σε εμένα περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο ποτέ.

Ευχαριστώ την μαμά μου.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μου, Σπύρου Θωμά για την υποστήριξη, την καθοδήγηση και τις συμβουλές του.

Τέλος ευχαριστώ την Μαρία, την Ειρήνη, την Μαντώ, τη Βασιλική, τη Σοφία, την Άντζελα, τον Αλέξανδρο και το Σταύρο για την πολύτιμη και ανιδιοτελή βοήθεια τους στην διεκπεραίωση του εργαστηριακού κομματιού αυτής της εργασίας.

Δεν θα ήταν το ίδιο χωρίς την συμβολή σας.

Πίνακας περιεχομένων

| | |
|---|-----------|
| 1. Κεφάλαιο 1 // Σχεδίαση Για Αειφορία | 13 |
| 1.1. Σύγχρονα Προβλήματα..... | 13 |
| 1.2. Προσδιορισμός της Αειφορίας..... | 14 |
| 1.3. Αειφορία στο χώρο της μόδας – Μελέτη περίπτωσης | 17 |
| 1.3.2. Αειφόρος μόδα | 18 |
| 1.3.3. Η Αειφορία στα "προϊόντα" της μόδας..... | 19 |
| 1.3.4. Μοντέλα και διαδικασίες | 21 |
| 1.3.5. Νέοι ρόλοι | 22 |
| 1.4. Σχεδίαση για Αειφορία..... | 22 |
| 1.4.1. Οι υπηρεσίες ως μια αειφόρος λύση | 23 |
| 1.4.2. Ακτιβισμός..... | 24 |
| 1.4.3. Ο ακτιβισμός στη μόδα..... | 24 |
| 1.4.4. Co-design | 25 |
| 1.4.5. Οι ρόλοι του Σχεδιαστή | 26 |
| 2. Κεφάλαιο 2 // Κοινωνική Καινοτομία | 27 |
| 2.1. Εισαγωγή..... | 27 |
| 2.2. Ορισμός Κοινωνικής Καινοτομίας | 27 |
| 2.3. Βασικές αρχές..... | 28 |
| 2.4. The social innovation journey | 29 |
| 2.5. Η Κοινωνική καινοτομία ως απάντηση σε περίπλοκα προβλήματα | 32 |
| 2.6. Η κοινωνική καινοτομία ως πλαίσιο σχεδίασης | 32 |
| 3. Κεφάλαιο 3 : Σχεδίαση Υπηρεσιών / Σύγχρονες Στρατηγικές Σχεδίασης | 34 |
| 3.1. Σχεδίαση Υπηρεσιών | 34 |
| 3.1.1. Εισαγωγή..... | 34 |
| 3.1.2. Αρχές Σχεδίασης Υπηρεσιών | 35 |
| 3.1.3. Τα οφέλη της Σχεδίασης Υπηρεσιών..... | 38 |
| 3.1.4. Η διαδικασία της Σχεδίασης Υπηρεσιών | 38 |
| 3.2. Η Σχεδίαση Υπηρεσιών ως μορφή κοινωνικής καινοτομίας | 42 |
| 3.2.1. Εισαγωγή..... | 42 |
| 3.2.2. Δημιουργικές κοινότητες | 43 |
| 3.2.3. Η κοινωνική καινοτομία στη Σχεδίαση Υπηρεσιών | 44 |
| 3.2.4. Ο ρόλος του Σχεδιαστή..... | 45 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 3.2.5. | Είδη αλληλεπίδρασης (top-down, bottom-up, middle top)..... | 46 |
| 3.3. | Συμμετοχική και Συνεργατική Σχεδίαση | 47 |
| 3.3.1. | Εισαγωγή και ορισμοί | 47 |
| 3.3.2. | Co-design // Η κατεύθυνση του μέλλοντος | 48 |
| 3.3.3. | Co-design // θετικά και προκλήσεις..... | 50 |
| 3.3.4. | Co-design // φάσεις | 52 |
| 4. | Κεφάλαιο 4 : Case study / The Loop Project | 54 |
| 4.1. | Εισαγωγή..... | 54 |
| 4.2. | Προβληματικός χώρος | 55 |
| 4.3. | Έρευνα πεδίου | 57 |
| 4.4. | Σχεδιαστικό brief, όραμα και πρόταση αξίας | 62 |
| 4.5. | Πρωτοτυποποίηση | 63 |
| 4.6. | Ρόλοι και κανόνες..... | 65 |
| 4.7. | Εταιρική ταυτότητα | 66 |
| 4.8. | Λειτουργικό πρωτότυπο | 70 |
| 4.9. | Εμπειρία χρήστη | 71 |
| 4.10. | Συμπεράσματα | 74 |
| 4.11. | Στρατηγική εξόδου..... | 78 |
| 4.12. | Κριτική αξιολόγηση project | 80 |
| 4.12.1. | Αποτελέσματα..... | 80 |
| 4.12.2. | Λάθη και παρατηρήσεις..... | 81 |
| 4.12.3. | Μια νέα ευκαιρία Σχεδίασης | 83 |
| 4.13. | Αρχικός Ιδεασμός επανασχεδίασης υπηρεσίας..... | 83 |
| 5. | Κεφάλαιο 5 : Σχεδιαστική Μεθοδολογία..... | 86 |
| 5.1. | Εισαγωγή..... | 86 |
| 5.2. | Σχετική ορολογία | 86 |
| 5.2.1. | Toolkits | 86 |
| 5.2.2. | Μεθοδολογία και Μέθοδοί..... | 89 |
| 5.2.3. | Prototyping..... | 89 |
| 5.2.4. | Σύνοψη..... | 91 |
| 5.3. | Στοιχεία διεκπεραίωσης ενός co-design workshop | 92 |
| 5.3.1. | Facilitator // Συντονιστής..... | 92 |
| 5.3.2. | People // Συμμετέχοντες | 94 |
| 5.3.3. | Δεκάλογος | 95 |
| 5.4. | Μεθοδολογική προσέγγιση | 97 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 5.4.1. | Προσδιορισμός μεθοδολογίας και φάσεις παρασκηνίου | 99 |
| 5.4.2. | Περιγραφή βημάτων | 101 |
| 6. | Κεφάλαιο 6 : Δημιουργική Επανασχεδίαση Υπηρεσίας | 115 |
| 6.1. | Εισαγωγή..... | 115 |
| 6.2. | Εφαρμογή του Co-design Workshop | 116 |
| 6.2.1. | Ανάλυση ανά βήμα μεθοδολογίας | 116 |
| 6.2.2. | Σύνοψη εφαρμογής co-design workshop..... | 125 |
| 6.3. | Αξιολόγηση | 126 |
| 6.4. | Πρόταση - Επανασχεδίαση Υπηρεσίας The Loop Project | 136 |
| 6.4.1. | Εισαγωγή | 136 |
| 6.4.2. | Ομοιότητες με την αρχική υπηρεσία | 136 |
| 6.4.3. | Περιγραφή νέας υπηρεσίας..... | 138 |
| 6.4.4. | Νέα στοιχεία..... | 139 |
| 6.4.5. | Εργαλεία..... | 145 |
| 7. | Κεφάλαιο 7 : Συμπεράσματα και Μελλοντικές Εξελίξεις | 148 |
| 8. | Αναφορές | 152 |

Πρόλογος

Με την πάροδο του χρόνου καθώς η βιομηχανική ανάπτυξη αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς και με μοναδικό αυτοσκοπό το κέρδος, προκύπτουν παράπλευρες απώλειες στην κοινωνία και στο περιβάλλον που αξίζει σαν σχεδιαστές να μελετήσουμε βαθύτερα. Ενώ γενικότερα ένας ατελής κύκλος σπάταλης κατανάλωσης αγαθών παρατηρείται στις δυτικές χώρες, σήμερα, όλο και περισσότερο φως πέφτει στην έννοια της Αειφορίας ως μια λύση τέλους αυτού του κύκλου.

Έτσι σε μια προσπάθεια για κοινωνία που σέβεται τα αγαθά και τα υπάρχοντα της και δεν εξαντλεί άσκοπα τους πόρους και τις δυνατότητες που έχει, εμφανίζονται νέες έννοιες και ρόλοι. Μικρές κοινότητες με μικρή εμβέλεια δράσης σε συνεργασία με σχεδιαστές και με γνώμονα τη γνώση και την αποφασιστικότητα εκτελούν μικρά καθημερινά θαύματα κατά του υπερκαταναλωτισμού, της ραγδαίας τεχνολογικής εξέλιξης και της μοναξιάς που βιώνει ο σύγχρονος άνθρωπος μέσα στους γοργούς ρυθμούς της καθημερινότητας. Ο ρόλος του σχεδιαστή μελετάται σε συνδυασμό με την σχεδίαση υπηρεσιών και τις δημιουργικές κοινότητες και νέες έννοιες και ερωτήματα αναδύονται. Μπορεί να σπάσει ο κύκλος του ατέρμονου καταναλωτισμού από τους ίδιους τους καταναλωτές; Είναι η κοινωνική καινοτομία μία απάντηση σε ένα πιο αειφόρο τρόπο ζωής; Μπορεί η γνώση, τα εργαλεία και οι μεθοδολογίες που βρίσκονται στο Σχεδιασμό να βοηθήσουν σε λύσεις για τόσο περίπλοκα κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά θέματα; Είναι η συμμετοχική Σχεδίαση με τους ανθρώπους για τους οποίους σχεδιάζουμε η λύση σε αυτό το ζήτημα μέσα απο στοχευμένες και επιτυχημένες νέες συνήθειες και δράσεις;

Η παρούσα διπλωματική εργασία βασίζεται σε μια προσωπική εμπειρία δημιουργίας μιας υπηρεσίας ανταλλαγής, πώλησης και επιδιόρθωσης ρούχων με εθελοντικό χαρακτήρα και στόχο να συνεισφέρει στην κοινωνική καινοτομία στη Σύρο. Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία φάνηκε να είναι αρκετά επιτυχημένη όμως δύο χρόνια μετά δεν έχει επαναληφθεί καμία δράση της. Τα προβλήματα στη κοινωνία τα οποία απαντούσε παραμένουν ως έχουν. Η έρευνα σκοπεύει να εξαντλήσει βαθύτερα τις έννοιες της Αειφορίας, της κοινωνικής καινοτομίας και του σχεδιασμού που αφορούν τη συγκεκριμένη δράση και να εισάγει μια νέα παράμετρο στο σχεδιασμό της, την συνεργατική σχεδίαση. (co-design) Έτσι με την βοήθεια των χρηστών της και της ενεργής κοινωνίας σήμερα, σκοπεύει να επανασχεδιάσει την υπηρεσία μαζί με τους χρήστες με στόχο να βρεθούν οι λόγοι αποτυχίας και να τεθούν θεμέλια για μια δημιουργική κοινότητα που υποστηρίζει και κρατά ζωντανές τις ενέργειες της.

Περίληψη

Η εξέλιξη της Σχεδίασης Υπηρεσιών ως ενός κλάδου που δημιουργεί υπηρεσίες με ολιστικό και ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα ανοίγει τον δρόμο για ένα μέλλον όπου οι εμπλεκόμενοι και οι χρήστες μιας υπηρεσίας θα έχουν τον πρώτο λόγο στον τρόπο δημιουργίας υπηρεσιών που τους υποστηρίζουν και τους αφορούν.

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως στόχο, μελετώντας την επιρροή της Συνεργατικής Σχεδίασης (co-design) στη Σχεδίαση Υπηρεσιών, να δημιουργήσει μια υπηρεσία βασισμένη στη κοινωνική καινοτομία η οποία θα σταθεί στη κοινότητα της Σύρου. Ταυτόχρονα πρωταγωνιστές της υπηρεσίας θα είναι οι ίδιοι οι κάτοικοι της περιοχής με τον ρόλο τους να μεταβιβάζεται από αυτόν του χρήστη σε αυτόν του συν-σχεδιαστή.

Με τα εργαλεία της Συνεργατικής Σχεδίασης και τους χρήστες της σε νέους ρόλους, μια υπάρχουσα υπηρεσία με όραμα την ηθική στον χώρο της μόδας και την εμπλοκή της κοινότητας σε εθελοντικές δράσεις, θα επανασχεδιαστεί και θα μετατραπεί σε ισχυρό εργαλείο προς έναν αειφόρο και συλλογικό τρόπο ζωής ενώ θα μένει σταθερά εξελισσόμενη στο πέρασμα του χρόνου.

Η Συνεργατική Σχεδίαση θα ενταχθεί σε μορφή πειραματικού εργαστηρίου και θα στοχεύει στην εμπλοκή των χρηστών της υπηρεσίας σε όλα τα σχεδιαστικά της στάδια με σκοπό την δημιουργία μιας καλύτερης εμπειρίας χρήστη, ώστε η υπηρεσία να ξανασταθεί ισχυρά στην κοινωνία της Σύρου.

Τέλος σκοπός αυτού του εργαστηρίου είναι και η κινητοποίηση των κατοίκων της κοινωνίας της Σύρου ώστε να προβούν προς ομαδικές δράσεις με περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς στόχους καθώς και η δημιουργία θεσμών στο κοινοτικό πλαίσιο με στόχο την συνολική του ευημερία, την δημιουργία κοινωνικών δραστηριοτήτων, την παρουσίαση νέων οικονομικών μοντέλων και την ανάπτυξη περιβαλλοντικής συνείδησης των μελών της.

Στόχοι διπλωματικής εργασίας

- Η μελέτη του χώρου της Αειφορίας στη σύγχρονη κοινωνία και η σύνδεση της με την Σχεδίαση και το ρόλο του Σχεδιαστή
- Την εξερεύνηση της έννοιας της κοινωνικής καινοτομίας ως γνώμονα για Σχεδίαση και τον προσδιορισμό της ως πλαίσιο για την υπηρεσία υπό επανασχεδίαση
- Την εμβάθυνση στους κλάδους της Σχεδίασης Υπηρεσιών και συγκεκριμένα της Συμμετοχικής Σχεδίασης για καλύτερη κατανόηση των αρχών και των μεθοδολογιών της ώστε να εφαρμοστούν οι πρακτικές της στο εργαστηριακό μέρος της εργασίας αυτής
- Την μελέτη περίπτωσης της υπηρεσίας *The Loop Project* η οποία εφαρμόζει πρακτικές Αειφορίας και χρησιμοποιεί την κοινωνική καινοτομία στην κοινότητα της Σύρου ως πλαίσιο
- Την διεξαγωγή εργαστηριακού πειράματος (co-design workshop) για τον εντοπισμό δεδομένων σχετικά με την επιρροή της Συνεργατικής Σχεδίασης στην Σχεδίαση Υπηρεσιών σκοπεύοντας στην επανασχεδίαση της υπηρεσίας *The Loop Project*.
- Την παρουσίαση μιας νέας και βελτιωμένης υπηρεσίας (*The Loop Project II*) με ανθρωποκεντρικό και αειφόρο χαρακτήρα βασισμένη στα αποτελέσματα του συνεργατικού εργαστηρίου

Δομή

Για την επιτυχία των στόχων της η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία σκοπεύει στην μελέτη σημαντικών εννοιών, στην ανάλυση μια μελέτης περίπτωσης και στην δημιουργία ενός συνεργατικού εργαστηρίου επανασχεδίασης υπηρεσιών ώστε να παρουσιάσει ένα βελτιωμένο και ενισχυμένο μοντέλο μια υπάρχουσας υπηρεσίας βασισμένη στην κοινωνική καινοτομία. Για την επιτυχία των στόχων αυτών η εννοιολογική δομή που ακολουθείτε έχει ως εξής :

Κεφάλαιο πρώτο

Σε αυτό το κεφάλαιο της διπλωματικής εργασίας γίνεται διερεύνηση και προσδιορισμός της Αειφορίας ως επιστημονικού κλάδου που πλαισιώνει και περιγράφει την υπό σχεδίαση υπηρεσία. Επισημαίνεται η συμβολή της στην βελτίωση σύγχρονων προβλημάτων και εισάγεται η μελέτη περίπτωσης της Αειφορίας στο χώρο της μόδας, ενός κλάδου που θα μας απασχολήσει ιδιαίτερα στα επόμενα κεφάλαια.

Κεφάλαιο δεύτερο

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας αναλύεται η έννοια της κοινωνικής καινοτομίας ως γνώμονα και πλαίσιο της υπό σχεδίασης υπηρεσίας. Αρχικά ορίζεται η κοινωνική καινοτομία και διερευνώνται οι βασικές αρχές που την χαρακτηρίζουν. Έπειτα δίνεται βάση στο ταξίδι της κοινωνικής καινοτομίας ως σειρά διαδικασιών που οδηγούν σε καινοτόμα αποτελέσματα σε κοινωνικές ανάγκες. Τέλος η κοινωνική καινοτομία παρουσιάζεται ως μια αποτελεσματική απάντηση σε σύγχρονα κοινωνικά προβλήματα που μας απασχολούν ως σχεδιαστές καθώς και ως ενεργό πλαίσιο στο οποίο μπορούμε να βασίσουμε την σχεδίαση προϊόντων και συστημάτων που αφορούν κοινωνικές ανάγκες.

Κεφάλαιο τρίτο

Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται η έννοια υπηρεσία και παρουσιάζεται ο κλάδος της Σχεδίασης Υπηρεσιών καθώς όπως και οι αρχές και τα οφέλη του στον Σχεδιασμό. Επιπλέον δίνονται παραδείγματα μεθοδολογικών διαδικασιών που χρησιμοποιούνται στον συγκεκριμένο επιστημονικό κλάδο. Έπειτα η Σχεδίαση Υπηρεσιών περιγράφεται ως εργαλείο προς δράσεις κοινωνικής καινοτομίας καθώς και εξερευνώνται σύγχρονοι και καινοτόμοι ρόλοι του Σχεδιαστή προς την κοινωνία. Τέλος ακολουθεί η ανάλυση και παρουσίαση του κλάδου της Συνεργατικής Σχεδίασης (*co-design*) μια πολλά υποσχόμενη προσέγγιση στη Σχεδίαση με πυρήνα την συμμετοχή, ενώ περιγράφονται τα θετικά, οι προκλήσεις και τα στάδια εφαρμογής της στον Σχεδιασμό Υπηρεσιών.

Κεφάλαιο τέταρτο

Σε αυτό το κεφάλαιο της εργασίας αναδύεται η υπηρεσία *The Loop Project* μια πρωτοβουλία κοινωνικής καινοτομίας στο νησί της Σύρου που ιδρύθηκε με σκοπό την δημιουργία εκδηλώσεων που προάγουν την ηθική μόδα και την αειφορία με την πώληση, την ανταλλαγή και την επιδιόρθωση ρούχων. Η υπηρεσία αυτή παρουσιάζεται ως μελέτη περίπτωσης στη έρευνα αυτής της εργασίας ως προς την επιρροή της Συνεργατικής Σχεδίασης στην Σχεδίαση Υπηρεσιών με στόχο την επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας με ενεργά ζητήματα και προκλήσεις.

Για αυτό το σκοπό η επιλεγείσα υπηρεσία της οποίας υπήρξα ενεργό και ιδρυτικό μέλος μπαίνει στο μικροσκόπιο και αναλύονται όλες οι πτυχές της ώστε να βρεθούν αδύναμα και δυνατά σημεία. Έπειτα η πληροφορία αυτή θα χρησιμοποιηθεί στο επόμενο πειραματικό στάδιο της εργασίας ώστε να προκύψει η στοχευμένη και δημιουργική επανασχεδίαση της με την βοήθεια και την συμμετοχή του μελλοντικού απευθυνόμενου κοινού της.

Κεφάλαιο πέμπτο

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η σχεδιαστική μεθοδολογία με την οποία προσεγγίζουμε το πειραματικό στάδιο της εργασίας. Αρχικά περιγράφεται η σχετική ορολογία και έπειτα σχεδιάζεται η στρατηγική δημιουργίας του συνεργατικού εργαστηρίου με τους χρήστες της υπηρεσίας με σκοπό την επανασχεδίαση της. Για την οργάνωση του εργαστηρίου μελετώνται σχετικές μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται στο χώρο της Σχεδίασης Υπηρεσιών και έπειτα προσδιορίζονται οι φάσεις και τα βήματα που θα ακολουθηθούν στο συγκεκριμένο εργαστήριο. Η μεθοδολογία που σχεδιάστηκε περιέχει γνωστές μεθόδους και εργαλεία συνδυασμένα σε ένα ειδικά προδιαγεγραμμένο σχέδιο βημάτων για την περίπτωση μας και αναμένεται να αποφέρει ένα διασκεδαστικό και δημιουργικό εργαστήριο σχεδίασης του οποίου τα αποτελέσματα θα επηρεάσουν θετικά την υπηρεσία της μελέτης περίπτωσης, *The Loop Project*.

Κεφάλαιο έκτο

Σε αυτό το κεφάλαιο πραγματοποιείται η επανασχεδίαση της υπηρεσίας. Αρχικά το συνεργατικό εργαστήριο επανασχεδίασης τίθεται σε εφαρμογή και αναλύονται τα αποτελέσματα του για κάθε βήμα της μεθοδολογίας. Έπειτα τα δεδομένα του εργαστηρίου αξιολογούνται περαιτέρω σε νέα ομάδα χρηστών. Τέλος συντάσσεται το πλάνο της νέας πρότασης για την υπηρεσία *The Loop Project* το οποίο περιγράφεται αναλυτικά.

Κεφάλαιο έβδομο

Στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο συνοψίζονται τα αποτελέσματα των προηγούμενων κεφαλαίων και αξιολογούνται βάση των στόχων που τέθηκαν στην αρχή της εργασίας. Επιπλέον συζητούνται μελλοντικές εξελίξεις που αφορούν και την νέα υπηρεσία αλλά και την επιρροή της Συνεργατικής Σχεδίασης σε μελλοντικές επανασχεδιάσεις υπηρεσιών κοινωνικής καινοτομίας.

1. Κεφάλαιο 1 // Σχεδίαση Για Αειφορία

1.1. Σύγχρονα Προβλήματα

“Ο πλανήτης μας πεθαίνει” μια φράση που τα τελευταία χρόνια έχει κατακλύσει τα κοινωνικά δίκτυα και έχει απασχολήσει την επιστημονική κοινότητα πυροδοτώντας αναζητήσεις για τον προσδιορισμό του προβλήματος καθώς και έντονη μελέτη επιστημονικών κλάδων όπως και αυτού της Σχεδίασης με σκοπό την αναζήτηση της πηγής του προβλήματος και πιθανές λύσεις βελτίωσης του.

Η κλιματική αλλαγή η εξάντληση των φυσικών μας πόρων, η παγκόσμια υπερθέρμανση, η συνεχής μείωση της βιοποικιλότητας και η ανθρώπινη υπερκατανάλωση είναι μερικά από τα μείζονα ζητήματα που περιγράφουν τη σύγχρονη πραγματικότητα.

Επιπρόσθετα, θέματα όπως η κοινωνική ανισότητα, ο υπερπληθυσμός και η στεγαστική ανασφάλεια δημιουργούν επιπλέον ζητήματα που συνολικά οδηγούν σε φυσικές και μη καταστροφές. Η πρόσφατη πανδημία του COVID-19 αποτελεί παράδειγμα του κινδύνου αποκάλυψης νέων θανατηφόρων ζωνοσογόνων νόσων και τα παραπάνω προβλήματα συνεισφέρουν αναμφίβολα σε αυτό. (Brandon Specktor, 2021) Επιπλέον οι φτωχές συνθήκες διαβίωσης σε μη δυτικές χώρες έχουν εκτοξευθεί με το Oxfam να δηλώνει 11 θανάτους από πείνα το λεπτό, ξεπερνώντας και τα ποσοστά θνησιμότητας του κορονοϊού.

Συνολικά οι αναρίθμητες αναφορές του περιβαλλοντικού μας αντίκτυπου δείχνουν όλο και μεγαλύτερη καταστροφή του πλανήτη η οποία με την σειρά της μας επηρεάζει σε κοινωνικά επίπεδα περισσότερο από ποτέ. Έτσι και η αλλαγή προς έναν πιο Αειφόρο τρόπο ζωής σε προσωπικό και κοινωνικό επίπεδο είναι κρίσιμης σημασίας. Ένα πρόβλημα τέτοιων διαστάσεων είναι αυτονόητο πως επηρεάζει αναρίθμητες πτυχές της σύγχρονης ζωής μας. Από την μόδα, στον κόσμο των επιχειρήσεων μέχρι και στην Σχεδίαση η στροφή προς την Αειφορία τίθεται ως μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις του 21^{ου} αιώνα ώστε τα βήματα προς μια συλλογική προσπάθεια ανατροπής των σημερινών δεδομένων προς το καλύτερο να μην αργήσουν περισσότερο.



Εικόνα 1 – *Our planet is dying*, Δημιουργικό κολλάζ

1.2. Προσδιορισμός της Αειφορίας

Στον κόσμο της υπερκατανάλωσης, της υπερ-πληροφόρησης και της εξάντλησης στο έπακρο κάθε πηγής φυσικής και μη που μας προσφέρει η Γη μας, αναδύεται μια πολύ σημαντική έννοια αυτή της Αειφορίας. Η Αειφορία όπως και η Σχεδίαση δεν είναι εύκολο να οριστούν περιφραστικά καθώς το εύρος τους αγγίζει παραπάνω από μια πτυχές της σύγχρονης ζωής αυξάνοντας την περιπλοκότητα τους.

Ένας από τους πρώτους και ιδιαίτερα διαδεδομένους ορισμούς για την Αειφορία αναφέρθηκε μόλις το 1987 από την επιτροπή *Gro Harlem Brundtland* και θέτει την Αειφόρο ανάπτυξη ως : την ανάπτυξη που συναντά τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες.

Με απλουστευμένα λόγια δηλαδή η Αειφόρος ανάπτυξη υποστηρίζει ενέργειες που δεν οδηγούν την ανθρωπότητα σε ένα χειρότερο αύριο.

Μια απολύτως σημαντική πλευρά της Αειφορίας που θέτει ισχυρά θεμέλια για σκέψη και συντονίζεται με την Σχεδίαση και το *Design*

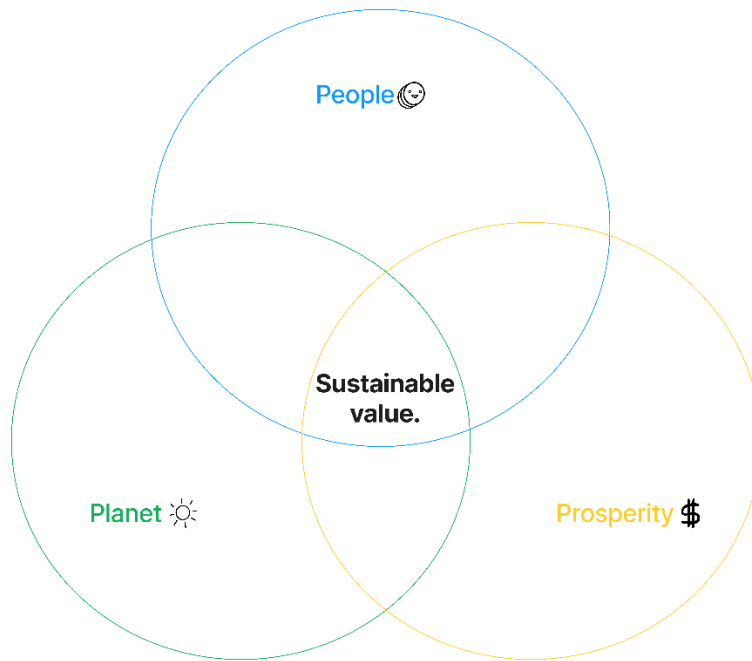
Thinking είναι ο συστημικός της χαρακτήρας. Εδώ βρίσκεται και ο πυρήνας του γιατί η Αειφορία και η προστασία του περιβάλλοντος είναι κρίσιμης σημασίας για κάθε τομέα της ζωής μας και γιατί και η Σχεδίαση και ο κλάδος των επιχειρήσεων είναι στενά συνδεδεμένοι με αυτήν.

Όπως αναφέρει και ο *Nathan Shedroff* στο βιβλίο του *Design is the Problem* (2009) "Ακόμη και αν νοιάζεστε μόνο για τους ανθρώπους, για την ευημερία τους χρειάζεται και η ευημερία του περιβάλλοντος - συστήματος στο οποίο κατοικούν. Και αυτό το περιβάλλον που αναφέρουμε δεν περιορίζεται στο πλανήτη Γη αλλά εμπεριέχει όλο το σύστημα στο οποίο ανήκουμε σαν άνθρωποι - τις κοινωνίες μας, τις αξίες μας και την κουλτούρα που μας περιγράφει"

Έτσι συμπεραίνεται πως για να υπάρχει Αειφορία πρέπει να παρουσιάζεται και μια δυναμική και υγιής ισορροπία μεταξύ τριών συστημάτων, του ανθρωπίνου συστήματος (που περιλαμβάνει την ποικιλομορφία του ατόμου, την κουλτούρα, τα θέλω και τις ανάγκες μας) του φυσικού συστήματος (που περιγράφει το φυσικό περιβάλλον μας, δηλαδή τη Γη που κατοικούμε) και του οικονομικού συστήματος (δηλαδή των αλληλεπιδράσεων που μας ορίζουν σαν λειτουργική οικονομική κοινωνία με επιχειρήσεις και οικονομικούς μηχανισμούς).

Triple Bottom Line of Sustainability

Αυτές οι τρεις πτυχές της ζωής και η συνεργασία τους για Αειφόρα αποτελέσματα και συνολική ευημερία περιγράφεται στη βιβλιογραφία από ένα πολύ γνωστό σχεδιάγραμμα το TBL - *Triple Bottom Line of Sustainability* που ορίστηκε 25 χρόνια πριν από τον *John Elkington*. Έκτοτε πολλαπλά μεθοδολογικά εργαλεία και προσεγγίσεις παρουσίασαν εξελιγμένα μοντέλα και εναλλακτικές όμως η καθαρή εικόνα του TBL συνεχίζεται να είναι το πιο ευρέως διαδεδομένο σχεδιάγραμμα των τριών κεφαλαίων της Αειφορίας σήμερα. Πιο συγκεκριμένα, το TBL χρησιμοποιείται για να μετρήσουμε ή να προσδιορίσουμε την Αειφόρο ανάπτυξη ενός οργανισμού ή μιας υπηρεσίας.



Εικόνα 2 – Διάγραμμα TBL (Triple Bottom Line of Sustainability)

Το πρώτο από τα στοιχεία του σχεδιαγράμματος είναι ο άνθρωπος (κοινωνία) όπου εμπεριέχει το κοινωνικό αντίκτυπο που έχει ένας οργανισμός προς όλους τους ανθρώπους από τους οποίους περιβάλλεται ή στους οποίους απευθύνεται. Κάποιες αυτονόητες έννοιες που είναι κρίσιμο να βρίσκονται σε αυτό το κύκλο είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα, η προαγωγή της διαφορετικότητας ή ισότητα και η πρόσβαση στις πρωταρχικές ανάγκες (φαγητό, ύπνος κ.α) από όλους ανεξαρτήτως.

Το δεύτερο στοιχείο είναι ο πλανήτης Γη και η επιπτώσεις ενός οργανισμού σε αυτόν. Δυστυχώς στον 21^ο αιώνα δεν είναι ακόμα αυτονόητος ο σεβασμός και η προσοχή που είναι απαραίτητο να δοθεί στο περιβάλλον που μας υποστηρίζει σαν κοινωνίες και σαν άτομα. Η μείωση του περιβαλλοντικού μας αποτυπώματος είναι κρίσιμης σημασίας εάν αποζητούμε μια Αειφόρο ανάπτυξη για τους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις μας.

Τέλος το τρίτο στοιχείο που ενώνει τους τρεις κύκλους είναι το "κέρδος" που αναφέρεται ταυτόχρονα και στο οικονομικό όφελος αλλά και στην ανάπτυξη ενός οργανισμού με σεβασμό στους δύο προηγούμενους πυλώνες και με αποφυγή να γίνει αυτοσκοπός.

Κλείνοντας όσο αυτονόητη και αν είναι η εφαρμογή της, ο ορισμός και η επιτυχία της Αειφορίας και της Αειφόρου ανάπτυξης συνεχίζει να

αποτελεί από τις σημαντικότερες προκλήσεις σήμερα καθώς η πολυπλοκότητα και η συστημική φύση του προβλήματος απαιτούν συνεχή κόπο και επαναπροσδιορισμό ώστε να προχωρήσουμε προς ένα καλύτερο μέλλον.

1.3. Αειφορία στο χώρο της μόδας – Μελέτη περίπτωσης

1.3.1. Εισαγωγή

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως η Αειφορία απασχολεί σχεδόν όλους τους τομείς της ζωής μας. Λόγω της φύσης αυτής της διπλωματικής εργασίας και καθώς το πειραματικό της μέρος βασίζεται στην επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας κοινωνικής καινοτομίας που αφορά κατά πολύ την ηθική μόδα και την δημιουργία μιας πρωτοβουλίας με σκοπό να αφήσει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον, θα αναλύσουμε σε αυτό το κεφάλαιο τους τρόπους με τους οποίους στέκεται η μόδα στο πλαίσιο της Αειφορίας.

Η μόδα είναι ένα κεφάλαιο της ανθρώπινης ζωής και καθημερινότητας που συνεισφέρει στον ορισμό του ποιοι είμαστε σαν άτομα, βοηθώντας μας να δημιουργήσουμε ψυχολογικές και κοινωνικές συνδέσεις, να πούμε την ιστορία μας, να εκφραστούμε καλλιτεχνικά και να προσδιοριστούμε ατομικά και σε ομάδες.

Δυστυχώς όμως η μόδα περιγράφεται σήμερα και από μια σκοτεινότερη πτυχή. Η βιομηχανία της μόδας όπως αναφέρεται και στο πολυσυζητημένο ντοκιμαντέρ "True cost" αποτελεί την δεύτερη πιο ρυπογόνα βιομηχανία μετά από αυτήν του πετρελαίου.

Ο υπερκαταναλωτισμός, η κουλτούρα των εφήμερων trends και η ατέλειωτη βασιλεία των αλυσίδων της γρήγορης μόδας (= η τεραστίων ταχυτήτων απορρόφηση και παραγωγή ενδυμάτων και αξεσουάρ από φθηνά υλικά και φτιαγμένα με πολύ χαμηλό κόστος με μηδενικό σεβασμό προς τους εργαζόμενους και το περιβάλλον από τα εργοστάσια προς τα καταστήματα) (Γιαννακοπούλου Χαρά,2019) αποτελούν κάποιους από τους κρισιμότερους λόγους αυτού του τρομακτικού στατιστικού.

Έτσι λοιπόν είναι προφανές πως η Αειφορία παρουσιάζει ένα ιδιαίτερα απαιτητικό εργαλείο στην βιομηχανία της μόδας καθώς δίνει εφόδια και εργαλεία για ολιστική αλλαγή και επαναπροσδιορισμό των βλαβερών πτυχών της συστημικά.



Εικόνα 3 – Fast fashion madness, Δημιουργικό κολλάζ για το χώρο της μόδας

1.3.2. Αειφόρος μόδα

Ως απόρροια των επιπτώσεων της γρήγορης μόδας και του αχαλίνωτου καταναλωτισμού μια νέα σειρά πρωτοβουλιών και ενεργειών βασισμένες στην Αειφορία στο χώρο της μόδας έχει εμφανιστεί την τελευταία δεκαετία. Ηθικές επιλογές καλλιέργειας και επεξεργασίας των πρώτων υλών, βιώσιμες συνθήκες εργασίας καθώς και υπηρεσίες και οργανισμοί με κέντρο την Αειφορία είναι κάποιες από αυτές. Όμως δυστυχώς η προσπάθεια για ένα πιο πράσινο μέλλον στην βιομηχανία της μόδας συνεχίζει να καταρρίπτεται από τον ατέλειωτο καταναλωτισμό που περιγράφει τον σύγχρονο άνθρωπο καθώς και σύμφωνα με το ίδρυμα Ellen MacArthur (2017) ο αριθμός ενδυμάτων που πωλήθηκε παγκοσμίως από το 2000 μέχρι το 2015 διπλασιάστηκε.

Στο βιβλίο τους *Fashion & Sustainability* οι Kate Fletcher και Lynda Grose (2011) παρουσιάζουν τρία μέρη της βιομηχανίας της μόδας που με πυλώνα την Αειφορία μπορούν να επιφέρουν σημαντικές αλλαγές στο

χώρο προσφέροντας ταυτόχρονα αμέτρητες ευκαιρίες για Σχεδίαση και δίνοντας πάτημα για μια νέα εποχή που θα σέβεται το περιβάλλον, θα ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη και θα υποστηρίζει τις ανθρώπινες και κοινωνικές μας ανάγκες. Οι τρεις αυτές κατηγορίες είναι τα προϊόντα της μόδας, η σχεδίαση των οικονομικών και επιχειρηματικών μοντέλων και δομών της μόδας και τέλος ο επαναπροσδιορισμός των ρόλων των σχεδιαστών και των εμπλεκομένων στην βιομηχανία.

1.3.3. Η Αειφορία στα "προϊόντα" της μόδας

Ξεκινώντας η πιο προφανής κατηγορία στην βιομηχανία της μόδας της οποίας οι καταστροφικές συνέπειες για το περιβάλλον είναι τεράστιες αλλά περιέχει εξίσου και ένα μεγάλο χώρο για βελτίωση και νέες πράσινες ενέργειες είναι αυτή των προϊόντων της μόδας. Η βάση λοιπόν που αποτελεί και το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι η ατέλειωτη μανία για απόκτηση όλο και περισσότερων ρούχων και αξεσουάρ με την μόδα των trends να ξεπερνάει την διαχρονικότητα και την ποιότητα στον βωμό της υπερκατανάλωσης.

Οι ευκαιρίες για βιωσιμότητα στην κατηγορία αυτή περιγράφονται από ολόκληρο τον κύκλο ζωής των ρούχων. Ξεκινώντας από την παραγωγή των πρώτων υλών όπου αναζητούμε ηθική παραγωγή και συνθήκες εργασίας στην καλλιέργεια νέων μη χημικών υλικών για υφάσματα και καταλήγοντας στην επαναχρησιμοποίηση ή τον επαναπροσδιορισμό των υπάρχοντων ενδυμάτων που ήδη κατέχουμε στις ντουλάπες μας η Αειφορία αποτελεί επιλογή και όχι πρόβλημα.

Νέες τεχνικές για παραγωγή βιώσιμων υφασμάτων όπως και ηθικές συνθήκες εργασίας ειδικότερα στις μη δυτικές χώρες είναι κάποια από τα ανθρώπινα και κοινωνικά δικαιώματα που πρέπει να υποστηρίζουμε απέχοντας από την ευκολία και τον υπερκαταναλωτισμό της γρήγορης μόδας που τρέφει ακριβώς τις αντίθετες πρακτικές.

Κυκλική οικονομία

Μια ευρέως διαδεδομένη έννοια που αποτελεί πρόταση για ηθική χρήση των προϊόντων της μόδας που έχουν ήδη δημιουργηθεί και άρα δεν μπορούμε να ελέγξουμε σε αυτό το σημείο την Αειφορία στο τρόπο παραγωγής και πώλησης τους είναι η Κυκλική οικονομία. Η Κυκλική οικονομία ορίζεται από κλειστούς κύκλους στην ζωή ενός προϊόντος με

σκοπό την επιτυχία πολλαπλών κύκλων ζωής η την βιοδιάσπαση του όπως ορίζεται και στο γνωστό μοντέλο Cradle to Cradle από τους McDonough και Braungart (2002). Συγκεκριμένα αναφερόμαστε στην δημιουργία νέων βιολογικών η τεχνικών κύκλων του προϊόντος μετά από τον προκαθορισμένο κύκλο χρήσης του.

Σύμφωνα με την Kirsi Niinimäki (2018) στο βιβλίο της *Sustainable Fashion in a Circular Economy* το μοντέλο της κυκλικής οικονομίας στην μόδα σκοπεύει στην ανάπτυξη ενός Αειφόρου και κλειστού συστήματος όπου ο στόχος είναι να επεκταθεί ο χρόνος χρήσης των ενδυμάτων και να διατηρηθεί η αξία των προϊόντων και των υλικών τους για όσο μεγαλύτερο χρονικό διάστημα γίνεται. Αυτό σημαίνει συνεχείς κύκλους ανακύκλωσης υλικών και προϊόντων και δημιουργία νέων κύκλων ζωής στα ενδύματα είτε με την αρχική τους μορφή είτε με επαναπροσδιορισμό αυτής.

Ένα μοντέλο που περιγράφει αναλυτικά τις αρχές αυτές έχει προσδιοριστεί από την RSA (Royal Society for the Encouragement of Arts) και επεξηγεί ένα σύστημα 4 κλειστών κύκλων.



Εικόνα 4 – The Four Models of DCE, Design in a Circular Economy (RSA, 2016)

Ο πρώτος κύκλος αναφέρεται στην συμπεριφορά καταναλωτή όπου ο στόχος είναι η χρήση των προϊόντων για όσο περισσότερο γίνεται. Στο δεύτερο κύκλο εισάγει επιχειρηματικά μοντέλα και υπηρεσίες που βοηθούν στην επαναχρησιμοποίηση η επανένταξη του αντικειμένου σε νέες προϊόντικές ζωές. Έπειτα στον τρίτο κύκλο αναφέρεται στην τροποποίηση του προϊόντων ή το *upcycling* δίνοντας του νέα μορφή και λειτουργικά χαρακτηριστικά. Και τέλος στον τελευταίο κύκλο δίνεται βάση στην ανάκτηση του υλικού των ενδυμάτων που αποτελεί το προϊόν με νέους τρόπους παραγωγής και χρήσης αποβλήτων για κατασκευή νέων ινών και νημάτων.

Στην υπηρεσία που θα αποτελέσει μελέτη περίπτωσης αυτής της διπλωματικής εργασίας και την οποία θα επανασχεδιάσουμε η κυκλική οικονομία αποτελεί βασικό πυλώνα. Όπως θα δούμε και στα επερχόμενα κεφάλαια το *The Loop Project* επενδύει στην επαναχρησιμοποίηση, την τροποποίηση και την δημιουργία κύκλων ζωής σε ενδύματα και αξεσουάρ συμβάλλοντας στην ηθική μόδα και αναδεικνύοντας έναν τρόπο ζωής που συμβαδίζει με τις αρχές της Αειφορίας.

1.3.4. Μοντέλα και διαδικασίες

Σε αυτή την κατηγορία αναφερόμαστε κυρίως σε ολική μετατροπή των συστημάτων και των παραδοσιακών μοντέλων λειτουργίας στο χώρο της μόδας. Πέρα από την καινοτομία και την βελτίωση στα προϊόντα της μόδας ακόμη μεγαλύτερης σημασίας είναι η εύρεση Αειφόρου τρόπου λειτουργίας των ίδιων της των δομών. Από την παραγωγή, στις επιχειρήσεις μέχρι και στην συμπεριφορά του ίδιου του καταναλωτή, για καινοτομία και ριζική αλλαγή προς ένα καλύτερο μέλλον απαιτείται συστημική προσπάθεια και ολιστική αλλαγή της οπτικής μας στον τρόπο που λειτουργεί ο κόσμος. Ιδιαίτερα σαν σχεδιαστές μπορούμε να γίνουμε ενεργά μέλη τέτοιων πρωτοβουλιών και να συνεισφέρουμε στον δρόμο για Αειφορία στον χώρο της μόδας και όχι μόνο.

Λαμπρά παραδείγματα αποτελούν υπηρεσίες, επιχειρήσεις και πρωτοβουλίες που αφορούν διάφορες καινοτόμες ιδέες για μια πιο ηθική προσέγγιση στη μόδα. Κάποια από τα χαρακτηριστικά που υποστηρίζουν και περιγράφουν τέτοιες ενέργειες είναι η προσαρμοστικότητα στα ενδύματα ώστε να έχουν πάνω από μια χρήσεις, η προαγωγή νέων κύκλων χρήσης σε διαφορετικά πλαίσια, η δημιουργία συναισθηματικών συνδέσεων με τα αντικείμενα μέσω διαφόρων υπηρεσιών και τεχνικών

και η εκμάθηση σωστής διαχείρισης και νοοτροπίας στην χρήση των ενδυμάτων ώστε να αποφευχθεί η γρήγορη φθορά τους.

1.3.5. Νέοι ρόλοι

Είναι σχεδόν αυτονόητο πως μια νέα κουλτούρα ηθικών και αειφόρων συνηθειών που υποστηρίζεται από επιχειρηματικά μοντέλα και διαδικασίες είναι αδύνατον να υποστηριχθεί χωρίς τον ανθρώπινο παράγοντα. Ο ρόλος του ανθρώπου και η ατομική του ευθύνη, των ειδικών του χώρου και των σχεδιαστών μπορεί να μεταλλαχθεί στους δύσκολους αυτούς καιρούς και να υιοθετήσει συνήθειες που σέβονται την προστασία του περιβάλλοντος και τα κοινωνικά θέλω και δικαιώματα ενώ συνεχίζει να προάγει καινοτόμους τρόπους οικονομικής ανάπτυξης. Έτσι αναδύονται μη αναμενόμενοι τρόποι και πιθανότητες μεταμόρφωσης των παραδοσιακών λειτουργιών και υπηρεσιών στο χώρο.

Αυτοί οι νέοι τρόποι δουλειάς θέτουν νέους ρόλους στους σχεδιαστές οι οποίοι εμπλέκονται όλο και βαθύτερα με την κουλτούρα και τους θεσμούς της με τέτοιο τρόπο ώστε μακροπρόθεσμα να ανοίγεται μια τεράστια πιθανότητα και ευκαιρία για πλήρης συστημική αλλαγή εκ των έσω. Οι σχεδιαστές λειτουργούν πια με αυτούς τους νέους ρόλους ως εκπαιδευτές, ακτιβιστές, συντονιστές και επιχειρηματίες αντιπροσωπεύοντας διαφορετικές αξίες στην *mainstream* κουλτούρα του σχεδιασμού δημιουργώντας ευκαιρίες για προσωπική, επαγγελματική, κοινωνική και περιβαλλοντική Αειφορία. (K.Fletcher,2011)

1.4. Σχεδίαση για Αειφορία

Κλείνοντας το τελευταίο κεφάλαιο αναφέραμε τους νέους ρόλους του Σχεδιαστή στο νέο κύμα προσπάθειας για Αειφορία στο χώρο της μόδας. Πρώτου αναλύσουμε αυτούς τους ρόλους θα αναφέρουμε πως η Σχεδίαση για Αειφορία αποτελεί ανάγκη και ευκαιρία στην σύγχρονη καθημερινότητα.

Ξεκινώντας η Σχεδίαση είναι μια πολύπλοκη δραστηριότητα που αφορά την δημιουργία νέων λύσεων και προτάσεων για διαδικασίες, προϊόντα, υπηρεσίες και εφαρμογές με καινοτόμους και λειτουργικούς τρόπους. Επιπλέον βασικό της στοιχείο είναι πάντα η βαθιά κατανόηση των αναγκών και των προβλημάτων των ανθρώπων με στόχο την παραγωγή λύσεων για βελτίωση της ζωής και της καθημερινότητας τους.

Στην σύγχρονη όμως πραγματικότητα που αναφέραμε με όλα αυτά τα επερχόμενα ζητήματα η επιτυχημένη Σχεδίαση δεν μπορεί να μην είναι διαμορφωμένη με σεβασμό προς τους πελάτες, τους χρήστες, τους ανθρώπους, την αγορά, τις εταιρίες, τις μάρκες, το περιβάλλον, τις κουλτούρες, τα υλικά και το πλαίσιο στα οποία αναφέρεται. Η καλή Σχεδίαση επιπλέον έχει μέλλον και το μέλλον αυτό είναι Αειφόρο. (Nathan Shedroff, 2009)

Καταλήγουμε λοιπόν πως η Σχεδίαση μοιράζεται με την Αειφόρο ανάπτυξη έναν αριθμό κοινών στοιχείων αφού και οι δύο έννοιες αναζητούν μια συστημική και ολιστική οπτική ενώ η μία έχει τα εφόδια να συμπληρώσει την άλλη στην προσπάθεια για ένα καλύτερο μέλλον.

1.4.1. Οι υπηρεσίες ως μια αειφόρος λύση

Στην συγκεκριμένη διπλωματική εργασία πρόκειται να μας απασχολήσει ιδιαίτερα η έννοια της υπηρεσίας και της σχεδίασης της ως επιστημονικός κλάδος. Ενώ βαθύτερη επεξήγηση και ορισμός θα δοθεί στα επόμενα κεφάλαια για να κατανοήσουμε γιατί μια Υπηρεσιακή λογική μπορεί να είναι η απάντηση προς Αειφορία σε πολλά σύγχρονα ζητήματα θα δώσουμε μια μικρή περιγραφή. Η υπηρεσία λοιπόν είναι μια λύση που εκπληρώνει κάποια ανάγκη χωρίς απαραίτητα την εμπλοκή ενός φυσικού προϊόντος. Στην Σχεδίαση Υπηρεσιών οι σχεδιαστές απασχολούνται με όλο το σύστημα που επηρεάζει την λύση αυτής της ανάγκης, από τους εμπλεκόμενους, στους χρήστες της υπηρεσίας και στις αλληλεπιδράσεις και τα φυσικά και μη στοιχεία που την απαρτίζουν.

Μια προσέγγιση με κέντρο την Σχεδίαση Υπηρεσιών όχι μόνο μπορεί να βοηθήσει στην παραγωγή νέων λύσεων σε υπάρχοντα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα αλλά και να οδηγήσει σε καινοτόμες λύσεις που μια βασισμένη σε προϊόντα λογική δεν θα μπορούσε ποτέ να καταφέρει.

Συγκεκριμένα στο χώρο της μόδας και στην προσπάθεια προς ηθικές και βέλτιστες προς την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον λύσεις οι υπηρεσίες υπόσχονται δυνατά αποτελέσματα. Για αρκετά χρόνια τώρα πολλές επιχειρήσεις στρέφονται σε μια λογική βασισμένη στις υπηρεσίες και όχι στα προϊόντα αφού φαίνεται να προσφέρουν την καλύτερη προοπτική για βιωσιμότητα. Σύμφωνα με την K.Fletcher (2011) η Σχεδίαση Υπηρεσιών μπορεί να δουλέψει με τις νέες τεχνολογικές εξελίξεις και τα επερχόμενα ζητούμενα του χώρου της μόδας και να δημιουργήσει αειφόρα μοντέλα προς νέες διαστάσεις.

Από υπηρεσίες επιδιόρθωσης ενδυμάτων, σε εργαστήρια σχεδίασης *half-made clothes* (ρούχα που σχεδιάζονται με τους χρήστες από ημι-έτοιμα κομμάτια δημιουργώντας συναισθηματική εμπλοκή και ευκαιρία εκμάθησης δεξιοτήτων) και υπηρεσίες ενοικίασης η μόδα αλλάζει και μεταμορφώνεται πέρα από την δύναμη των αντικειμένων. Λαμπρό παράδειγμα αποτελεί η πρωτοβουλία του *Junky Styling* μιας από τις πρώτες υπηρεσίες επαναχρησιμοποίησης απορριμμάτων ρούχων που ίδρυσε τον όρο *Wardrobe surgery* (2009) επανασχεδιάζοντας φορεμένα και παλιά ρούχα με τους χρήστες τους σε νέα διορθωμένα όμορφα κομμάτια.

1.4.2. Ακτιβισμός

Ο ακτιβισμός στην Σχεδίαση είναι ακόμα μία έννοια που σχετίζεται με την προσπάθεια για Αειφορία στο χώρο. Όπως ορίζεται από τον *Alastair Fuad-Luke* (2009): Ο Ακτιβισμός στην Σχεδίαση είναι το *Design Thinking*, η φαντασία και η πρακτική που εφαρμόζεται εν γνώση η εν άγνοια μας για τη δημιουργία μιας αντί-αφήγησης με στόχο τη δημιουργία και εξισορρόπηση της θετικής κοινωνικής, θεσμικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής αλλαγής στο κόσμο.

Μέσα στο φάσμα του Ακτιβισμού στην Σχεδίαση συναντάμε διάφορες μορφές της και κινήματα όπως την Συνεργατική και τη Συμμετοχική Σχεδίαση δύο έννοιες που θα μας απασχολήσουν ιδιαίτερα στην συνέχεια της εργασίας.

Λειτουργώντας λοιπόν έξω από το κουτί, και υιοθετώντας πρακτικές που αντιτίθενται στον αχαλίνωτο καταναλωτισμό ο Ακτιβισμός προκαλεί του σχεδιαστές να επιφέρουν καινοτόμες και δημιουργικές λύσεις που θα επιτελούν κοινωνικό και περιβαλλοντικό έργο ταυτόχρονα με την ικανοποίηση των αναγκών των ανθρώπων.

1.4.3. Ο ακτιβισμός στη μόδα

Όπως και ο ακτιβισμός στην Σχεδίαση ο Ακτιβισμός στην μόδα αποτελεί μια πολιτικοκοινωνική και συμμετοχική δραστηριότητα που προωθεί στους καταναλωτές καινοτόμους και ανεξάρτητους τρόπους δράσης προς την βιομηχανία της μόδας. Με την δημιουργία καναλιών επικοινωνίας, υπηρεσιών, επιχειρήσεων και δημιουργικών εργαστηρίων συμπεριφορά των καταναλωτών με κοινό στοιχείο την δράση αντίθετα στην υπερκατανάλωση ακολουθώντας έναν πιο Αειφόρο τρόπο και μια

διαφορετική προσέγγιση προς την μόδα. Μία στενά συνδεδεμένη έννοια με τον ακτιβισμό στη μόδα είναι και το "Fashion Hacking" που αντιπροσωπεύει το "χακάρισμα" ενός υπάρχοντος ενδύματος σε μια νέα μορφή ή η απόδοση ενός εντελώς διαφορετικού νοήματος σε αυτό. Όλες οι νέες αυτές εκδοχές και προσεγγίσεις της μόδας αποτελούν σημαντικούς πυλώνες στην σύγχρονη κοινωνία ενώ αναμφίβολα δίνουν τροφή για σκέψη με δημιουργικές ευκαιρίες στον σύγχρονο καταναλωτή προσφέροντας επιλογές που δρουν θετικά προς την προστασία του περιβάλλοντος και των κοινωνικών αναγκών του σήμερα.

1.4.4. Co-design

Το κυριότερο χαρακτηριστικό και του ακτιβισμού στη μόδα αλλά και της Αειφορίας στο χώρο αυτόν είναι η δράση. Συχνά οι καταναλωτές έχουν την μικρή επιλογή του να βρίσκονται στη μεριά του παραλήπτη των "προϊόντων" της μόδας, κάτι που ο ακτιβισμός έρχεται να αλλάξει γνωρίζοντας μας και έννοιες όπως αυτή της Συνεργατικής Σχεδίασης. Η Συνεργατική Σχεδίαση αποτελεί μείζων ζήτημα και γνώμονα της συγκεκριμένης εργασίας και ο ορισμός της θα δοθεί αναλυτικά στα επόμενα κεφάλαια καθώς θα δούμε και το πειραματικό μέρος της εργασίας να βασίζεται σε αυτή. Προς το παρόν όμως θα ορίσουμε την Συνεργατική Σχεδίαση ως την διαδικασία Σχεδίασης μαζί με τους χρήστες και αποδέκτες των υπό σχεδίαση προϊόντων, υπηρεσιών και συστημάτων. Η σχέση της με την Αειφορία στην βιομηχανία της μόδας είναι μια σχέση αλληλοβοήθειας καθώς ο χώρος της μόδας προσφέρει πολλές ευκαιρίες για συνεργατική σχεδίαση και η ίδια μπορεί να μεταλλάξει θετικά και να επηρεάσει την μόδα δραστικά και ανθρωποκεντρικά. Όπως αναφέρει και η Kate Fletcher (2011) στην Αειφορία, το μοντέλο κατανόησης και οργάνωσης της κοινωνίας είναι οικολογικό και βασίζεται σε δίκτυα. Έτσι και στις περισσότερες συμμετοχικές ή συνεργατικές δραστηριότητες η καλύτερη κατανόηση και τα πιο επιθυμητά αποτελέσματα προκύπτουν από δικτυωμένες δομές.

Η πράξη της Σχεδίασης με τους χρήστες αντί για αυτούς είναι πλέον μια πολύ διαδεδομένη τεχνική στο χώρο της μόδας αφού τα επερχόμενα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα της δημιουργήσαν ανάγκες και ευκαιρίες για εξέλιξη πρωτοβουλιών με τέτοιο χαρακτήρα. Η συλλογική κατανόηση, σχεδίαση και πράξη τέτοιων ενεργειών υπόσχεται πλήρη αναδόμηση και θετική επιρροή στα συστήματα και τις επιχειρήσεις της μόδας καθώς και πολλαπλές ενδιαφέρουσες αφορμές για την εμπλοκή των σχεδιαστών με δημιουργικούς και ηθικούς τρόπους.

1.4.5. Οι ρόλοι του Σχεδιαστή

Όπως προαναφέραμε ο ρόλος του Σχεδιαστή στην τομή αυτή της Αειφόρου Σχεδίασης με τον χώρο της μόδας και την συνολική τους προσπάθεια για ένα καλύτερο μέλλον σε αυτή τη βιομηχανία που εγείρει ιδιαίτερα περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα του σήμερα, εμφανίζει διαφορετικά προσωπεία.

Ο σχεδιαστής λοιπόν εμφανίζεται ως εκπαιδευτής, δημιουργώντας και υποστηρίζοντας υπηρεσίες και πρωτοβουλίες εκμάθησης τεχνικών και δεξιοτήτων. Επίσης εμφανίζεται ως ακτιβιστής και όπως αναφέραμε ηγείται δράσεων κατά του κατεστημένου και υπερ των κοινωνικών και περιβαλλοντικών δικαιωμάτων των ανθρώπων. Εναλλακτικά εμφανίζεται ως συντονιστής εργαστηρίων και δραστηριοτήτων συνεργατικής και συμμετοχικής σχεδίασης με την χρήση και την εφαρμογή των πεδίων του Co-design. Τέλος ο Σχεδιαστής δρα ως επιχειρηματίας. Σαν Σχεδιαστές έχουμε συνηθίσει να δημιουργούμε προϊόντα για άλλους παρέχοντας τα στο οικονομικό σύστημα και τα μοντέλα του, όμως οι γνώσεις και η ανάγκη για αλλαγή ανοίγουν νέες διόδους για επιχειρηματικές δραστηριότητες από τους ίδιους. Αυτές οι νέες επερχόμενες επιχειρήσεις θα χαρακτηρίζονται από καινοτομία, αειφορία και πολλά υποσχόμενες αλλαγές.

Η συστημική καινοτομία γύρω από το ζήτημα της Αειφορίας ξεκινάει με την δραστική αλλαγή της συμπεριφορικής μας φύσης και οδηγεί σε προσδιορισμό των δομών και των τεχνικών που μας ορίζουν σαν οικονομικό και κοινωνικό σύνολο πάντα με προσοχή των ορίων που θέτουν οι περιορισμοί του περιβάλλοντος. Μια τέτοια συνολική αλλαγή απαιτεί ριζικό επαναπροσδιορισμό της φύσης του επαγγέλματος του Σχεδιαστή και συνολική προσπάθεια των ανθρώπων του χώρου της μόδας ώστε με μικρά βήματα να φτάσουμε σε αποτελέσματα εναρμονισμένα με τους τρεις πυλώνες κοινωνία, οικονομία και περιβάλλον πρώτου να είναι πολύ αργά.

2. Κεφάλαιο 2 // Κοινωνική Καινοτομία

2.1. Εισαγωγή

Η στροφή σ'έναν πιο αειφόρο τρόπο ζωής που ευτυχώς παρατηρείται όλο και συχνότερα σήμερα, σηματοδοτεί μια νέα εξελικτική κοινωνία, που θέτει νέα θεμέλια προς ένα καλύτερο όχι μόνο περιβαλλοντικά αλλά και κοινωνικά μέλλον. Ο όρος κοινωνική καινοτομία έχει λάβει ιδιαίτερης προσοχής τα τελευταία χρόνια και η προσπάθεια του ορθού ορισμού του είναι μια συνεχής διαδικασία.

2.2. Ορισμός Κοινωνικής Καινοτομίας

Σύμφωνα με το *The Young Foundation (2012)* η κοινωνική καινοτομία είναι η περιγραφή νέων λύσεων (που μπορεί να περιλαμβάνουν προϊόντα, υπηρεσίες, μοντέλα, αγορές, διαδικασίες κ.α.) που καλύπτουν μια κοινωνική ανάγκη (πιο αποτελεσματικά από ήδη υπάρχουσες λύσεις) και οδηγούν σε νέες και βελτιωμένες σχέσεις και ικανότητες και καλύτερη χρήση των διαθέσιμων πόρων και στοιχείων τους. Με άλλα λόγια, η κοινωνική καινοτομία είναι ταυτόχρονα καλή για την ίδια την κοινωνία αλλά καθώς και ενισχύει και την ικανότητα της να δράσει.

Είναι λοιπόν, προφανές ότι το βασικό στοιχείο που ορίζει την κοινωνική καινοτομία είναι η ανθρωποκεντρική της φύση. Η βελτίωση ή η λύση κοινωνικών αναγκών του ατόμου και η ολιστική ευημερία τους είναι ο πρωταγωνιστικός της στόχος. Επιπλέον αποτελεί μια διαδικασία που εμπλέκει πολλούς τομείς και συνήθως προέρχεται από την κοινωνία προς τον επιχειρηματικό κόσμο (*bottom up*) αφού οι κοινωνικές ανάγκες είναι πιο εύκολα αναγνωρίσιμες από τους ίδιους τους ανθρώπους τους οποίους αφορούν. Εξάλλου η έννοια της προϋποθέτει έναν ανοικτό, συνεργατικό χαρακτήρα που απέχει από τους γνωστούς μηχανισμούς και δομές της αγοράς. Έτσι σε αντίθεση με την τεχνολογική καινοτομία η κοινωνική καινοτομία είναι πιο εύθραυστη στην ισχυροποίηση της σε μια κοινότητα καθώς η εξέλιξη της και τα αποτελέσματα της θα χρειαστούν περισσότερους πόρους και χρόνο για να εμφανιστούν. (*Helmut K. Anheier, Gorgi Krljev, Georg Mildenerberger, 2018*) Όμως εάν μια λύση κοινωνικής καινοτομίας καταφέρει να πετύχει το στόχο της, να επηρεάσει βαθιά τη κοινότητα στην οποία αναφέρεται και να αντέξει στο πέρασμα του χρόνου, τότε το αποτέλεσμα της αναμένεται να επηρεάζει πιο ριζικά

και με πιο αειφόρο και θεμελιωμένο τρόπο από οποιανδήποτε άλλη μορφή καινοτομίας.

Συμπληρωματικά, η κοινωνική καινοτομία παρουσιάζει ένα νέο μοντέλο οικονομίας και παραγωγής στο οποίο διαφορετικοί τομείς και οικονομίες συνυπάρχουν ενισχύοντας η μια την άλλη, πετυχαίνοντας μια συνθήκη όπου "όλες οι πλευρές κερδίζουν" (Manzini.E, 2015)

2.3. Βασικές αρχές

Για μια πιο σαφή περιγραφή της πρακτικής της διαδικασίας της, έχουν οριστεί πέντε βασικές αρχές που χαρακτηρίζουν μια λύση, ως κοινωνικά καινοτόμα. (The Young Foundation, 2012)

1. Καινοτομία

Βασικό στοιχείο της κοινωνικής καινοτομίας σε μια λύση είναι σαφώς η καινοτομία. Η παρθενογένεση δεν είναι απαραίτητη, όμως την λύση χρειάζεται να την περιγράψουν είτε καινοτόμα στοιχεία είτε διαφορετικά ορισμένα ή συνδυασμένα μεταξύ τους ως μέρος της λύσης.

2. Εφαρμογή στην πραγματικότητα

Μία ιδέα μπορεί να είναι κοινωνικά καινοτόμα όμως καθώς όπως προαναφέρθηκε η ισχυροποίηση και η υιοθέτηση των λύσεων αυτών από την κοινωνία είναι μια δύσκολη διαδικασία λόγω εμπλοκής πολλών ατόμων, όχι άμεσων αποτελεσμάτων και ιδιαίτερων μηχανισμών. Έτσι η πραγματική πρόκληση είναι οι ιδέες αυτές να σταθούν στην πραγματικότητα πρακτικά και να αντέξουν το πέρασμα του χρόνου μακροπρόθεσμα. Εξάλλου μια απλή ιδέα για μια καινοτομία ορίζεται ως ανακάλυψη εάν αυτή δεν μπορεί να εφαρμοστεί στην πραγματικότητα.

3. Αποτελεσματικότητα

Μια λύση κοινωνικής καινοτομίας πρέπει να χαρακτηρίζεται από έναν βαθμό αποτελεσματικότητας. Συγκεκριμένα χρειάζεται να βελτιώνει την συνθήκη ή την ανάγκη για την οποία έχει λάβει δράση, παραπάνω από τις ήδη υπάρχουσες λύσεις. Για τον σκοπό αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικός και ο καλός ορισμός της

κοινωνικής ανάγκης στην οποία θα αναφερθεί ώστε να υπάρχει τρόπος να μετρηθεί το αποτέλεσμα βάσει αυτής.

4. Λύση σε μια κοινωνική ανάγκη

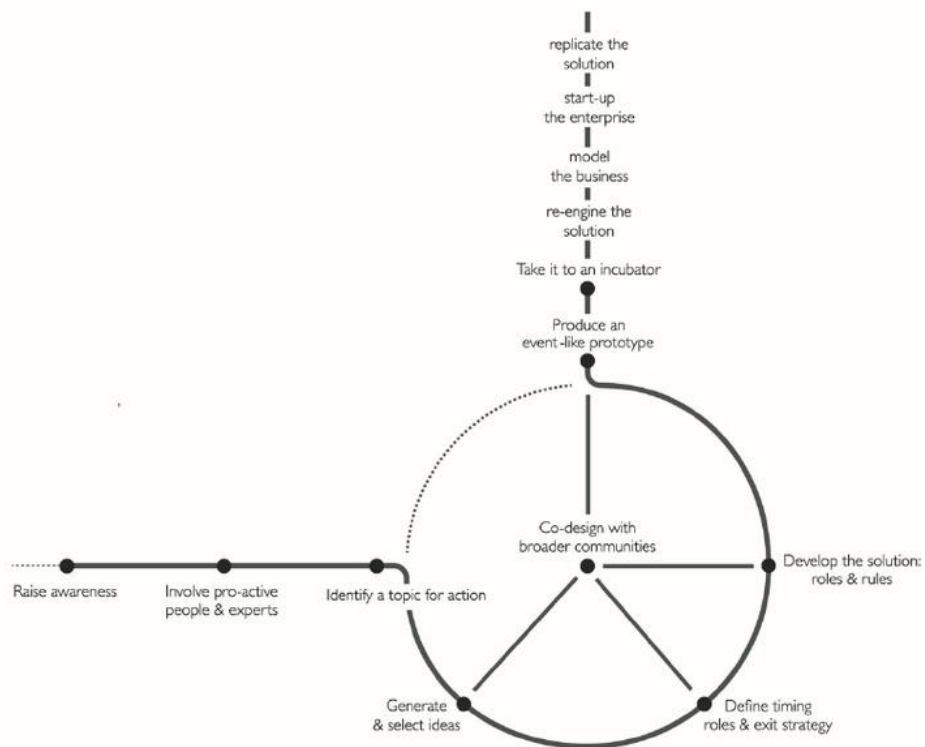
Όπως αναφέραμε και προηγουμένως η κοινωνική καινοτομία δεν αναφέρεται απλώς σε ανάγκες αλλά απαιτεί το κοινωνικό χαρακτήρα αυτών. Προφανώς ο ορισμός της κοινωνικής ανάγκης είναι άλλη μια έννοια με ευρύ και διφορούμενο χαρακτήρα. Αυτές οι ανάγκες μπορεί να κυμαίνονται σε από την καταπολέμηση της φτώχειας μέχρι την ευημερία ενός μικρού πληθυσμιακού μέρους όπως οι υπερήλικες. Όλη αυτή η κλίμακα είναι εξίσου σοβαρή και κάθε πρωτοβουλία κοινωνικής καινοτομίας μπορεί να φέρει θεαματικά αποτελέσματα.

5. Βελτίωση της κοινωνικής ικανότητας στην δράση

Όσο σημαντικά είναι τα αποτελέσματα της κοινωνικής καινοτομίας τόσο δραστικά χρήσιμη είναι και η ίδια της η διαδικασία. Μέσα σε αυτήν την διαδικασία η κοινωνία αναπτύσσει την ικανότητα της να δρα ενεργά πάνω στα ζητήματα που την απασχολούν. Ταυτόχρονα νέοι επαγγελματικοί, εθελοντικοί και κοινωνικοί ρόλοι ανοίγονται και τα μέλη της κοινωνίας μαθαίνουν να συνεργάζονται και να ενεργοποιούνται σε κοινωνικό, πολιτικό και περιβαλλοντικό επίπεδο για δικό τους όφελος και προς την δική τους ευημερία σαν σύνολο.

2.4. The social innovation journey

Όπως μόλις αναφέρθηκε ένας κρίσιμος παράγοντας στην κοινωνική καινοτομία είναι το ίδιο το ταξίδι και η διαδικασία που οι συμμετέχοντες ακολουθούν μέχρι να μπορέσουν να απολαύσουν τα αποτελέσματα της. Μία ιδιαίτερα γνωστή διαδικασία είναι η μεθοδολογία της "Διαδρομής Κοινωνικής Καινοτομίας" που προτάθηκε από το DESIS Lab του Πολυτεχνείου του Μιλάνο. Αυτή τη διαδικασία σκοπεύει να ακολουθήσει και η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία στο στάδιο της πρότασης της υπηρεσίας υπό Σχεδίαση και στο πειραματικό εργαστήριο που θα αναλυθεί στα τελευταία κεφάλαια της.



Εικόνα 5 - The in-progress 'Social Innovation Journey' (Politecnico di Milano – DESIS Lab, 2013)

Ευαισθητοποίηση

Στην αρχή του "ταξιδιού" της κοινωνικής καινοτομίας το πρώτο βήμα αποτελεί η ευαισθητοποίηση δηλαδή η διαφάνεια και η αντίδραση σε ζητήματα που απασχολούν κοινωνικά ένα σύνολο ατόμων.

Ορισμός θέματος προς δράση

Το επόμενο βήμα αποτελεί ο ορισμός ενός από αυτά τα ζητήματα ως θέμα προς δράση. Σε αυτό το βήμα μια αρχική επαφή με τα ενδιαφερόμενα άτομα, καθώς και μια πρωτογενής έρευνα είναι απαραίτητα συστατικά επιτυχίας.

Εμπλοκή ατόμων

Έπειτα, και αφού ένα όραμα μια πρόταση αξίας και κάποιοι στόχοι οριστούν, είναι κρίσιμης σημασίας, η εμπλοκή των ενδιαφερόμενων ατόμων στη διαδικασία. Ειδικοί και ενεργά άτομα της κοινότητας, πρέπει να αποτελέσουν σημαντικό μέρος τις προδιαγραφές της λύσης, και να εμπλακούν ενεργά στα ζητήματα που τους απασχολούνε έτσι ώστε η απάντηση σε αυτά να είναι προσωπική και εύστοχη για αυτούς.

Παραγωγή ιδεών

Σε αυτό το βήμα πρωταγωνιστής είναι η εύρεση της κατάλληλης ιδέας για το πρόβλημα. Για αυτό, η παραγωγή, επιλογή και δοκιμή πολλών διαφορετικών ιδεών είναι εξαιρετικής σημασίας.

Προδιαγραφή πλάνου ενέργειας.

Οι προδιαγραφές του πλάνου ενέργειας μιας πρωτοβουλίας κοινωνικής καινοτομίας περιλαμβάνουν το χρόνο, τα εργαλεία, τις αλληλεπιδράσεις, τους ρόλους και την στρατηγική εξόδου της. Είναι σημαντικό να οριστεί ένα αρχικό πλάνο για να γίνει χρήση του στα υπόλοιπα στάδια όπου άτομα στα οποία αναφέρεται θα γίνουν ενεργό μέρος της διαδικασίας.

Συν-σχεδίαση με τις κοινότητες.

Αυτός είναι ένας τρόπος να ληφθούν υπόψιν οι ανάγκες των ανθρώπων από την πλευρά τους και να δημιουργηθούν προσωπικά προδιαγραμμένες λύσεις που θα ικανοποιήσουν βαθιά τα ζητήματα της κοινωνίας. Η συν-σχεδιαστικές συνεδρίες ή τα εργαστήρια αυτά, πρέπει να εμπλέκουν αρκετούς ανθρώπους ώστε να πυροδοτήσουν κοινωνικές ιδέες και συζητήσεις ώστε να ληφθούν εντυπώσεις και ιδέες για διόρθωση στα αρχικά πλάνα ενέργειας.

Περεταίρω ανάπτυξη της ιδέας. Κανόνες και ρόλοι.

Σε αυτό το σημείο το πλάνο ενέργειας μπορεί, ενισχυμένο πλέον από τις ιδέες και την καθοδήγηση των χρηστών από τις συν-σχεδιαστικές συνεδρίες να προσδιοριστεί με λεπτομέρεια. Οι κανόνες, οι ρόλοι, οι αλληλεπιδράσεις, οι χώροι, οι άνθρωποι και τα αντικείμενα που εμπλέκονται θα είναι πλέον καλά ορισμένοι και οργανωμένοι με σκοπό την επιτυχία της ικανοποίησης της αρχικής κοινωνικής ανάγκης που έχει τεθεί στα αρχικά βήματα.

Πρωτοτυποποίηση

Απαραίτητη ορίζεται και μια αρχική δοκιμή η πείραμα του πλάνου ενέργειας σε μορφή εκδήλωσης ή διοργάνωσης σε μικρή κλίμακα. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται πρωτοτυποποίηση και είναι το τελευταίο στάδιο πριν την πλήρη εφαρμογή της πρωτοβουλίας μας στην κοινωνία και κρίνεται σημαντικό καθώς καθορίζει το τελευταίο παράθυρο για παρατήρηση λαθών και διορθώσεις.

Εκκόλαψη ιδέας

Τέλος η πλέον ισχυρά δομημένη ιδέα μας και λύση στο κοινωνικό ζήτημα μεταφέρεται σε εκκολαπτήριο ώστε το μέλλον της να οριστεί ανάλογα με τις ανάγκες και τους διαθέσιμους πόρους μας. Η εξέλιξη της μπορεί να κυμαίνεται από μια δράση ΜΚΟ, σε μια start up υπηρεσία ή και μια μεγάλου μεγέθους επιχείρηση.

2.5. Η Κοινωνική καινοτομία ως απάντηση σε περίπλοκα προβλήματα

Η βιβλιογραφία, η ανάλυση και τα εγχειρήματα που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια γύρω από την έννοια της κοινωνικής καινοτομίας μας δείχνουν ένα λαμπρό μονοπάτι ιδεών και δράσεων βασισμένων σε αυτήν. Οι μέθοδοι της, όπως αυτή του ταξιδιού της κοινωνικής καινοτομίας, έχουν πολλά κοινά με διαδικασίες και μεθοδολογίες που συναντάμε στην Σχεδίαση Προϊόντων και Υπηρεσιών, έννοιες που θα αναλύσουμε και στα επερχόμενα κεφάλαια αυτής της εργασίας. Η ομοιότητα αυτή, δίνει εύφορα εδάφη για Σχεδιασμό με γνώμονα την κοινωνική καινοτομία. Ο λόγος αυτής της πρόωρης συσχέτισης είναι το ότι η Κοινωνική Καινοτομία φαίνεται να είναι σημαντική απάντηση σε περίπλοκα προβλήματα που συναντάμε στην σύγχρονη κοινωνία και βασίζονται κυρίως γύρω από το άτομο, τις ανάγκες του και την οργάνωση του σε κοινωνίες. Με την επιστράτευση λοιπόν των εργαλείων της Σχεδίασης και την Κοινωνική Καινοτομία ως παράγοντα προς δράση, ζητήματα και ανάγκες που απασχολούν τους ανθρώπους του σήμερα θα είναι ένα βήμα πιο κοντά στη λύση. Από την διαχείριση περιβαλλοντικών ζητημάτων, τον υπερκαταναλωτισμό και την αποξένωση των κοινωνικών σχέσεων μέχρι ακόμη και την έλλειψη πόρων για παιδεία σε υποανάπτυκτες χώρες, κοινωνικά ζητήματα και ανάγκες ευημερίας του πληθυσμού μας, αποτελούν ενεργά παιδεία δράσεις, της προβλεπόμενης αυτής συνεργασίας.

2.6. Η κοινωνική καινοτομία ως πλαίσιο σχεδίασης

Αφού λοιπόν έχουμε τοποθετήσει την κοινωνική καινοτομία ως ένα εργαλείο που επηρεάζει και απαντά σημαντικά σύγχρονα προβλήματα μπορούμε πλέον να δούμε και τον ρόλο της ως πλαίσιο στον Σχεδιασμό. Ξεκινώντας πλαίσιο Σχεδίασης θεωρούμε μια συνθήκη την οποία

χρησιμοποιούμε ως αναφορά και περιγραφή του χώρου, φυσικού και μη για τον οποίο σχεδιάζουμε ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.

Η θεώρηση της κοινωνικής καινοτομίας στη κοινότητα της Σύρου ως πλαίσιο Σχεδίασης της υπηρεσίας που θα επιλέξουμε στα παρακάτω κεφάλαια ως μελέτη περίπτωσης προκύπτει από την παρατήρηση τριών κύριων σημείων.

Το πρώτο σημείο είναι ο κοινωνικός χαρακτήρας της υπηρεσίας. Η τοποθέτηση της σε μια μικρή κοινότητα η οποία θα δράσει πάνω στα ζητήματα τα οποία την αφορούν, η ενεργή εμπλοκή των μελών της στην σχεδιαστική διαδικασία καθώς και η δημιουργία ενεργειών που προάγουν την κοινωνικοποίηση είναι κάποιοι από τους λόγους που αποδεικνύουν την εγκυρότητα της κοινωνικής καινοτομίας ως γνώμονα και πλαίσιο.

Στην συνέχεια το επόμενο σημείο αποτελεί ο περιβαλλοντικός χαρακτήρας της υπό σχεδίασης υπηρεσίας. Τα ζητήματα του υπερκαταναλωτισμού και της ηθικής αξιοποίησης των αγαθών μας που εμπλέκονται στο προβληματικό χώρο της υπηρεσίας μας αποτελούν αναμφίβολα κοινωνικές ανάγκες στην σύγχρονη καθημερινότητα καθώς επιβεβαιώνουν και τον ορισμό της κοινωνικής καινοτομίας που έχουμε θέσει στην αρχή της ενότητας.

Τέλος η υπό σχεδίαση υπηρεσία υπόσχεται πέρα από την αποτελεσματικότητα στην λύση των κοινωνικών αναγκών που εμφανίζονται στην κοινότητα της Σύρου την εμφάνιση μιας προσέγγισης με καινοτόμο χαρακτήρα που διαβεβαιώνει την ύπαρξη νέων και δημιουργικών τρόπων εμπλοκής των μελών της σε εθελοντικές δραστηριότητες που θα ωφελήσουν τον τρόπο ζωής τους σε πολλαπλά επίπεδα.

Τα παραπάνω επιχειρήματα επιβεβαιώνουν πως η κοινωνική καινοτομία μπορεί να αποτελέσει πλαίσιο και οδηγό της Σχεδίασης της υπηρεσίας στην οποία αναφέρεται το πρακτικό στάδιο αυτής της διπλωματικής εργασίας το οποίο θα αναλύσουμε στις επόμενες ενότητες.

3. Κεφάλαιο 3 : Σχεδίαση Υπηρεσιών // Σύγχρονες Στρατηγικές Σχεδίασης

3.1. Σχεδίαση Υπηρεσιών

3.1.1. Εισαγωγή

Ο κόσμος γύρω μας είναι γεμάτος από υπηρεσίες. Καθημερινά αλληλοεπιδρούμε με αυτές είτε συνειδητά είτε όχι καθώς οι υπηρεσίες βρίσκονται στο κορμό των δραστηριοτήτων μας με προϊόντα και επιχειρήσεις. Η έννοια υπηρεσία έχει αποκολληθεί από την έννοια προϊόν στον επιχειρηματικό κόσμο εδώ και πάρα πολλά χρόνια. Ένα προϊόν είναι ένα από καταναλωτικό αγαθό όπως παραδείγματος χάρη ένα μπλουζάκι ή ένα αυτοκίνητο. Από την άλλη ως υπηρεσία ορίζουμε έναν άυλο εξατομικευμένο συνδυασμό παροχών και διαδικασιών που απολαμβάνει ένας χρήστης. Παραδείγματα υπηρεσιών αποτελούν το καθαριστήριο ρούχων, μια εταιρεία ενοικίασης αυτοκινήτων ακόμη και μια συναλλαγή ιατρικής περίθαλψης.

Όσο η τεχνολογία και ο βιομηχανικός κόσμος αναπτύσσεται, οι υπηρεσίες και τα αγαθά γίνονται περιπλοκότερα, με την δημιουργία ευχάριστων εμπειριών χρήστη να παραμένει προτεραιότητα. Όσο αυξάνεται η περιπλοκότητα των υπηρεσιών τόσο περισσότερη σκέψη και προδιαγραφές χρειάζονται για να αποφευχθούν δυσάρεστες εμπειρίες από τους καταναλωτές τους που σήμερα έχουν τόσες πολλές εναλλακτικές στη δύναμη του χεριού τους. Σήμερα, η Σχεδίαση έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στην επίλυση περίπλοκων προβλημάτων. Οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις λοιπόν προσπαθούν να κάνουν χρήση των δυνατοτήτων της Σχεδίασης με σκοπό να ξεπεράσουν το δεδομένο και να εμποτίσουν την λειτουργία και την σκέψη πίσω από τις παροχές τους με έναν νέο παράγοντα. (Birgit Mager, 2011)

Ο όρος Σχεδίαση Υπηρεσιών προτάθηκε το 1982 από την Lynn Shostack η οποία την θεώρησε το κλειδί για καλύτερη και ισχυρότερη δόμηση των εσωτερικών διαδράσεων που συμβαίνουν σε μια επιχείρηση με σκοπό την βελτίωση της.

Λόγω της περίπλοκης φύσης της η Σχεδίαση Υπηρεσιών έχει έκτοτε χαρακτηριστεί με πληθώρα ορισμών. Ένας διαδεδομένος ορισμός, θέτει την Σχεδίαση Υπηρεσιών ως μέσο βοήθειας στους οργανισμούς ώστε να

στραφούν οι υπηρεσίες τους προς μια κατεύθυνση με κέντρο τον χρήστη. Μέσω συνεργατικών μεθόδων που εμπλέκουν και τους καταναλωτές και τους πάροχους υπηρεσιών, η Σχεδίαση Υπηρεσιών βοηθάει επιχειρήσεις και οργανισμούς να κερδίσουν αληθινή και συνολική, κατανόηση των υπηρεσιών που προσφέρουν, φέρνοντας τες ταυτόχρονα σε θέση να ενεργοποιούν ολιστικές και ουσιαστικές βελτιώσεις (Megan Erin Miller, 2018) Έτσι η Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι βασικά η εφαρμογή της Σχεδιαστικής νοοτροπίας, των μεθόδων και των εργαλείων της σε άυλες παροχές.

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών έχει ως κορμό της το να κάνει την υπηρεσία όσο πιο χρήσιμη, εύχρηστη, αποδοτική και ποθητή γίνεται. (UK Design Council 2018) Ο τρόπος επιτυχίας των παραπάνω θετικών αποτελεσμάτων γίνεται μέσω της αναλυτικής, ομοιόμορφης και χρηστικής προδιαγραφής όλων των λειτουργιών που προκύπτουν εσωτερικά και εξωτερικά μιας παροχής μιας υπηρεσίας. Όταν οι αλληλεπιδράσεις, τα προϊόντα, οι καταναλωτές, οι μέτοχοι και οι πάροχοι που αποτελούν μια υπηρεσία έχουν ενορχηστρωθεί καταλλήλως, τότε το αποτέλεσμα δίνει στον χρήστη της μια ιδανική και ευχάριστη εμπειρία. Έτσι σε έναν κόσμο όπου η ευχαρίστηση του χρήστη είναι ανάμεσα στις μεγαλύτερες μετρήσεις της επιτυχίας μιας υπηρεσίας, η Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι ένα δημιουργικό και πρακτικό μέσο βελτίωσης και εξέλιξης των υπάρχόντων υπηρεσιών και πυροδότησης καινοτομίας για νέες.

Με άλλα λόγια, όταν έχεις δύο καφετέριες στον ίδιο δρόμο, που πουλάν τον ίδιο ακριβώς καφέ στην ίδια τιμή, η Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι ο παράγοντας που σε οδηγεί να επιλέγεις το ένα από το άλλο κάθε μέρα, δοξάζοντας το ταυτόχρονα και σε όλους σου τους φίλους. (Marc Fonteyjn, 2018)

3.1.2. Αρχές Σχεδίασης Υπηρεσιών

Στο βιβλίο τους *This is Service Design Thinking*, οι Stickdorn, M., & Schneider, J. (2010) προδιάγραψαν 5 αρχές της Σχεδίασης Υπηρεσιών με σκοπό την δημιουργία μιας κοινής γλώσσας για τους σχεδιαστές και όχι μόνο. Στο νέο τους βιβλίο *This is Service Design Doing* οι συγγραφείς Marc Stickdorn, Markus Hormess, Adam Lawrence και Jakob Schneider (2018) επισκέπτονται ξανά αυτές τις αρχές ώστε να τις ξανά ορίσουν, πιο στοχευμένα και με περισσότερη σαφήνεια πάνω στα καινούργια πλαίσια του σήμερα.

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι ανθρωποκεντρική

Το συστατικό επιτυχίας μιας υπηρεσίας στην εποχή των αμέτρητων επιλογών και των κοινωνικών δικτύων είναι σίγουρα η εμπειρία του χρήστη. Μια κακή εμπειρία χρήστη είναι αρκετή για να οδηγήσει στην αποτυχία της υπηρεσίας στα πλαίσια μιας δυναμικής αγοράς. Για την επιτυχία μιας ομαλής και ευχάριστης εμπειρίας κάθε άτομο που απαρτίζει μια υπηρεσία και συμμετέχει σε κάποιο μέρος του συνόλου της είτε σε *back-end* είτε σε *front-end* διεργασίες, είναι εξίσου σημαντικό θεμέλιο της. Έτσι λοιπόν στην Σχεδίαση της Υπηρεσίας η εύστοχη οργάνωση και η ακριβής προδιαγραφή των αλληλεπιδράσεων των ατόμων αυτών είναι η πιο σημαντική αρχή για την δημιουργία μιας άψογης ικανοποίησης των αναγκών του χρήστη.

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι συνεργατική

Όπως προαναφέρθηκε η συνεχής συνεργασία των μετόχων (*stakeholders*) κάθε διαφορετικού τομέα που απαρτίζει μια υπηρεσία είναι απαραίτητη αρχή για μια σύγχρονη υπηρεσία. Η λογική της λειτουργίας μιας επιχείρησης σε *silos* (μια ανεξάρτητη ομάδα συναδέλφων ίδιου επαγγέλματος που εργάζονται ανεξάρτητα από άλλες ομάδες το σύνολο των οποίων απαρτίζει μια επιχείρηση) είναι πλέον απαρχαιωμένη καθώς δημιουργούσε προβλήματα επικοινωνίας και διαχείρισης. Κάθε μία από αυτές τις μεμονωμένες ομάδες ήταν υπεύθυνη για ένα διαφορετικό κομμάτι της εμπειρίας ή του ταξιδιού του χρήστη με αποτέλεσμα αυτή να παρουσιάζει ανομοιογένεια και να εμφανίζει συνέχεια θέματα προς επίλυση με αποτέλεσμα ο χρήστης να εκνευρίζεται ή και να απογοητεύεται.

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι επαναληπτική

Η Σχεδίαση μιας Υπηρεσίας εμπεριέχει ένα μεγάλο σύνολο βιβλιογραφίας, μοντέλων και διαδικασιών που καλείται κάποιος να συμβουλευτεί ώστε να επιτύχει το αποτέλεσμα που αναζητά. Η επανάληψη είναι μια μετρική που καθιστά την εφαρμογή οποιαδήποτε από τις μεθοδολογίες και τις μεθόδους της Σχεδίασης Υπηρεσιών μια δυναμική και εξελισσόμενη διαδικασία. Η διερεύνηση, η προσαρμογή, ο πειραματισμός και η επανάληψη σε οποιονδήποτε βρόγχο της σχεδίασης χρειαστεί είναι το κλειδί στην υλοποίηση ενός επιτυχημένου πακέτου υπηρεσιών. Ένα καλό παράδειγμα αποτελεί η διαδικασία της πρωτοτυποποίησης μιας πιλοτικής υπηρεσίας πριν την πραγματική της έναρξη στην κοινωνία, όσες φορές αυτό κριθεί απαραίτητο, με σκοπό την

συλλογή θετικών και αρνητικών δεδομένων, που θα εξελίξουν ξανά την υπηρεσία και θα προλάβουν λάθη που κοστίζουν σε χρόνο, χρήματα και πελάτες.

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών περιλαμβάνει ακολουθίες

Μια επιτυχημένη υπηρεσία πρέπει να βασίζεται, να οργανώνεται και να παρουσιάζεται σαν μια ακολουθία αλληλένδετων ενεργειών. Αυτή η συνθήκη θα προσδίδει στην υπηρεσία την ποθητή ομοιογένεια και συνοχή που οι χρήστες της θα αναζητούν στην εμπειρία τους μαζί της.

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών βασίζεται στην πραγματικότητα

Λόγο του ότι η Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι ένας κλάδος που αποσκοπεί στην ισχυρή τοποθέτηση μιας υπηρεσίας στον κόσμο, οι ανάγκες που θα ικανοποιεί πρέπει να έρχονται εξίσου από έρευνα σε αυτόν. Επιπλέον οι ιδέες και οι λύσεις που δίνονται μέσω αυτής πρέπει να δοκιμάζονται πιλοτικά εξίσου, με όσο πιο αληθοφανείς συνθήκες είναι δυνατόν ώστε τα αποτελέσματα που θα παρθούν να στέκονται στιβαρά στη πραγματικότητα. Τέλος οι αξίες της υπηρεσίας και οι διεργασίες που την περιγράφουν μπορεί να είναι άυλες όμως έχουν πάντα επίσης άμεση σχέση με τον φυσικό ή τον ψηφιακό κόσμο για τον οποίο σχεδιάστηκαν.

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών έχει ολιστικό χαρακτήρα

Πέρα από τον ανθρώπινο παράγοντα, σημαντικό ρόλο στη Σχεδίαση Υπηρεσιών λαμβάνουν και όλα τα άλλα στοιχεία που απαρτίζουν μια υπηρεσία, και χρειάζεται και αυτά να λειτουργούν βιώσιμα και ομαλά ως μέρος του καλά προδιαγραμμένου συνόλου. Συγκεκριμένα, οι χώροι, φυσικοί ή ψηφιακοί, τα προϊόντα, οι άνθρωποι, οι αλληλεπιδράσεις και οι σχέσεις τους είναι κάποια από τα πολλά στοιχεία που απαρτίζουν το οικοσύστημα μιας υπηρεσίας και η σχεδίαση χρειάζεται να εμποτίσει κάθε στοιχείο από αυτά ώστε να είναι επιτυχημένη και ολιστική.

3.1.3. Τα οφέλη της Σχεδίασης Υπηρεσιών

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών μέσω της έρευνας, της παραγωγής ιδεών και των δοκιμών εμπειριών έχει όλα τα θεωρητικά και πρακτικά εργαλεία για να βελτιώσει την λειτουργία μιας υπάρχουσας υπηρεσίας που παρουσιάζει προβλήματα, ή να επέμβει σε ζητήματα της κοινωνίας παράγοντας νέες καινοτόμες ιδέες για υπηρεσίες. Ανάμεσα στα πολλά θετικά της η Σχεδίαση Υπηρεσιών, πυροδοτεί δύσκολες συζητήσεις που οδηγούν σε καινοτόμες λύσεις, θέτει θεμέλια για ισχυρές σχέσεις μέσα σε έναν οργανισμό ή μια επιχείρηση και υιοθετεί πληθώρα μεθοδολογιών και μεθόδων από πολλούς άλλους τομείς που βοηθάνε στην εύρεση σωστών προβληματισμών και στον ιδεασμό λύσεων για αυτά. Συμπληρωματικά η ισχυρή βάση της στην πραγματικότητα, που προέρχεται από την έρευνα, στον πειραματισμό και στην υλοποίηση θέτει την Σχεδίαση Υπηρεσιών ως μια διαδικασία με μειωμένο επιχειρηματικό ρίσκο και μεταβάλλει την ευθύνη της άμεσης επιτυχίας σε σταδιακή εξέλιξη που θα οδηγήσει σε στιβαρά αποτελέσματα.

Όταν η Σχεδίαση Υπηρεσιών γίνεται σωστά, το αποτέλεσμα μοιάζει σαν να τρέχεις μια ιδιαίτερα εποικοδομητική ομαδική συνεδρία θεραπείας στην οποία οι stakeholders μιας υπηρεσίας χτίζουν ισχυρές συμβιωτικές σχέσεις και ενοποιούνται προς τον κοινό στόχο δημιουργίας εξαιρετικών εμπειριών. (Yosef Shuman, 2014)

3.1.4. Η διαδικασία της Σχεδίασης Υπηρεσιών

Η Σχεδίαση Υπηρεσιών όπως και σχεδόν κάθε μορφή σχεδίασης που γνωρίζουμε, απαρτίζεται από διαδικασίες και βήματα με σκοπό την παραγωγή μια απάντησης σε ένα πρόβλημα. Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερες σχεδιαστικές διαδικασίες αναδύονται και δημοσιεύονται στον επιστημονικό κλάδο της σχεδίασης και ειδικότερα και στο πεδίο της Σχεδίασης Υπηρεσιών.

Όπως είναι σχεδόν αυτονόητο δεν υπάρχει η σωστή και η λάθος διαδικασία σχεδίασης μιας υπηρεσίας αρκεί το αποτέλεσμα να παραμένει καινοτόμο, να ικανοποιεί τις ανάγκες των χρηστών μας και να δίνει δημιουργικές λύσεις στα ζητήματα που απασχολούν την σύγχρονη κοινωνία. Εξάλλου οι καλύτερες σχεδιαστικές διαδικασίες είναι αυτές που προσαρμόζονται στο πρόβλημα που προσπαθούμε να λύσουμε. Έτσι αντί για μια άκαμπτη θεωρητική διαδικασία καταλήγουμε σε αναδυόμενα

μοτίβα και δραστηριότητες από πραγματικά και αληθινά projects που έχουν σχεδιαστεί, και στρατηγικά δομικά στοιχεία που προσαρμόζονται και ελίσσονται σε οποιαδήποτε διαδικασία σχεδιασμού υπηρεσιών. Η διαδικασία που πρέπει να υιοθετεί ο σχεδιαστής για ένα έργο εξαρτάται πλήρως και ποικίλει ανάλογα με την πρόκληση, τον οργανισμό, την πολυπλοκότητα του προβλήματος και τους εμπλεκόμενους ανθρώπους σε αυτήν. (Marc Stickdorn, Markus Hormess, Adam Lawrence, Jakob Schneider, 2018)

Τώρα και αφού έχουμε προσδιορίσει την περίπλοκη και πληθώρα φύση των διαδικασιών της Σχεδίασης Υπηρεσιών θα προχωρήσουμε αναφέροντας δύο σημαντικά βιβλιογραφικά μεθοδολογικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται ευρέως από την επιστημονική κοινότητα.

The Double Diamond

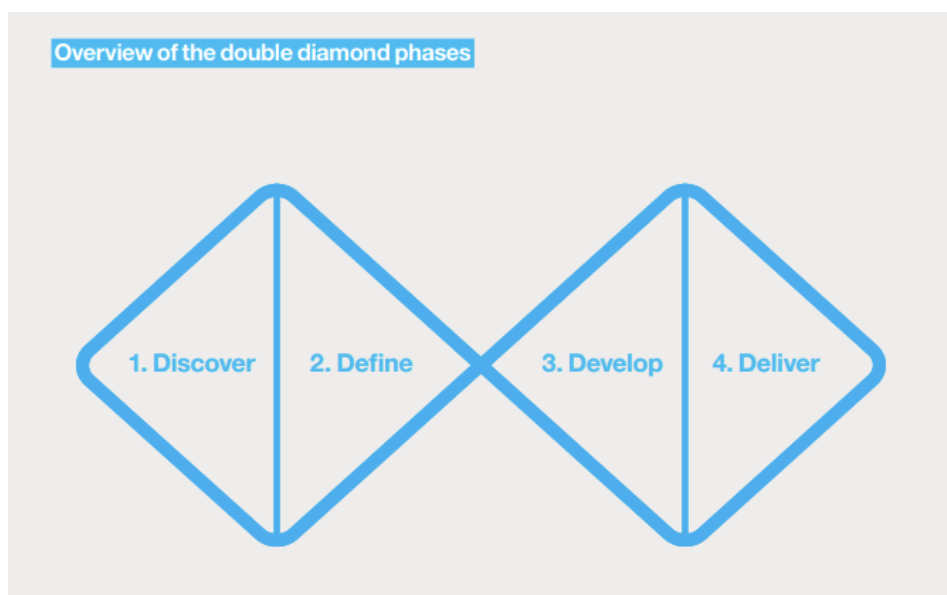
Ξεκινώντας ο λόγος γίνεται στην μεθοδολογική διαδικασία *Double Diamond*, που ορίστηκε και επαναπροσδιορίστηκε πρόσφατα από το *Design Council* πρωτοπόρο στον σχεδιαστικό κλάδο. Το *D.D* δεν χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την Σχεδίαση Υπηρεσιών αλλά είναι χρήσιμο για κάθε σχεδιαστική διαδικασία ανεξαρτήτως το αντικείμενο, και αποτελεί ίσως και την πιο διαδεδομένη τεχνική σχεδιασμού τα τελευταία δέκα χρόνια.

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναδείξουμε την ομοιότητα της Σχεδίασης Υπηρεσιών με άλλους κλάδους στο κομμάτι των σταδίων προς ένα σχεδιαστικό αποτέλεσμα. Η διαφορά τους ορίζεται καλύτερα στα διαφορετικά εργαλεία και μεθόδους που χρησιμοποιούμε στην Σχεδίαση Υπηρεσιών καθώς ανεξαρτήτως του τι σχεδιάζουμε και εάν αυτό αποτελεί προϊόν, υπηρεσία η εφαρμογή, πάντα χρειάζεται να καταλάβουμε τις ανάγκες του χρήστη, να επιτελέσουμε έρευνα, ιδεασμό και να δοκιμάσουμε τις τελικές μας ιδέες.

Το *D.D* χωρίζει την σχεδιαστική διαδικασία σε τέσσερις φάσεις. Σε κάθε μία από αυτές ο σχεδιαστής μπορεί να ανατρέξει σε βήματα, εργαλεία και σημεία δράσης με σκοπό την επίτευξη των διαφορετικών του στόχων.

1. Στη πρώτη φάση και στην αρχή κάθε σχεδιαστικού project έχουμε την Ανακάλυψη - *Discover* δεδομένων που περιγράφουν τις ανάγκες των χρηστών μας. Ο σχεδιαστής χρησιμοποιεί μέσα εύρεσης έμπνευσης, συλλέγει πληροφορίες για νέα επερχόμενα ζητήματα και εκτελεί πρωταρχική έρευνα πλαισίου και χρήστη.

2. Στην δεύτερη φάση του *Double Diamond* έρχεται ο Ορισμός -Define των πιθανοτήτων που ανακαλύφθηκαν στην προηγούμενη φάση σε καλά ορισμένα κουτάκια πληροφορίας. Σκοπός του σχεδιαστή σε αυτή τη φάση είναι ο προσδιορισμός ενός σχεδιαστικού *brief* που περιγράφει καθαρά την πρόκληση που έχει να αντιμετωπίσει, τον στόχο του, και το πλαίσιο της. Αυτή η φάση είναι πολύ σημαντική για την διαχείριση και την οργάνωση όλης της διαδικασίας του σχεδιασμού.
3. Το τρίτο τρίγωνο της μεθοδολογίας περιέχει την φάση της Ανάπτυξης -Develop των ιδεών. Σε αυτό το στάδιο οι σχεδιαστές παράγουν, δοκιμάζουν και επαναπροσδιορίζουν τις ιδέες τους για την πρόκληση που έχει οριστεί στα προηγούμενα βήματα.
4. Το τελευταίο στάδιο είναι η Παράδοση -Deliver όπου το τελικό προϊόν (άυλο ή μη) ή υπηρεσία τελειοποιείται και δίνεται σε παραγωγή. Εδώ δοκιμάζονται οι τελικές ιδέες, λαμβάνονται άδειες, και το τελικό "προϊόν" ετοιμάζεται να λανσαριστεί στον πραγματικό κόσμο. Επιπλέον σε κάθε στάδιο οι σχεδιαστές τείνουν να χρησιμοποιούν σχεδιαστικά εργαλεία και μεθόδους για να βοηθηθούν ανάλογα με τον σκοπό κάθε φάσης. Παραδείγματος χάρη στη φάση του ορισμού και με στόχο την απεικόνιση και την περιγραφή των χρηστών, προτείνεται η χρήση της μεθόδου των *Personas* που αποτελείται από *templates* που απεικονίζουν έναν χαρακτήρα που ενσωματώνει την έρευνα χρηστών σε εύκολη και κατανοητή μορφή. Έτσι συγκεντρώνουμε πολλές πληροφορίες για μια ομάδα ατόμων μέσα σε έναν κατασκευασμένο χαρακτήρα. (*Design methods for developing services, Design Council*)

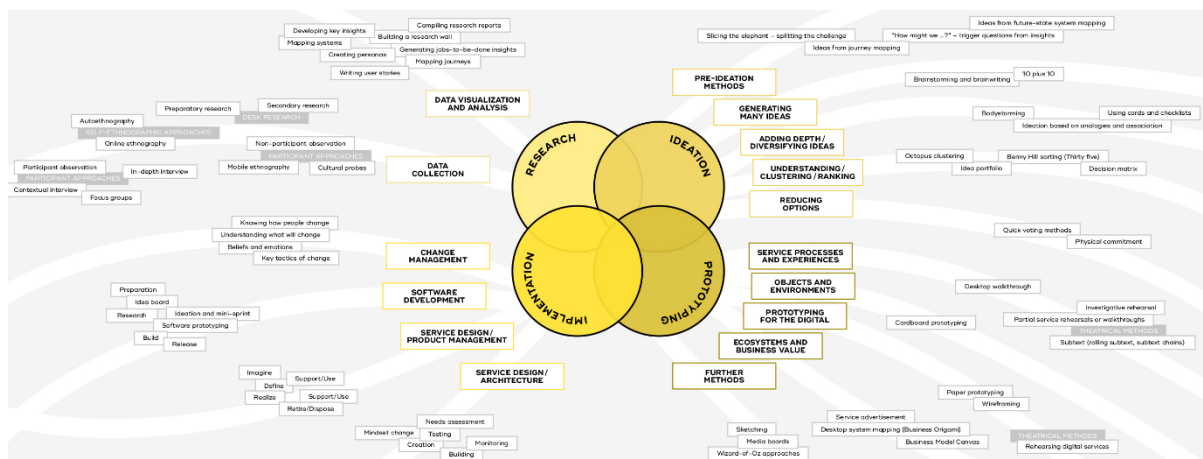


Εικόνα 6 – The Double Diamond Process (Design Council,2004)

Η διαδικασία αυτή δεν είναι μια γραμμική διαδικασία όπως και κάθε σχεδιαστική μεθοδολογία. Η ανατροφοδότηση από τους χρήστες, η συνεχής έρευνα και οι δοκιμές δημιουργούν λούπες επιστροφής, και επαναπροσδιορισμού των προηγούμενων βημάτων. Μια μεθοδολογία Σχεδίασης Υπηρεσιών πρέπει πάντα να έχει δημιουργικό, επαναληπτικό και διερευνητικό χαρακτήρα ώστε να καταλήξει σε καινοτόμες και επιτυχημένες παροχές.

TiSDD Service Design Core Processes

Ένα ακόμη διαδεδομένο μεθοδολογικό εργαλείο Σχεδίασης Υπηρεσιών είναι αυτό που εμφανίζεται στο βιβλίο *This is Service Design Doing* από τους Marc Stickdorn, Markus Hormess, Adam Lawrence, Jakob Schneider (2018). Σύμφωνα με αυτό η πρώτη βασική δραστηριότητα στην Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι η Έρευνα -*Research*. Η σχεδιαστική έρευνα μας παρέχει τα εργαλεία να καταλάβουμε βαθιά τους ανθρώπους, το πλαίσιο και τις συνθήκες για τις οποίες σχεδιάζουμε. Το επόμενο βασικό βήμα αποτελεί ο Ιδεασμός -*Ideation*. Ο καταιγισμός και η παραγωγή ιδεών προφανώς έχουν κρίσιμο ρόλο στην κατάληξη της ιδανικής ιδέας που θα εμβαθύνουμε στα υπόλοιπα βήματα. Το τρίτο στάδιο αποτελεί η Πρωτοτυποποίηση -*Prototyping* όπου τα concept ιδεών παίρνουν μορφή και δοκιμάζονται σε σενάρια από χρήστες με σκοπό να ληφθούν κρίσιμα δεδομένα, εναλλακτικές ιδέες και διορθώσεις στις τελικές ιδέες. Τέλος ο λόγος γίνεται στην Εφαρμογή -*Implementation* όπου η τελική υπηρεσία τίθεται σε στάδια πέρα των δοκιμών και της πρωτοτυποποίησης. Συγκεκριμένα προχωράει σε τελικό στάδιο, υποστηρίζεται από συμπληρωματικά ζητούμενα όπως εφαρμογές και προϊόντα και τίθεται σε παραγωγή και διαχείριση από οργανισμούς και επιχειρήσεις.



Εικόνα 7 - The 4 Core Service Design Processes (TiSDD, 2018)

Όπως και στο προηγούμενο μοντέλο, η διαδικασία αυτή δεν είναι γραμμική. Συγκεκριμένα στις 4 αυτές βασικές διαδικασίες μπορούν να

υπάρξουν επικαλύψεις και επαναλήψεις. Παραδείγματος χάρη στο στάδιο της πρωτοτυποποίησης μπορεί να υπάρξει ανάγκη για περαιτέρω έρευνα πεδίου κοκ. Στην παραπάνω εικόνα μπορούμε να δούμε επιπλέον και χαρακτηριστικά ή προτεινόμενα εργαλεία και μεθόδους που συμπληρώνουν και καθοδηγούν το σχεδιαστή σε κάθε ένα από αυτά τα βήματα.

Συνοψίζοντας, υπάρχουν αρκετές διαδεδομένες μεθοδολογίες σχεδίασης από τις οποίες μπορούμε να λάβουμε αρκετές ιδέες και καθοδήγηση στον Σχεδιασμό μια Υπηρεσίας. Από την άλλη ο τυφλός ενστερνισμός μιας μεθοδολογίας δεν είναι ο κατάλληλος δρόμος καθώς η πιο σωστή διαδικασία είναι αυτή που βασίζεται γύρω από το μοναδικό πρόβλημα και την συγκεκριμένη υπηρεσία που δημιουργούμε κάθε φορά. Ως σχεδιαστές είναι σημαντικό, να σκεφτόμαστε κριτικά κάθε μας κίνηση και να μην υιοθετούμε τυφλά ένα μοντέλο ή μια διαδικασία, αλλά αντί αυτού να σχεδιάζουμε και την ίδια μας την στρατηγική και μεθοδολογία Σχεδίασης για κάθε ξεχωριστή πρόκληση που αντιμετωπίζουμε. (Jamini Hegeman, 2018)

3.2. Η Σχεδίαση Υπηρεσιών ως μορφή κοινωνικής καινοτομίας

3.2.1. Εισαγωγή

Κατά τη τελευταία δεκαετία η Σχεδίαση Υπηρεσιών έχει με επιτυχία δημιουργήσει ένα ισχυρό πλαίσιο διαδικασιών και μεθοδολογιών και ταυτόχρονα μια καλή βάση θεωρητικής προσέγγισης της ανάγκης και εφαρμογής του κλάδου, θέτοντας τον έναν σχετικά καινούργιο αλλά ιδιαίτερα ώριμο πεδίο εφαρμοσμένων επιστημών. (Brigit Mager, SDN co-founder, 2020) Καθώς οι υπηρεσίες κυμαίνονται από βασισμένες σε προϊόντα μέχρι και σε πλήρως άυλους φορείς παροχών, η δύναμη τους για ριζικές αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας των σύγχρονων διαδικασιών και θεσμών είναι απεριόριστη.

Όπως προαναφερθήκαμε και στο κεφάλαιο της Κοινωνικής Καινοτομίας, η συνεργασία των δύο αυτών πεδίων μπορεί να είναι ιδιαίτερα καρποφόρα. Χρησιμοποιώντας την Κοινωνική Καινοτομία ως πλαίσιο εύρεσης αναγκών και την Σχεδίαση Υπηρεσιών ως επιστημονικό πεδίο με μεθοδολογίες και μεθόδους που μπορούν να οδηγήσουν σε καινοτόμες λύσεις, το αποτέλεσμα προβλέπεται να είναι υπηρεσίες που σέβονται τις αρχές της Αειφορίας, σχεδιάζουν με κέντρο τον άνθρωπο και τις ανάγκες

του και δημιουργούν λύσεις βαθιά ριζωμένες στη κοινότητα αλλάζοντας δραστικά προς το καλό την νοοτροπία και τον τρόπο ζωής της για συνολική ευημερία της.

3.2.2. Δημιουργικές κοινότητες

Στα πλαίσια της καθημερινότητας, οι άνθρωποι είτε ατομικά είτε σε σύνολα με κοινούς παρονομαστές τον τόπο και τις ανάγκες (κοινότητες) αναπτύσσουν προβλήματα και ανακαλύπτουν λύσεις σε αυτά με ότι πόρους και ικανότητες διαθέτουν. Η νέα αυτή πραγματικότητα φέρνει στην επιφάνεια ένα νέο όρο, αυτόν των Δημιουργικών κοινοτήτων. Οι δημιουργικές κοινότητες είναι βασικοί πρωταγωνιστές σε αιεφόρες και διαφοροποιημένες από το καθιερωμένο καινοτόμες λύσεις. (Bernand Darras, 2019)

Η δημιουργικές κοινότητες είναι σύνολα ανθρώπων που συνεργατικά, ανακαλύπτουν και υιοθετούν νέους καινοτόμους τρόπους ζωής χρησιμοποιώντας ήδη υπάρχουσες δομές και πόρους. Οι νέες αυτές πρωτοβουλίες που αναπτύσσονται στις δημιουργικές κοινότητες, συνήθως προκύπτουν από κοινωνικές ανάγκες της σύγχρονης καθημερινότητας. Από την αιεφόρα χρήση αγαθών, στην κοινωνικοποίηση ευαίσθητων ομάδων και στην αναδιοργάνωση των οικογενειακών θεσμών ώστε να λειτουργούν προς όφελος πολλών, οι ομάδες αυτές, χρησιμοποιούν την δημιουργικότητα τους, στα πλαίσια της κοινότητας με σκοπό να σπάσουν τα κοινότυπα μοντέλα σκέψης και δράσης. (EMUDE, 2008)

Από νέα συστήματα διανομής αγαθών, σε υπηρεσίες όπου οι υπερήλικες και οι έφηβοι συμπληρωματικά βοηθούν ο ένας τον άλλο, σε κοινόχρηστα μεταφορικά μέσα και μοντέλα συμβίωσης, οι δημιουργικές κοινότητες με όπλο τη κοινωνική καινοτομία παρουσιάζουν λαμπρά δείγματα της δύναμης της κοινωνίας προς ένα δημιουργικό, αιεφόρο και συνεργατικό μέλλον. Παραδείγματος χάρη η πρωτοβουλία, FootBus που ξεκίνησε από την ανάγκη μιας ομάδας γονέων να επιστρέφουν τα παιδιά τους από το σχολείο με ασφάλεια, υποστηρίζει ένα σύστημα διαμοίρασης της ευθύνης αυτής σε ένα γονιό την ημέρα. Τα παιδιά που συμμετέχουν στο πρόγραμμα τοποθετούν στις σχολικές τους τσάντες μια ετικέτα με την ένδειξη FootBus και κυκλικά ένας γονιός την φορά είναι υπεύθυνος στην επιστροφή των παιδιών στα σπίτια τους από το σχολείο. Την υπηρεσία συνοδεύει μια ιστοσελίδα με ημερολόγιο, και οι ετικέτες των παιδιών φέρουν τεχνολογία που επιτρέπει την αποσύνδεση τους από το σύστημα εάν ένα παιδί είναι άρρωστο καθώς και την παρακολούθηση

πορείας του προς το σπίτι. Έτσι οι γονείς με πολλές υποχρεώσεις μπορούν να αφαιρέσουν μια δουλειά από τα ημερολόγια τους ενώ ταυτόχρονα βοηθούν το περιβάλλον χρησιμοποιώντας λιγότερα μέσα μεταφοράς και τα παιδιά μπορούν να βιώσουν και πάλι τον παραδοσιακό τρόπο, περπατήματος σπίτι από το σχολείο, μια αγαπημένη κοινωνική δραστηριότητα του παρελθόντος.

Όπως μας δείχνει και το παράδειγμα της υπηρεσίας FootBus, οι ανάγκες στις οποίες οι δημιουργικές κοινότητες αναφέρονται και λύνουν είναι πάντα βασισμένες σε προβλήματα της σύγχρονης καθημερινότητας και οι ευκαιρίες και λύσεις σε αυτά πυροδοτούνται συχνά από συνδυασμό τριών διαφορετικών στοιχείων : Την μνήμη της παράδοσης, την προοπτική χρήσης υπάρχοντων προϊόντων, υπηρεσιών, και δομών με διαφορετικό τρόπο, και την ύπαρξη πολιτικοκοινωνικών συνθηκών που ευνοούν την ανάπτυξη δημιουργικών πρωτοβουλιών. (E.Sto, P.Strandbakken, 2008)

Η Σχεδίαση με πλαίσιο τις δημιουργικές κοινότητες, παρουσιάζει μια νέα μετρική συνεργασίας των ατόμων με τον Σχεδιαστή. Μέσω της παρατήρησης και της έρευνας πεδίου δράσης, οι σχεδιαστές έχουν στα χέρια τους τη δύναμη να βελτιώσουν και να ενισχύσουν τις κοινωνικές πρωτοβουλίες αυτές με τεχνικές και μεθόδους όπως η δημιουργία συστημάτων, προϊόντων και πλατφορμών καθώς και ο σχεδιασμός εκδηλώσεων και σεναρίων δράσης με δημιουργικό κέντρο τον χρήστη.

3.2.3. Η κοινωνική καινοτομία στη Σχεδίαση Υπηρεσιών

Σε μια πραγματικότητα όπου οι άνθρωποι επαναπροσδιορίζουν τα θέλω και τα μπορώ τους συνεχώς, η Σχεδίαση δεν μπορεί παρά να λάβει πρωταγωνιστικό ρόλο. Οι δημιουργικές κοινότητες που ορίσαμε προηγουμένως είναι ένα ορθό παράδειγμα της δύναμης του ατόμου να λύσει και να βελτιώσει ανάγκες και ποιότητα ζωής. Σε αυτό το ταξίδι ο Σχεδιαστής μπορεί να είναι ενεργό μέλος αυτού του επαναπροσδιορισμού και της συνεργατικότητας των κοινοτήτων με σκοπό την αύξηση των δυνατοτήτων της. Οι σχεδιαστές είναι μέρος της κοινωνικής αλλαγής αυτής καθώς και οι ίδιοι δρουν με πρωτοφανείς δημιουργικούς τρόπους, και υποστηρίζουν την αλλαγή συνεργατικά με τους απευθυνόμενους της, δημιουργώντας νέες συνθήκες διευκόλυνσης της ποιότητας και του τρόπου ζωής μας (Manzini, 2015)

Στα παραδείγματα κοινωνικής καινοτομίας συχνά εμφανίζονται μεθοδολογίες και διαδικασίες της Σχεδίασης που προέρχονται από πληθώρα τομέων της από την Σχεδίαση Υπηρεσιών μέχρι και την

Σχεδίαση Προϊόντων. Έτσι η Σχεδίαση και οι θεωρίες και τα εργαλεία της μπορούν να λειτουργήσουν βοηθητικά αν όχι καθοδηγητικά σε μια πρωτοβουλία κοινωνικής καινοτομίας προσφέροντας κανόνες και δομές που μελετώνται για χρόνια και στηρίζονται σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο.

Η Σχεδίαση αποτελούσε πάντα γέφυρα μεταξύ πεδίων δράσης. Σήμερα, αυτή η προσέγγιση γεφύρωσης εννοιών μπορεί να εφαρμοστεί και στην κοινωνική καινοτομία : εξετάζοντας και εντοπίζοντας ελπιδοφόρες περιπτώσεις, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τις ικανότητες, και δεξιότητες του σχεδιασμού, για δημιουργία νέων τεχνουργημάτων και καινοτόμων κατευθύνσεων. Για να συμβεί αυτό, οι Σχεδιαστές πρέπει να επαναπροσδιορίσουν το ρόλο τους και τον τρόπο λειτουργίας τους.

3.2.4. Ο ρόλος του Σχεδιαστή

Όπως φαίνεται, ο σύγχρονος κόσμος και η νέα θέση του ατόμου σε αυτόν δημιουργεί βάσεις για Σχεδίαση σε κοινωνικό, περιβαλλοντικό και προσωπικό επίπεδο. Στη κοινωνία αυτήν όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να σχεδιάσει οι καθημερινοί άνθρωποι θέλοντας και μη σχεδιάζουν καθημερινά, την επιχείρησή τους, τη γειτονιά τους, τις σχέσεις τους και τον τρόπο ζωής τους. Το αποτέλεσμα είναι μια κοινωνία που αποτελείται από ένα πλέγμα από σχεδιαστικά δίκτυα : ένα πολύπλοκο σύστημα συνυφασμένων διαδικασιών σχεδιασμού που περιλαμβάνει από μεμονωμένα άτομα, επιχειρήσεις και ΜΚΟ οι οποίοι φαντάζονται και εφαρμόζουν λύσεις σε ποικιλία ατομικών και κοινωνικών προβλημάτων. (Τυομί,2003, Hírrpel,2005). Σε έναν κόσμο όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να σχεδιάσει, ο ρόλος του Σχεδιαστή προτίθεται να λάβει νέες διαστάσεις.

Ο Σχεδιαστής πλέον με την γνώση που διαθέτει και τα εργαλεία που του είναι διαθέσιμα καλείται να λάβει μέρος στη δράση για καινοτομία και εξέλιξη δημιουργώντας και σχεδιάζοντας προϊόντα, υπηρεσίες, συστήματα και ψηφιακά εργαλεία. Όμως ένας νέος απερχόμενος ρόλος του Σχεδιαστή είναι αυτός του διαμεσολαβητή. Σε μια κοινωνία εξελισσόμενη όπου οι ανάγκες και η δράση σε αυτές πλέον παρατηρείται και έκτων έσω, ο Σχεδιαστής καλείται να γίνει ενεργό μέλος διαδικασιών όπως αυτής της κοινωνικής καινοτομίας, προσανατολίζοντας, βοηθώντας και κατευθύνοντας τες με τον μοναδικό τρόπο που αυτός γνωρίζει πάντα κρατώντας μια ανθρωποκεντρική προσέγγιση.

Για να γεφυρώσει την Σχεδίαση με την κοινωνική καινοτομία και να ανακαλύψει ενδιαφέρουσες καινούργιες προοπτικές, να χρησιμοποιήσει

σχεδιαστικά μοντέλα και να δείξει νέες κατευθύνσεις καινοτομίας ο Σχεδιαστής πρέπει να επαναπροσδιορίσει το ρόλο του και να δεχτεί πως δεν έχει πλέον μονοπώλιο στη Σχεδίαση όπως γινόταν τα παλαιότερα χρόνια. (EMUDE,2008)

Σε αυτή τη νέα πολυδιάστατη πραγματικότητα νέες μορφές συνεργατικής Σχεδίασης έρχονται στην επιφάνεια. Στα επόμενα κεφάλαια θα συζητηθεί ενεργά ο νέος αυτός ρόλος του Σχεδιαστή ως καθοδηγητή καθώς και μέρος του στόχου αυτής της διπλωματικής εργασίας είναι η απόδειξη πως αυτή η νέα οργάνωση, που θέτει τους χρήστες στο σχεδιαστικό επίκεντρο και τους δίνει πυγμή και χώρο στις σχεδιαστικές αποφάσεις, μπορεί να κρύβει πληθώρα θετικών αποτελεσμάτων στο χώρο, και συγκεκριμένα σε αυτόν της Σχεδίασης Υπηρεσιών.

3.2.5. Είδη αλληλεπίδρασης (top-down, bottom-up, middle top)

Ως είδος αλληλεπίδρασης περιγράφουμε τον τρόπο με τον οποίο οι διαδικασίες και τα επίπεδα ενός οργανισμού λειτουργούν και επικοινωνούν μεταξύ τους. Το παράδειγμα των δημιουργικών κοινοτήτων που αναφέραμε σε προηγούμενη ενότητα παρουσιάζει ένα καθαρό παράδειγμα bottom-up αλληλεπίδρασης. Δηλαδή οι δράσεις ξεκινούν από τις ρίζες της κοινωνίας και τα μέλη της. (Από κάτω προς τα πάνω) Αντιθέτως σε μια κλασσική επιχείρηση, ιδιαίτερα τα παλαιότερα χρόνια συχνά βλέπαμε την top-down αλληλεπίδραση όπου οι ενέργειες ξεκινάνε από τα άτομα σε υψηλές θέσεις στη βαθμίδα και αναφέρονται η αφορούν τους πελάτες που θεωρούνται στη βάση της βαθμίδας. (Από πάνω προς τα κάτω)

Οι δράσεις κοινωνικής καινοτομίας θεωρούνται bottom-up πρωτοβουλίες επίσης διότι η προϋπόθεση της ύπαρξης τους περιέχει πλαίσιο, ανάγκες και δραστηριότητες που εμπνέονται από την ίδια την κοινωνία. Ένα ζήτημα όμως που προκύπτει με αυτού του είδους την αλληλεπίδραση είναι η ισχυροποίηση και η σταθερότητα της πρωτοβουλίας, οικονομικά και πρακτικά με το πέρασμα του χρόνου. Η πρωτοτυποποίηση, οι πλατφόρμες, η στρατηγική ανάπτυξης και το επιχειρηματικό μοντέλο είναι μερικά από τα ζητήματα που μια αλληλεπίδραση που ξεκινάει από τους ανθρώπους που επηρεάζει, μπορεί να εμφανίσει. Όσο απολύτως απαραίτητη για καινοτομία και για περιβαλλοντική και κοινωνική ανάπτυξη είναι η εμπλοκή των ενδιαφερόμενων στην διαδικασία αυτή, τόσο σημαντική είναι και η ικανότητα μιας υπηρεσίας να καταφέρει να μείνει και να αναπτυχθεί με

το χρόνο. Σε αυτό το κενό έρχεται ο Σχεδιαστής να λάβει δραστικά ρόλο ως μέρος της λύσης. Όπως προαναφέρθηκε ο νέος ρόλος του ως διαμεσολαβητής είναι να υποστηρίζει και να ενισχύει τις γνωστικές αδυναμίες σε πρακτικά ζητήματα που χρήζουν σχεδιασμό.

Παραδείγματος χάρη εάν μια πρωτοβουλία κοινωνικής καινοτομίας χρειάζεται μια ψηφιακή πλατφόρμα και μια στρατηγική κλιμάκωσης σε νέες πόλεις για να πετύχει τους μακροπρόθεσμους στόχους της, ο Σχεδιαστής θα μπορεί να ενορχηστρώσει τον Σχεδιασμό τους και την ομαλή τους εμπλοκή στη διαδικασία. Αυτή η νέα θέση του ορίζει μια καινούργια μορφή αλληλεπίδρασης την middle-top προσέγγιση. Σε αυτήν, ο Σχεδιαστής δρα ως αντιπροσωπευτικό μέρος της κοινότητας, προφανώς πλήρως ενημερωμένο και εξοικειωμένο με τις ανάγκες της και τα θέλω της. Με την εμπλοκή του και σεβασμό έχει διεισδύσει στη κοινότητα, έχει πάρει πληροφορίες και ιδέες από τους ίδιους τους ενδιαφερόμενους και έρχεται να τους αντιπροσωπεύσει και να τους υποστηρίξει με τις γνώσεις του στα ψηλότερα μέλη μιας βαθμίδας - παραδείγματος χάρη σε έναν επιχειρηματία που θέλει να επενδύσει σε μια υπηρεσία που θα απευθύνεται σε αυτούς.

Η νέα αυτή αλληλεπίδραση ορίζει μια νέα σελίδα Σχεδιαστικών προσεγγίσεων όπου ο Σχεδιαστής και οι ενδιαφερόμενοι χρήστες μιας υπηρεσίας ενώνουν τις δυνάμεις τους για την δημιουργία επιτυχημένων, αειφόρων και καινοτόμων υπηρεσιών και πρωτοβουλιών με γνώμονα τα σύγχρονα κοινωνικά ζητήματα.

3.3. Συμμετοχική και Συνεργατική Σχεδίαση

3.3.1. Εισαγωγή και ορισμοί

Οι απαρχές της Συμμετοχικής και της Συνεργατικής Σχεδίασης (co-design) έχουν τις ρίζες τους στις δεκαετίες του 1960 και του 1970, όταν κοινωνικοί παράγοντες σε πολλές δυτικές κοινωνίες δημιούργησαν απαιτήσεις για συμμετοχή σε συλλογική δράση γύρω από τα κοινά, από ομάδες που δεν είχαν ως τότε φωνή. (Elizabeth B, N. Sanders & Pieter Jan Stappers, 2019) Το 1971 στην Αγγλία έλαβε μέρος το πρώτο συνεργατικό εργαστήριο σε συνέδριο σχεδιασμού από την Design Research Society, εμπνευσμένοι από το απερχόμενο κίνημα της συμμετοχικής σχεδίασης που είχε ήδη ξεκινήσει σε κάποιες Σκανδιναβικές χώρες το 1970.

Ως Συμμετοχική Σχεδίαση (participatory design) ορίζεται η διαδικασία σχεδιασμού που εμπλέκει τους χρήστες ενός υπό σχεδίαση

τεχνουργήματος (υπηρεσία, προϊόν, εφαρμογή κοκ) με την συλλογή ανατροφοδότησης από αυτούς. Από την άλλη ως Συνεργατική Σχεδίαση (co-design) ορίζουμε την διαδικασία σχεδιασμού που περιέχει την ενεργή συμμετοχή μη "ειδικών" ανθρώπων στην λήψη, τη διαμόρφωση και την υποστήριξη των σχεδιαστικών αποφάσεων. Καθώς αναγνωρίζει την αξία τους, η σχεδιαστική αυτή προσέγγιση συχνά δεν αναφέρεται στους μη ειδικούς αυτούς ως χρήστες ή ως καταναλωτές αλλά ως συνεργάτες ή co-creators. Ένας τέτοιος τίτλος είναι πιο ταιριαστός σε μια ομάδα ατόμων της οποίας οι γνώσεις και τα skills είναι ένα μεγάλο προσόν στην σχεδιαστική διαδικασία.

Στην σύγχρονη κοινωνία και εφόσον σχεδόν οτιδήποτε σχεδιάζεται έχει ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα, η Συνεργατική Σχεδίαση είναι μια απερχόμενη και δημοφιλής μορφή σχεδιασμού, που σέβεται τον άνθρωπο στον οποίο αναφέρεται το υπό σχεδίαση αντικείμενο ή υπηρεσία και του προσφέρει χώρο για να εκφράσει ιδέες και απόψεις. Το Co-Design υποδεικνύει εξάλλου κοινή διαμοίραση γνώσεων ανάμεσα στους σχεδιαστές και στους χρήστες. (Cumbula et al., 2013) Οι χρήστες μαθαίνουν μεθοδολογίες του σχεδιασμού, και τρόπους οπτικοποίησης των ιδεών εμπνευσμένες από αυτούς σε λύσεις σχεδιασμένες για αυτούς, ενώ οι σχεδιαστές μαθαίνουν από πρώτο χέρι τα προβλήματα, τον τρόπο διαχείρισής τους, και τις καθημερινές προκλήσεις που οι χρήστες τους αντιμετωπίζουν. Έτσι τα υπό σχεδίαση υλικά ή μη τεχνουργήματα, έχουν συνολικά περισσότερες ευκαιρίες για πραγματική επιτυχία.

Τέλος όπως αναφέρει και ο Wetter-Edman (2014) το Co-design προσφέρει μια προσέγγιση και μια εργαλειοθήκη και μεθοδολογία για συνεργατική δημιουργία αξίας. Έτσι θέτουμε νέες βάσεις για νέες μορφές σχεδιασμού που με σεβασμό και εμπλοκή του χρήστη στην διαδικασία ως συνεργάτη και με κοινό στόχο την επίλυση σύγχρονων προβλημάτων και ανησυχιών του, προβλέπονται προϊόντα και υπηρεσίες με δυναμική, δημιουργικότητα και ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα εμπνευσμένες από και σχεδιασμένες για αυτούς που τα έχουν ανάγκη.

3.3.2. Co-design // Η κατεύθυνση του μέλλοντος

Όπως είδαμε και σε προηγούμενα κεφάλαια αυτής της εργασίας, σήμερα περισσότερο από ποτέ, η Σχεδίαση και συγκεκριμένα η Σχεδίαση Υπηρεσιών δίνει λύσεις σε περίπλοκα κοινωνικά ζητήματα και χτίζει τα θεμέλια για ένα καλύτερο για όλους, δημιουργικό, καινοτόμο και αειφόρο μέλλον με την δημιουργία υπηρεσιών που απαντούν στα σύγχρονα προβλήματα. Αναμφίβολα μέρος αυτής της αλλαγής προς το

καλύτερο αποτελεί και η Συνεργατική Σχεδίαση, μια μορφή σχεδιασμού που σέβεται και περιλαμβάνει τον χρήστη ως συνεργάτη και ως βοηθό στην δημιουργική διαδικασία.

Σήμερα, οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί δεν μπορούν να περιμένουν ανθρωποκεντρικά αποτελέσματα και αλάνθαστη και ευχάριστη εμπειρία χρήστη εάν ακολουθούν την ως τώρα κλασική οδό της Σχεδίασης με τον Σχεδιαστή να οδηγεί και να παίρνει όλες τις σημαντικές αποφάσεις βασισμένος στα θέλω των εργοδοτών του. Αντιθέτως και σύμφωνα με το SDL - Service Dominant Logic, η εμπειρία σε μια υπηρεσία έχει σχεδιαστεί για να συνδυάζει μια πληθώρα αντικειμένων και ένα ταξίδι χρήστη για να συν-δημιουργήσει αξία για τους χρήστες αλλά και όλους τους εμπλεκόμενους. (Vargo and Lusch, 2004)

Όπως αναφέρθηκε και σε μια έκθεση από το KPMG (2018) "είναι άλλο να λέμε ότι έχουμε τους πελάτες μας στο κέντρο της επιχείρησής μας και άλλο και δυσκολότερο, να τους έχουμε όντως". Έτσι είναι αναμφίβολο πως για μια εξαιρετικά ανθρωποκεντρική εμπειρία χρήστη επιβάλλεται αυτός να είναι μέρος της συν-δημιουργίας της, ώστε τα αποτελέσματα να βασίζονται στις βαθιές και πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες του.

Στο πυρήνα της η Συνεργατική Σχεδίαση περιέχει βαθιά ριζωμένη την έννοια της συμμετοχής. Το φάσμα της εμπλοκής της συμμετοχής του χρήστη στη διαδικασία είναι και αυτό που ορίζει την βασική διαφορά της από την Συμμετοχική Σχεδίαση. Έτσι αυξάνοντας την συμμετοχή του, πέρα από την απάντηση ερωτηματολογίων και τις συνεντεύξεις προδιαγραμμένων ερωτήσεων, η Συνεργατική Σχεδίαση ορίζει τον χρήστη συν-σχεδιαστή και του δίνει μια βασική θέση στην δημιουργική διαδικασία. Εξάλλου αυτή είναι και η μεθοδολογία που αποδεδειγμένα θα οδηγήσει σε πιο στοχευμένα, με εμπάθεια και σεβασμό προς το χρήστη, επιτυχημένα προϊόντα και υπηρεσίες.

Επιπλέον, σημαντική παράμετρος αποτελεί και αυτή της ηθικής σε μια προσέγγιση όπου οι άνθρωποι καλούνται να είναι μέρος της Σχεδιαστικής διαδικασίας. Αναμφίβολα ο στόχος της είναι η δημιουργία καινοτόμων και επιτυχημένων προϊόντων. Άρα, και τα άτομα που επιλέγονται χρειάζεται να είναι κατά κάποιον τρόπο ενδιαφερόμενοι ή να ανήκουν στο σχεδιαστικό πλαίσιο της εκάστοτε υπηρεσίας ή προϊόντος. Έχοντας αυτά κατά νου, μέρος του ανθρωποκεντρικού σχεδιασμού είναι και η προσέγγιση κάθε ατόμου ως ένα ον με ίσα δικαιώματα στη γνώση, στην απόκτηση αγαθών και στην ζωή γενικότερα. Γνήσια συμμετοχή στη διαδικασία σημαίνει ηθική και πρακτική δέσμευση στον σχεδιαστή να περιλαμβάνει όλες τις φωνές που χρειάζεται να ακουστούν συμπεριλαμβανόμενων και πιθανόν περιθωριοποιημένων ομάδων που η

λήψη αποφάσεων μπορεί να επηρεάζει. Ο στόχος της Συνεργατικής Σχεδίασης πρέπει να κρατάει δημοκρατικό χαρακτήρα και να σέβεται τα βασικά ανθρώπινα δικαιώματα της ελευθερίας του λόγου και της συμμετοχής στα κοινά. (Elizabeth B, N. Sanders & Pieter Jan Stappers, 2019)

3.3.3. Co-design // Θετικά και προκλήσεις

Σύμφωνα με τον Moser (2016) η Συνεργατική Σχεδίαση σκοπεύει στην επίτευξη τριών βασικών στόχων. Στην απόκτηση εμπειρικών δεδομένων μέσω της συνεργασίας και της ανταλλαγής γνώσης, στην στοχευμένη δημιουργία σχεδιαστικών αποτελεσμάτων για την καλύτερη κατανόηση των αναγκών των εμπλεκόμενων ατόμων και στην γενικότερη απόκτηση γνώσεων που θα υποστηρίξουν τα σχεδιαστικά αποτελέσματα ισχυρότερα και ολιστικά.

Όταν γίνεται επιτυχημένα η μορφή αυτή της Σχεδίασης όντως επιτυγχάνει τους παραπάνω στόχους προσφέροντας επιπλέον και επιπρόσθετα θετικά για τους σχεδιαστές, τους χρήστες και τους ενδιαφερόμενους μιας υπηρεσίας. (ή προϊόντος, εφαρμογής κοκ) Το Co-create Handbook (2019) ορίζει αυτά τα θετικά αποτελέσματα ως εξής :

- Η Συνεργατική Σχεδίαση ανεβάζει στο βήθρο άτομα που μέχρι τώρα μπορεί να μην είχαν την ευκαιρία και το κίνητρο για να εκφράσουν τις ιδέες, τα θέλω και τις απόψεις τους
- Δίνεται η δυνατότητα σε εμπλεκόμενους από διαφορετικούς τομείς να εμπλακούν βαθύτερα στη σχεδιαστική διαδικασία και να λάβουν περισσότερες ευθύνες, αυξάνοντας το κίνητρο τους
- Οι ευκαιρίες για βαθύτερη συζήτηση, αναστοχασμό και αναδιοργάνωση σκέψεων και ιδεών είναι πιο συχνές και προκύπτουν από διάφορες υπό ομάδες ενδιαφερόμενων προσφέροντας μια παραγωγική περιπλοκότητα στην διαδικασία
- Τα κοινωνικά δίκτυα μεταξύ των ανθρώπων εκτείνονται και ο διαμοιρασμός της γνώσης γίνεται ευκολότερος
- Και τέλος, η Συνεργατική Σχεδίαση είναι σε θέση να καθιερώσει μια δυναμική διαδικασία εκμάθησης τους σχεδιασμού σε μη ειδικούς ανθρώπους προς όφελος τους

Αναμφίβολα η λίστα των θετικών αυξάνεται και προσαρμόζεται αναλόγως με την περίπτωση σχεδιασμού που μπορεί να προκύψει, το αντικείμενο της και το κάθε ένα διαφορετικό άτομο που μπορεί να εμπλακεί. Παραδείγματος χάρη σε μια σχεδίαση υπηρεσίας κοινωνικής καινοτομίας όπου οι χρήστες μπορούν να εμπλακούν σε συν-σχεδίαση των λύσεων που τους αφορούν, το κόστος και ο χρόνος μειώνονται αφού

οι ιδέες δοκιμάζονται και παράγονται σύμφωνα με τα άμεσα θέλω των εμπλεκομένων.

Επιπλέον λόγω της εφαρμογής του Co-design σε διάφορες καταστάσεις και με διαφορετικούς στόχους τα θετικά του αποτελέσματα επηρεάζουν τρεις διαφορετικές πτυχές στη σχεδίαση (Steen, M., Manschot, M., & De Koning, N. 2011)

Θετικά αποτελέσματα για το project υπό-σχεδίαση , καθώς οι σχεδιαστές μπορούν να διεισδύσουν καλύτερα στα θέλω και τις ανάγκες των χρηστών τους και συνεργατικά να πετύχουν λύσεις σε αυτά ανοίγοντας μια διαδρομή προς μια καινοτόμα και επιτυχημένη υπηρεσία.

1. Θετικά αποτελέσματα για τους χρήστες της υπηρεσίας καθώς θα έχουν την δυνατότητα να έρθουν σε επαφή μαζί της πριν την τελική της μορφή άρα και να επηρεάσουν τις διαδικασίες της λαμβάνοντας εν τέλει μια ποιοτική και ανθρωποκεντρική προσέγγιση ως πελάτες της.
2. Και τέλος θετικά αποτελέσματα για την επιχείρηση ή τον οργανισμό που θα προσφέρει την υπηρεσία καθώς δίνεται η ευκαιρία να βελτιώσουν υπάρχοντα ζητήματα και να καινοτομήσουν με νέες, δημιουργικές πρωτοβουλίες που θα τους ενισχύσουν με νέους πελάτες και ζήτηση και θα βελτιώσουν πτυχές της επιχείρησης μειώνοντας το κόστος, τις επικοινωνιακές δυσκολίες και άλλα επιχειρηματικά ζητήματα.

Ωστόσο σίγουρα, μια διαδικασία που τολμάει να αλλάξει δραστικά τον ως τώρα τρόπο λειτουργίας μιας κλασσικής σχεδιαστικής ομάδας ξεπερνώντας το καθιερωμένο και εμπλέκοντας άτομα με έλλειψη γνώσεων στο κομμάτι της σχεδίασης, έρχεται με τις δικές της προκλήσεις. Έτσι λοιπόν, και οι διαδικασίες του Co-design είναι επιρρεπείς στην αποτυχία και μια πολύ απλή και κοινή μετρική είναι απλώς η χρήση μη δημιουργικών μεθόδων εμπλοκής των ενδιαφερόμενων που οδηγούν σε έλλειψη θέλησης για βοήθεια. Για αποφυγή παρόμοιων καταστάσεων νέες, ενδιαφέρουσες, καινοτόμες και ανοικτές μεθόδους Συνεργατικής Σχεδίασης εμφανίζονται στο παρασκήνιο.

Ο Lee (2008) υπογραμμίζει το κενό μεταξύ κοινωνιολογικής έρευνας από εξωτερικούς ανθρώπους όπως έναν σχεδιαστή και εσωτερικών ανθρώπων όπως έναν άνθρωπο που ζει στην κοινότητα για της οποίας το πλαίσιο παραδείγματος χάρη σχεδιάζουμε μια υπηρεσία. Οπότε, οι Σχεδιαστές με σκοπό την παρακίνηση και την ενεργοποίηση των ανθρώπων να εμπλακούν στην διαδικασία καθώς και για να διευκολυνθεί το χάσμα κάποιον γνωστικών εργαλείων, δημιουργούν και χρησιμοποιούν

toolkits που τους επιτρέπουν να ευνοήσουν την δημιουργικότητα και το θάρρος των συμμετεχόντων μέσα στα σχεδιαστικά βήματα. Στα επόμενα κεφάλαια θα αναλύσουμε με περισσότερη λεπτομέρεια μεθόδους και εργαλειοθήκες της Συνεργατικής Σχεδίασης καθώς ένας από τους στόχους της διπλωματικής αυτής εργασίας είναι και η δημιουργία ενός πειραματικού εργαστηρίου συν-σχεδίασης με τους χρήστες με σκοπό την επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας, με έναν πιο ανθρωποκεντρικό, δημιουργικό και καινοτόμο τρόπο.

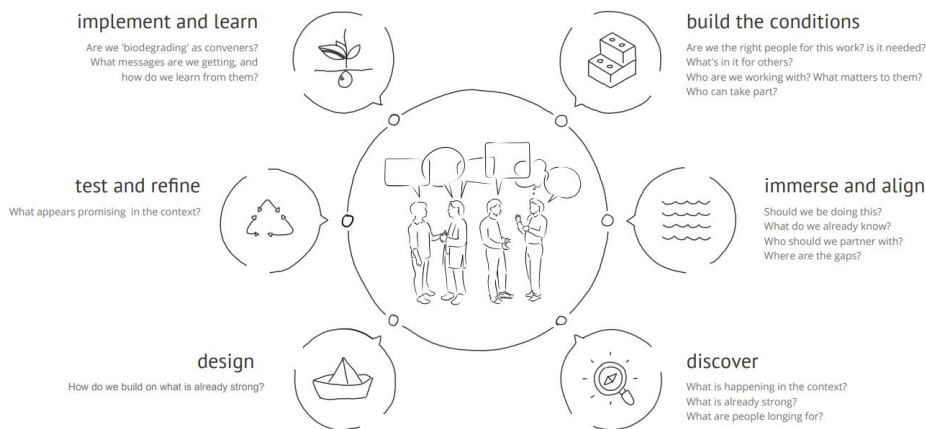
3.3.4. Co-design // φάσεις

Η Συνεργατική Σχεδίαση, είναι μια διαδικασία που μπορεί να σταθεί από μόνη της ή να ενσωματωθεί σε μια μεθοδολογία σχεδίασης όπως αυτές που προαναφέραμε στα προηγούμενα κεφάλαια. Η δική της μεθοδολογία δεν συνηθίζεται να περιέχει τυπικότητες και αλάνθαστα βήματα αλλά να οδηγείτε από τον ίδιο τον σχεδιασμό και την κάθε διαφορετική περίπτωση, δημιουργία και εξελισσόμενα. Προφανώς υπάρχουν μέθοδοι και εργαλεία που προτείνεται να χρησιμοποιούνται για την εξέλιξη της διαδικασίας όπως και προτάσεις και συμβουλές από την βιβλιογραφία. Είναι πολύ σημαντικό να αναφέρουμε ότι οι σχεδιαστές που ακολουθούν μια μεθοδολογία συν-σχεδίασης παίρνουν αποφάσεις για αυτές και δεν ακολουθούν απλά συμβουλές. (Burkett, 2012).

Τυπικά παραδείγματα συμμετοχικών μεθόδων εμπλοκής των χρηστών στη σχεδιαστική διαδικασία αποτελούν συν-σχεδιαστικά εργαστήρια, παιχνίδια, διαδραστικά εργαλεία και μέθοδοι παραγωγής ιδεών και καινοτομίας.

Μια διαδεδομένη μεθοδολογία ή πρόταση βημάτων του Co-design απεικονίζεται στο παρακάτω σχήμα.

co-design process



Εικόνα 8 – Co-Design Process (Beyond sticky notes, 2019)

Η διαδικασία χαρακτηρίζεται από επαναληπτικότητα καθώς κάθε στάδιο είναι εύφορο έδαφος για αναστοχασμό και εμπλουτισμό των επόμενων σταδίων.

Αρχικά χρειάζεται να οριστούν οι στόχοι της διαδικασίας. Τι θέλουμε να πετύχουμε, ποια είναι η υπηρεσία για την οποία ή την οποία σχεδιάζουμε, ποιοι εμπλέκονται σε αυτήν και πως μπορούν να μας βοηθήσουν ως μέρος της συν-σχεδιαστικής διαδικασίας; Επίσης τεχνικές λεπτομέρειες όπως προθεσμίες και προϋπολογισμός είναι κρίσιμα δεδομένα στην εξέλιξη της διαδικασίας άρα και χρειάζεται να είναι γνωστά και ορισμένα από την αρχή της.

Έπειτα ο σχεδιαστής χρειάζεται να αμφισβητήσει λίγο τους αρχικούς του στόχους και να τους επαναπροσδιορίσει ώστε η διαδικασία να αναμένεται να έχει σίγουρα αποτελέσματα.

Σε αυτό το σημείο σημαντικό βήμα αποτελεί και η ανακάλυψη και η έρευνα. Τι χρειάζεται βελτίωση και που οι ανάγκες των χρηστών δεν ικανοποιούνται καθώς και ποιες προκλήσεις έχουμε να αντιμετωπίσουμε στο σχεδιαστικό μας πλαίσιο;

Στη συνέχεια το πιο πρακτικό σημείο της διαδικασίας η συν-σχεδίαση αρχίζει και παίρνει μορφή. Αφού ορίσουμε όλες τις προκλήσεις, το χρόνο, τον προϋπολογισμό, τους συμμετέχοντες και τον τελικό μας σκοπό χρειάζεται να αποφασίσουμε τις δράσεις που θα λάβουν χώρα. Η επιλογή ενός χώρου, η προσέγγιση των συμμετεχόντων με θερμό και οικείο τρόπο καθώς και η πλήρης διαφάνεια για τον σκοπό της διαδικασίας είναι πρωταρχικής σημασίας. Έπειτα, co-design

workshops, παιχνίδια, συνεντεύξεις, μέθοδοι και εργαλειοθήκες συνδυάζονται με μοναδικό τρόπο ανάλογα τους στόχους και την υπό σχεδίαση υπηρεσία. Αυτές οι δραστηριότητες συνολικά αποσκοπούν στη παραγωγή ιδεών με καινοτόμο και δημιουργικό χαρακτήρα, που προέρχονται από τους ίδιους τους εμπλεκόμενους σε μια υπηρεσία, δίνοντας της τον απόλυτο ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα που αναζητούμε.

Αφού η παραγωγή ιδεών είναι επιτυχείς, το επόμενο στάδιο είναι η δοκιμή τους. Έτσι συχνά πρωτοτυποποιούμε και δοκιμάζουμε μέρη αυτών των ιδεών όσο πιο κοντά μπορούμε στο πλαίσιο στο οποίο θα σταθούν αργότερα με σκοπό να βρούμε λάθη, να λάβουμε ανατροφοδότηση από τους χρήστες και να βελτιώσουμε τις ιδέες μας.

Τέλος η υλοποίηση της υπηρεσίας προχωράει μετά τον πιλοτικό χαρακτήρα της στην υιοθέτηση από επιχειρήσεις και οργανισμούς, και αρχίζει η λειτουργία της. Ακόμη και σε αυτό το στάδιο είναι σημαντικός ο αναστοχασμός και η λήψη δεδομένων που αφορούν την επιτυχία της διαδικασίας εκ του αποτελέσματος και την παραγωγή νέων μετρικών για τις επόμενες συν-σχεδιαστικές διαδικασίες.

4. Κεφάλαιο 4 : Case study // The Loop Project

4.1. Εισαγωγή

Το *The Loop Project* αποτελεί ιδανική μελέτη περίπτωσης της εργασίας αυτής καθώς όπως θα δούμε και στα επόμενα κεφάλαια παρότι την αρχική του επιτυχία οι δράσεις του στη κοινωνία δεν συνεχίστηκαν. Έτσι θα πατήσουμε στα βήματα που έκανε η ομάδα πριν δύο χρόνια για να δημιουργήσουμε ένα συνεργατικό εργαστήριο με τους χρήστες της υπηρεσίας με σκοπό να αναδυθούν λύσεις στα προβλήματα και τα κενά που οδήγησαν την πρωτοβουλία αυτήν σε αναστολή. Αυτό το εργαστήριο αναμένεται να έχει δραστικές, καινοτόμες και νέες ιδέες με ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα και να αλλάξει ριζικά πλευρές του αρχικού project προς το καλύτερο.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθεί το αρχικό project και όλα τα στάδια σχεδίασης του με σκοπό να εξοικειωθούν οι αναγνώστες αυτής της διπλωματικής εργασίας με το πλαίσιο και την υπηρεσία προς επανασχεδίαση με σκοπό να καταλήξουμε στην σχεδίαση του συνεργατικού εργαστηρίου στα τελευταία κεφάλαια της.

Το *The Loop Project* είναι μια υπηρεσία που σχεδιάστηκε στα πλαίσια ενός εργαστηριακού μαθήματος για την Σχεδίαση Υπηρεσιών. Ως μέλος της ομάδας που σχεδίασε την συγκεκριμένη υπηρεσία αποφάσισα να την χρησιμοποιήσω σαν μελέτη περίπτωσης στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία καθώς οι αρχές με τις οποίες σχεδιάστηκε συμβαδίζουν με τις θεματικές της εργασίας αυτής και επιπλέον τα αποτελέσματα της πρωτοτυποποίησης της υπηρεσίας αν και θετικά έδειξαν χώρο για παραπάνω μελέτη με σκοπό τη βελτίωση της υπηρεσίας.

Η υπηρεσία *The Loop Project* σχεδιάστηκε με κανόνα την κοινωνική καινοτομία στα πλαίσια της Ερμούπολης Σύρου και το θέμα της αναδύθηκε από την ίδια την κοινωνία στην οποία αναφέρεται. Τα θέματα τα οποία η υπηρεσία αγγίζει βαθύτερα είναι η διαχείριση απορριμμάτων και συγκεκριμένα της κατηγορίας της ένδυσης και των αξεσουάρ και η κοινωνικοποίηση των κατοίκων του πλαισίου μέσω δημιουργικών δραστηριοτήτων. Το βασικό της έργο όπως θα δούμε αναλυτικά και στα επόμενα κεφάλαια είναι να διοργανώνει pop up events στα οποία οι συμμετέχοντες θα καλούνται να πουλήσουν, ανταλλάξουν η μεταποιήσουν τα ενδύματα και αξεσουάρ που έχουν αλλά δεν χρησιμοποιούν πια.

4.2. Προβληματικός χώρος

Με σκοπό να οριστεί ο προβληματικός χώρος και με στόχο να σχεδιάσουμε με βάση τη κοινωνική καινοτομία, εγώ και η σχεδιαστική ομάδα, εκτελέσαμε συνεντεύξεις ελεύθερης μορφής - ad hoc στις γειτονιές μας στην Ερμούπολη της Σύρου. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανάδυση προβλημάτων από τους ίδιους τους κατοίκους της γειτονίας.

Οι συνεντεύξεις έγιναν με τη εξής μορφή:

1. Εισαγωγή και συστάσεις.
2. Ερωτήσεις συζήτησης και γενικές πληροφορίες για τα πράγματα που του αρέσουν και που τον απασχολούν.
3. Ερωτήσεις γύρω από τα προβλήματα της γειτονιάς και συζήτηση γύρω από αυτά.
4. Ειδικές ερωτήσεις γύρω από την κοινωνική καινοτομία εάν το άτομο το επιθυμούσε ή είχε χρόνο στη διάθεση του.

Παράδειγμα ερωτήσεων που έγιναν:

Προσωπικές ερωτήσεις.

- Ποια είναι η ηλικία σας;
- Με τι ασχολείστε;
- Είστε μόνιμος κάτοικος Σύρου;
- Πόσο καιρό μένετε σε αυτή τη συγκεκριμένη γειτονιά;

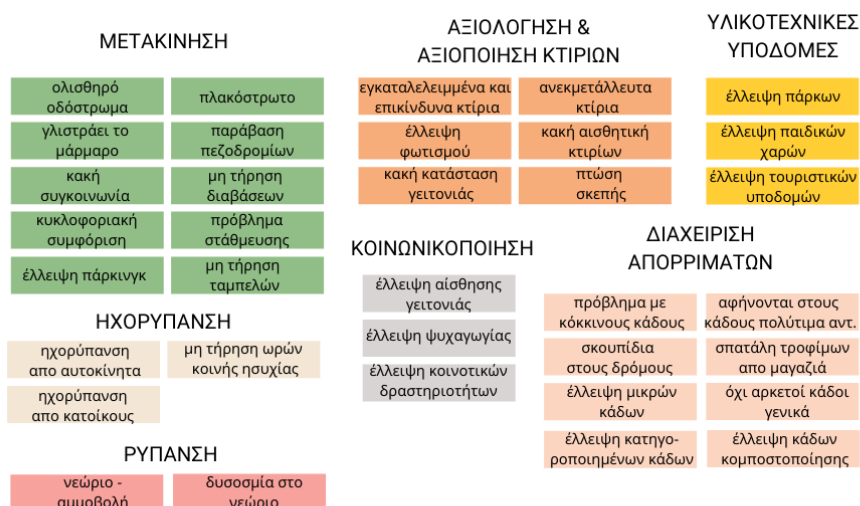
Ερωτήσεις γενικής μορφής.

- Ποιο είναι το αγαπημένο σου κομμάτι αυτής της γειτονιάς;
- Αντιμετωπίζετε προβλήματα καθημερινά στη γειτονιά σας;
- Ποιο πιστεύετε ότι είναι το πιο μεγάλο πρόβλημα της γειτονιάς σας;
- Έχετε προσπαθήσει ποτέ με κάποιο τρόπο να επιλύσετε αυτό το πρόβλημα;
- Νιώθεις πως εντάσσεσαι ή πως είσαι πιο ανεξάρτητος όσον αφορά στο σύνολο της μικρής κοινότητας

Ειδικές ερωτήσεις.

- πως αντιλαμβάνεσαι τον όρο κοινωνική καινοτομία;

Στη συνέχεια και αφού ολοκληρώθηκαν 36 σε σύνολο συνεντεύξεις τα συμπεράσματα τους αναλύθηκαν και η ομάδα προχώρησε σε μια λίστα προβλημάτων και ευκαιριών για σχεδίαση που προέκυψαν από αυτή την έρευνα προβληματικού χώρου στο πλαίσιο της κοινότητας της Σύρου. Η λίστα αυτή περιείχε ποικιλία προβλημάτων που η ομάδα κλήθηκε να κατηγοριοποιήσει με την μέθοδο της ομαδοποίησης - clustering δηλαδή της ομαδοποίησης παρόμοιων δεδομένων υπό μία κατηγορία συνόλου δεδομένων. Τα αποτελέσματα της διαδικασίας αυτής φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.



Εικόνα 9 – Clustering Process (The Loop Project service design)

Μετά από την εφαρμογή της μεθόδου της ομαδοποίησης σύμφωνα με το είδος των προβλημάτων αναδύθηκαν επτά κατηγορίες γενικότερου περιεχομένου που φαίνονται στην εικόνα με μορφή επικεφαλίδας. Οι κατηγορίες αυτές μεταφέρουν την βάση του θέματος που δημιουργεί τα προβλήματα που οι κάτοικοι της γειτονιάς περιέγραψαν. Παραδείγματος χάρη το πρόβλημα έλλειψης κάδων διαφορετικών ειδών στη γειτονιά ανήκει στη γενική κατηγορία Διαχείριση Απορριμμάτων.

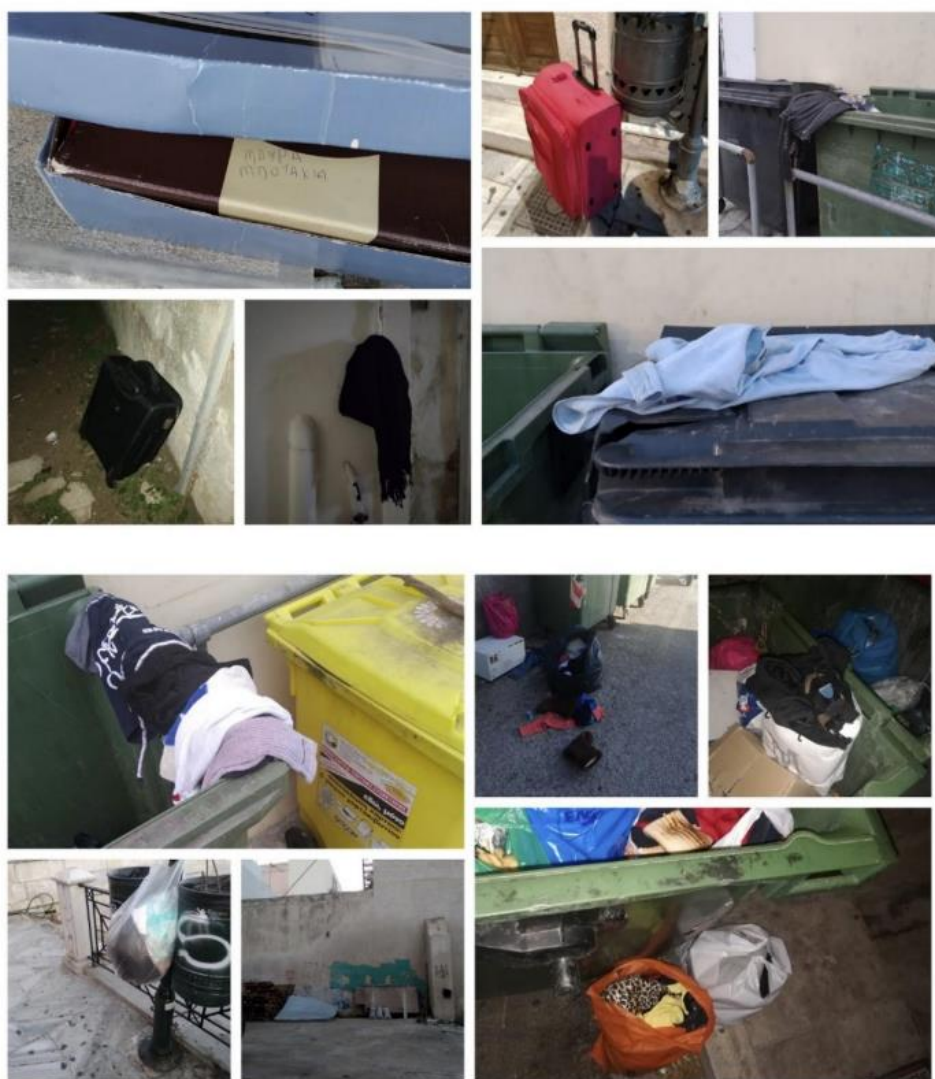
Κατηγορίες – Θεματικές ενότητες προβλημάτων που προέκυψαν:

1. μετακίνηση
2. κοινωνικοποίηση
3. υλικοτεχνικές υποδομές
4. διαχείριση απορριμμάτων
5. ρύπανση
6. αξιολόγηση και αξιοποίηση κτιρίων
7. ηχορύπανση

4.3. Έρευνα πεδίου

Στο επόμενο στάδιο η ομάδα προχώρησε σε έρευνα πεδίου για κάθε μια από τις θεματικές καθώς και σε αρχικό ιδεασμό και ανάλυση τους ως ευκαιρίες για σχεδίαση. Μετά από εκτενή έρευνα και συζήτηση

αποφασίστηκε να προχωρήσουμε με τις κατηγορίες 2.Κοινωνικοποίηση και 4.Διαχείριση απορριμμάτων. Η κατηγορία 2 εμφανίστηκε στην συζήτηση με τους κατοίκους τις περισσότερες φορές από όλες ως μια συνεχή ανάγκη που θα ήθελαν οι κάτοικοι της περιοχής. Όσον αφορά τη κατηγορία 4 η ομάδα με σκοπό να συγκεκριμενοποιήσει το πλαίσιο του πεδίου για σχεδίαση εκτέλεσε παρατήρηση πεδίου στο πλαίσιο της γειτονίας - κοινότητας της Σύρου. Ένα ζήτημα που φάνηκε να υπερισχύει ήταν η εγκατάλειψη ρούχων σε κάδους που προοριζότανε για άλλα αντικείμενα. Συγκεκριμένα φάνηκε να υπάρχει μια προσπάθεια δωρεάς αυτών των αντικειμένων με τον ιδιόρρυθμο αυτό τρόπο. Τα ρούχα και αξεσουάρ παρατηρήθηκε να είναι καθαρά και σε χωριστές συσκευασίες.



Εικόνα 10 – Παρατήρηση πεδίου (The Loop Project service design)

Έτσι δημιουργήθηκε ένας πίνακας με βάση τις δύο θεματικές για σχεδίαση, την κοινωνικοποίηση και την διαχείριση απορριμμάτων και συγκεκριμένα ρούχων και αξεσουάρ, των λόγων που η έρευνα έδειξε να υπάρχουν πίσω από συγκεκριμένες παρατηρήσεις και των ευκαιριών που προέκυψαν από αυτούς.

| Θεματική | Παρατηρήσεις | Λόγοι | Ευκαιρία |
|----------------------------|--|--|---|
| Κάδοι και σκουπίδια | Πολλά ρούχα πετιούνται ή τοποθετούνται δίπλα σε κάδους που προορίζονται για άλλα σκουπίδια | -Δεν υπάρχει συγκεκριμένος χώρος για να αφήνει κανείς ρούχα, εκτός της εκκλησίας και των συνεργαζόμενων φορέων της -Πολλοί δεν επιλέγουν να δωρίσουν στην εκκλησία λόγω έλλειψης διαφάνειας -Δεν υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης ρούχων | Το γεγονός ότι τα ρούχα αφήνονται δίπλα στους κάδους και σε καλή σχετικά κατάσταση με σακούλες και επεξηγηματικά μηνύματα δείχνει πως η κοινότητα είναι διατεθειμένη να δωρίσει τα ρούχα σε αυτούς που τα έχουν ανάγκη, υπάρχει πρόθεση για βοήθεια αλλά δεν υπάρχουν υποδομές/υπηρεσίες |
| Μετακόμιση φοιτητών | Η Ερμούπολη είναι μια πόλη με πανεπιστήμιο και οι φοιτητές είναι αναπόσπαστο μέρος την κοινωνίας και της οικονομίας της. Είναι φυσικό επακόλουθο πως καθώς οι φοιτητές ανανεώνονται τα σπίτια στα οποία ζουν αλλάζουν συχνά ιδιοκτήτη. Έτσι το άτομο το οποίο φτάνει | -Κοστίζει ακριβά να χρησιμοποιήσεις μεταφορική από το νησί της Σύρου σε οποιοδήποτε άλλο μέρος -Ο φοιτητής δεν θέλει/μπορεί να μεταφέρει τόσα πολλά πράγματα -Τα παλιά του πράγματα μπορεί να μην ταιριάζουν με την αισθητική του νέου χώρου στον οποίο θα μετακομίσει -Το μέλλον του φοιτητή είναι αβέβαιο καθώς δεν ξέρει ακριβώς που θα πάει μετά τις σπουδές του και τί θα κάνει -Νέοι φοιτητές οι οποίοι έρχονται στην Σύρο και χρειάζονται | Οι χώροι αυτοί που πρόκειται να αλλάξουν ιδιοκτήτη και έχουν πολλά από τα πράγματα (ρούχα, έπιπλα αντικείμενα) που ο προηγούμενος ένοικος θέλει να μεταβιβάσει σε άλλους μένουν για κάποιο χρονικό διάστημα άδεια έτσι μπορεί να χρησιμοποιηθούν ως μέρος πραγματοποίησης κάποιας ανταλλακτικής εκδήλωσης μπαζάρ. |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | <p>στο σημείο που πρέπει να ξενοικιάσει και να αφήσει πίσω του ένα καθαρό χώρο για τον επόμενο φοιτητή χρειάζεται να πάρει όλα τα αντικείμενα που απέκτησε στην κατοχή του τα τελευταία 5 χρόνια των σπουδών του. Αυτό μερικές φορές είναι αδύνατο έτσι πολλοί φοιτητές παίρνουν την πρωτοβουλία να χαρίσουν ή να πουλήσουν τα πράγματα τους στους επόμενους ενοίκους ή σε άλλους φοιτητές</p> | <p>πράγματα/ρούχα/έπιπλα για το νέο τους σπίτι.</p> | |
| <p>Καταστήματα για αγορές στη Σύρο</p> | <p>Το αγοραστικό κοινό της Σύρου δυσκολεύεται να κάνει ηθικές αγορές. Δηλαδή να ψωνίσει από καταστήματα που δεν ανήκουν στην κατηγορία της γρήγορης μόδας</p> | <p>-Δεν υπάρχουν καταστήματα ηθικής μόδας -Υπάρχουν 2 κατηγορίες καταστημάτων στην Σύρο, τα <i>fast fashion</i> και οι μπουτίκ, οι οποίες είναι ακριβές αλλά έχουν καλή ποιότητα και απευθύνονται σε μεγαλύτερο ηλικιακό κοινό και είναι συγκεκριμένα τα στυλ τα οποία πωλούν. - Δεν υπάρχουν πολλά καταστήματα για να υποστηρίξουν τον οικονομικό προϋπολογισμό των φοιτητών. -Δεν υπάρχει ποικιλία, οπότε όλοι φοράνε τα</p> | <p>Υπάρχει ένα μεγάλο κοινό στην Σύρο που θα ήθελε να κάνει πιο ηθικές επιλογές στο κομμάτι της μόδας έτσι τα άτομα αυτά θα ήταν πιθανό απευθυνόμενο κοινό σε μια υπηρεσία που πληροί αυτά τα κριτήρια.</p> |

| | | | |
|------------------------------------|--|--|--|
| | | ίδια ρούχα και δεν μπορείς να αναπτύξεις την προσωπικότητά σου μέσα από τα ρούχα σου. | |
| Κοινότητα – κοινωνικοποίηση | Οι κάτοικοι δεν νιώθουν γειτονία, κοινότητα, σύνολο | -Η Σύρος είναι μια κλειστή και μικρή κοινωνία και μερικές φορές είναι δύσκολο να γίνει το πρώτο βήμα για νέες δράσεις κοινωνικοποίησης -Το φοιτητικό κοινό έχει πολλές κλειστές παρέες που δεν έχουν ανοίξει παραπάνω τους κύκλους τους -Οι ντόπιοι κάτοικοι δυσκολεύονται να γνωρίσουν τον νέο κόσμο που έρχεται λόγω του πανεπιστημίου καθώς δεν έχουν κοινά στέκια και δραστηριότητες | Οι κάτοικοι του νησιού είναι δύσκολοι στην αρχική προσέγγιση αλλά όταν γίνει η αρχή είναι πολύ ανοιχτοί και φιλικοί και οι φοιτητές είναι πιο δηλοί στα πρώτα τους βήματα αλλά πολύ θερμοί στο να γνωρίσουν νέο κόσμο. Έτσι μέσα από κοινές δραστηριότητες που ωφελούν και τα δύο κοινά η συνεργασία και το ομαδικό πνεύμα πρόκειται να αποτελέσουν εύφορα εδάφη για νέες κοινωνικές σχέσεις |
| Νοοτροπία | Υπάρχουν μικροί κύκλοι κατοίκων που ανταλλάσσουν ρούχα και έπιπλα μεταξύ τους χωρίς αυτές οι ενέργειες να γίνονται γνωστές σε όλη τη κοινότητα | -Οι κύκλοι δεν γνωρίζουν αν υπάρχει θέληση και από άλλους -Δεν υπάρχει κάποια συντονισμένη προσπάθεια ή ενέργεια από το Δήμο ή άλλους φορείς -Υπάρχει ένα κοινοτικό παζάρι από την εκκλησία το οποίο γνωρίζουν κατά κύριο λόγο μόνο άτομα που εμπλέκονται με αυτούς τους κύκλους -Δεν υπάρχει σωστή ενημέρωση και χαρτογράφηση αναγκών | Η θέληση και η προσπάθεια για δωρεά και ανταλλαγή είναι φανερή σε κλειστούς κύκλους. Έτσι με κατάλληλη ενημέρωση αναμένεται αρκετή συνέπεια και όρεξη σε μια μελλοντική οργανωμένη ενέργεια |

Πίνακας 1 – Θεματικές ενότητες (The Loop Project service design)

Ο πίνακας δείχνει καθαρά πως οι θεματικές που επιλέχθηκαν έχουν αρκετές αναφορές στην καθημερινότητα των κατοίκων της Σύρου και πως πολλές ευκαιρίες για σχεδίαση προκύπτουν προς όφελος της νέας μας υπηρεσίας.

4.4.Σχεδιαστικό brief, όραμα και πρόταση αξίας

Το επόμενο στάδιο της ομάδας ήταν η συγκεκριμενοποίηση του σχεδιαστικού μας brief για την υπηρεσία υπό σχεδίαση, του οράματος της υπηρεσίας και της πρότασης αξίας της.

Brief

Υποστηρίζοντας τους στόχους της κοινωνικής καινοτομίας η υπό σχεδίαση υπηρεσία αφορά το νεανικό κοινό στο τοπικό πλαίσιο της Σύρου. Πρόκειται για ένα κοινοτικό έργο που διοργανώνει, στεγάζει, υποστηρίζει pop-up εκδηλώσεις, το οποίο αφορά την πώληση, ανταλλαγή, επιδιόρθωση, μεταποίηση ενδυμάτων, αξεσουάρ και μικροαντικειμένων. Η τοποθεσία των εκδηλώσεων (πλαίσιο) θα είναι μεταβαλλόμενη, θα στεγάζεται και θα ορίζεται από τις ευκαιρίες που προκύπτουν στην τοπική κοινότητα.

Όραμα

Το όραμα της υπηρεσίας *The Loop Project* ήταν η δημιουργία μιας νέας κουλτούρας κοινωνικοποίησης και αξιοποίησης όλων των αγαθών που ήδη έχουμε στην κατοχή μας μειώνοντας τελικά τον αχαλίνωτο καταναλωτισμό που εκφράζει την σύγχρονη κοινωνία. Οι ρίζες του οράματος μας ξεκίνησαν φυσικά από την κοινωνία της Σύρου και για αυτό στοχεύσαμε στη δραστηριοποίηση των κατοίκων της συνολικά και χωρίς διακρίσεις ώστε να γίνουν μέρος αυτής της πρωτοβουλίας και να την ενσωματώσουν στην καθημερινότητα τους.







Πρόταση αξίας

Βοηθώντας τους χρήστες να μεταβιβάσουν τα αντικείμενα τους σε νέους χρήστες η υπηρεσία μας επαναπροσδιορίζει, διευρύνει και ενισχύει την αξία αυτών των αντικειμένων ενώ ταυτόχρονα προωθεί μια κουλτούρα κοινωνικοποίησης και ανταλλαγής. Έτσι γινόμαστε μια ενεργή και συλλογική κοινότητα και ομάδα, κερδίζοντας υλικούς και πνευματικούς πόρους όπως γνώσεις, εμπειρίες και φιλίες ενώ σε μεγαλύτερη κλίμακα φροντίζουμε και βοηθάμε το περιβάλλον.

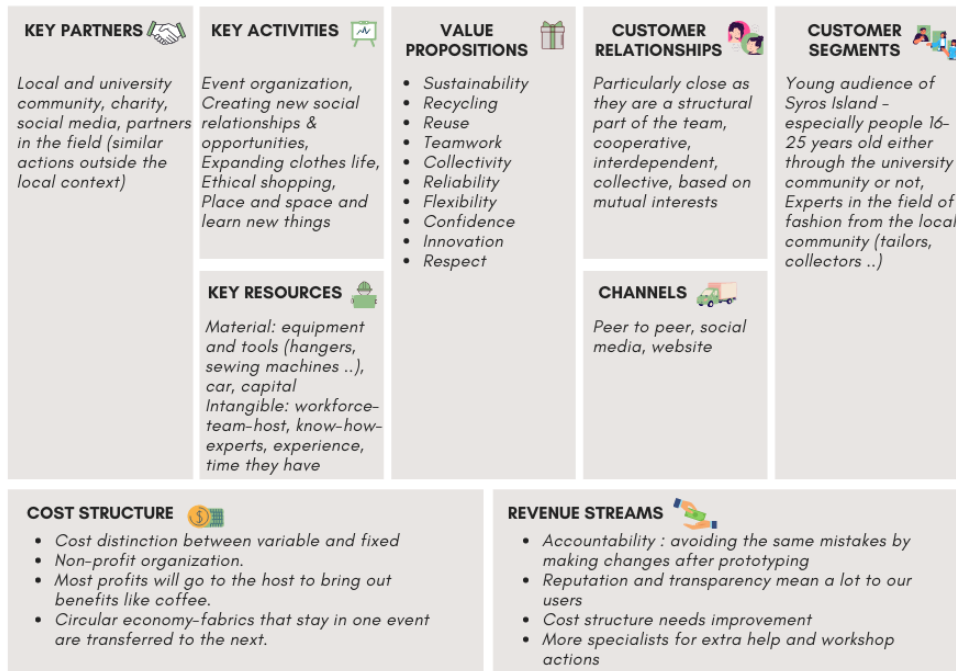
4.5. Πρωτοτυποποίηση

Εργαλεία Σχεδίασης Υπηρεσιών

Το επόμενο στάδιο που ακολουθήθηκε στα πλαίσια αυτής της εργαστηριακής άσκησης ήταν η δημιουργία ενός λειτουργικού πρωτοτύπου της υπηρεσίας που σχεδιάστηκε. Για αυτό το σκοπό χρειάστηκε η βαθύτερη σχεδίαση της εμπειρίας του χρήστη και των δραστηριοτήτων της υπηρεσίας. Τα εργαλεία της Σχεδίασης Υπηρεσιών που χρησιμοποιήσαμε για την απεικόνιση της εμπειρίας του χρήστη ήταν το *Service Blueprint*, το *Customer Journey Map*, το *Business Model Canvas* και το *Stakeholder Map*.

| | | | | | |
|---|-------------------------|---|--|--|--|
|  | EMOTIONAL STATUS | Confusion, concerns | Impatience, questions, excitement | Enthusiasm, creativity, embarrassment, satisfaction | Sense of supply, social development |
|  | CONTEXT | <ul style="list-style-type: none"> public spaces uni participants homes | <ul style="list-style-type: none"> public spaces uni participants homes event's venue | <ul style="list-style-type: none"> host's home event's venue | <ul style="list-style-type: none"> public spaces uni event's venue |
|  | CUSTOMER GOAL | <ul style="list-style-type: none"> reduction of customers clothes volume need to socialize need to volunteer-contribute to a cause | <ul style="list-style-type: none"> learn about actions and values contribute as seller join the team | <ul style="list-style-type: none"> visitors: ethical shopping, socializing, contributing to a sustainable future sellers&host: all the above plus financial profit | <ul style="list-style-type: none"> learn about your clothes route give feedback decide on positive or negative impact |
|  | TIMELINE | before the loop project | first contact with the loop project | during customer's first attend to an event | after customer's first experience with the loop project |
|  | TOUCHPOINTS | <ul style="list-style-type: none"> social media peer to peer through university studio class | <ul style="list-style-type: none"> social media peer to peer through university studio class reacting to brochures | <ul style="list-style-type: none"> social media peer to peer press release | <ul style="list-style-type: none"> social media personal contact with the team |
|  | CHANCES | Search for the service, primary information | Acquaintance, first contact with the action through an upcoming event | Reduce clothes volume, socialize, save money | Satisfy social needs, make ecological impact |

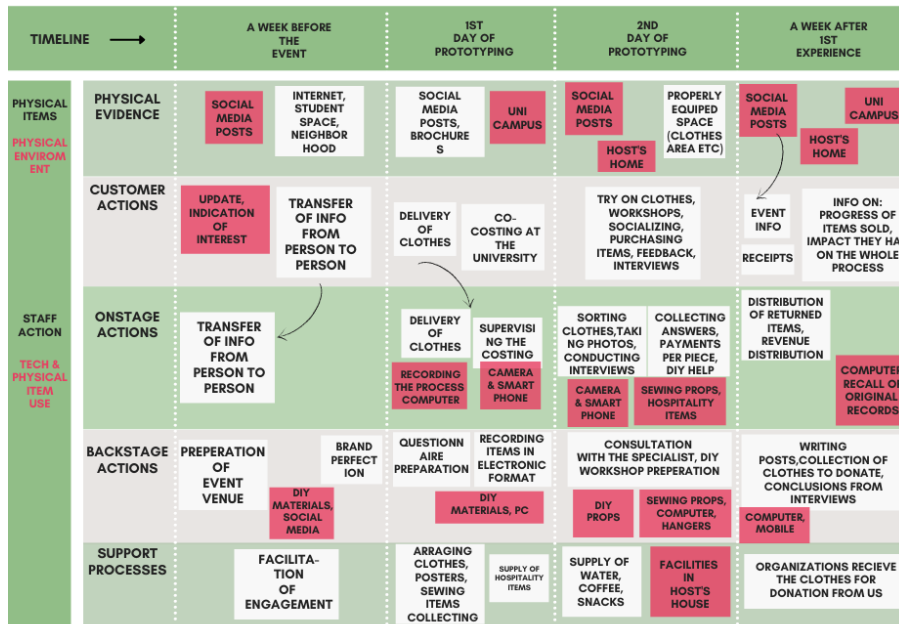
Εικόνα 11 – Customer Journey Map (The Loop Project service design)



Εικόνα 12 - Business Model Canvas (The Loop Project service design)



Εικόνα 13 - Stakeholder Map (The Loop Project service design)



Εικόνα 14 - Service Blueprint (The Loop Project service design)

4.6. Ρόλοι και κανόνες

Για την ομαλή διοργάνωση του λειτουργικού πρωτοτύπου της υπηρεσίας μας και από τις ανάγκες που προσδιορίστηκαν και μέσω των εργαλείων σχεδίασης υπηρεσιών που προαναφέρθηκαν, η ομάδα όρισε τους ρόλους των συμμετεχόντων καθώς και τους κανόνες της συμμετοχής στο event. Τα παρακάτω ενημερωτικά φυλλάδια σχεδιάστηκαν με σκοπό την χρήση τους στα κοινωνικά δίκτυα πριν την ημέρα του event ώστε να υπάρχει διαφάνεια και κατανόηση της διαδικασίας από όλους. Συμπληρωματικά τυπώθηκαν και κολλήθηκαν και στον χώρο της διοργάνωσης.

| Q | Visitor | Q | Seller | Q | Host | Q | Specialist | Q | Design team |
|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
| | Δεν είναι απαραίτητο να φέρεις τα ρούχα σου ή την επιδεξιότητα σου για να συμμετέχεις στο event. Η αλλαγή κλίματος παραμένει μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις της εποχής μας. Μπορείτε να κάνετε τη διαφορά κινώντας ηθικά και συμβάλλοντας στην ενσωμάτωση της Αειφορίας στην καθημερινότητά μας. | | Οι πωλητές είναι τα άτομα που φέρνοντας τα δικά τους κομμάτια προς πώληση γίνονται ενεργοί χρήστες της υπηρεσίας μας. Συμμετέχοντας στην κοστολόγηση και στην επιλογή της πορείας των αντικειμένων σας έχετε το πλήρη έλεγχο τους. Ενωθείτε μαζί μας στον αγώνα υπέρ της ηθικής μόδας. | | Ο οικοδεσπότης μας είναι ο πυρήνας κάθε event μας. Παρέχει το χώρο και τις υπηρεσίες του με σκοπό την πώληση, την ανταλλαγή και την δωρεά των ρούχων του ενώ ο προσωπικός του στόχος είναι η μείωση όγκου των πραγμάτων του. | | Οι ειδικοί! Τα άτομα που μας βοηθάνε στο re-branding μια από τις βασικότερες αξίες μας. Ξέρεις να ράβεις, να επιδιορθώνεις ή έχεις μια ιδιαίτερη ικανότητα που νομίζεις ότι θα είναι χρήσιμη. Επικοινωνήσε μαζί μας! | | Η οργανωτική ομάδα είναι το εργασιακό προσωπικό που κάνει την κάθε εκδήλωση της υπηρεσίας μας πραγματικότητα. Είναι υπεύθυνοι για τη διοργάνωση και την εκτέλεση κάθε εκδήλωσης μας σύμφωνα με τα θέλω και τις ανάγκες του host. |

Εικόνα 15 - Ρόλοι συμμετεχόντων (The Loop Project service design)



Εικόνα 16 – Βασικοί κανόνες εκδήλωσης (The Loop Project service design)

4.7. Εταιρική ταυτότητα

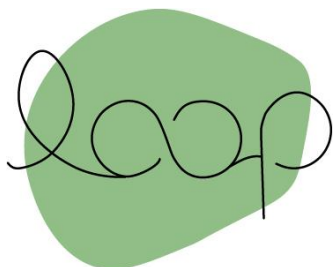
Σημαντικό κομμάτι για την σχεδιαστική μας ομάδα αποτέλεσε εξίσου και η δημιουργία μιας εταιρικής ταυτότητας για την νέα μας υπηρεσία. Η εταιρική ταυτότητα χρησιμοποιείται ως ειδοποιός διαφορά μιας υπηρεσίας από τους ανταγωνιστές και δημιουργεί μια αίσθηση συνοχής και συνέπειας στην εμπειρία χρήστη αλλά και σε όλα τα κανάλια της υπηρεσίας, από τον φυσικό χώρο μέχρι και τα κοινωνικά δίκτυα ή την ιστοσελίδα της. Έτσι για να κάνουμε το *The Loop Project* χωριστό και αναγνωρίσιμο επιλέξαμε να κινηθούμε σε μια αισθητική που να είναι ταυτόσημη με τις αρχές του. Η περιβαλλοντική συνείδηση, η αγάπη για την ηθική μόδα και οι σύγχρονες τάσεις ήταν η έμπνευση μας για τη δημιουργία του λογότυπου της υπηρεσίας, της αφίσας του event, των κοινωνικών μας δικτύων και της ιστοσελίδας που δημιουργήσαμε.

Mood board



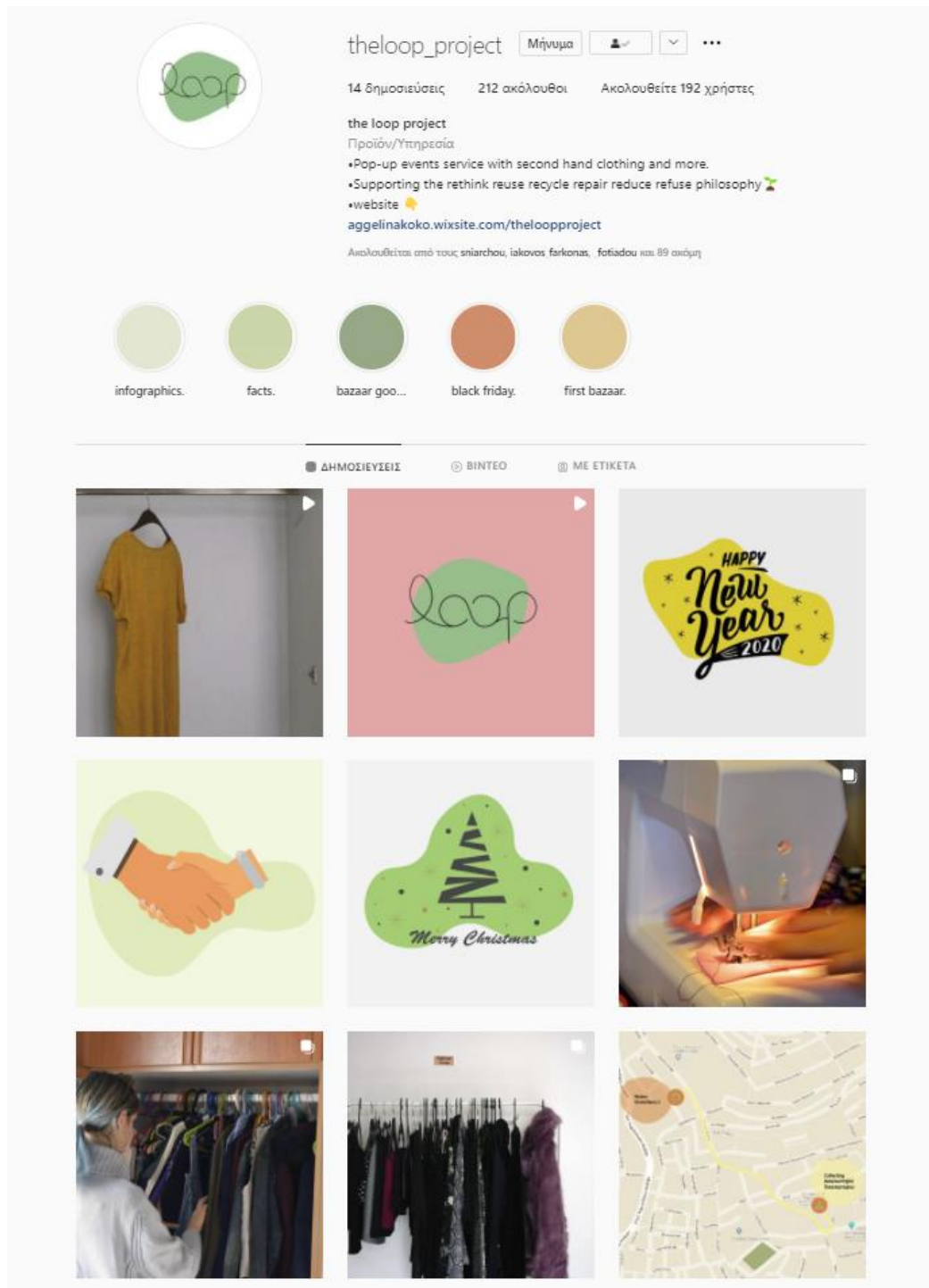
Εικόνα 17 – Mood board βασισμένο στις αξίες της υπηρεσίας (The Loop Project service design)

Λογότυπο



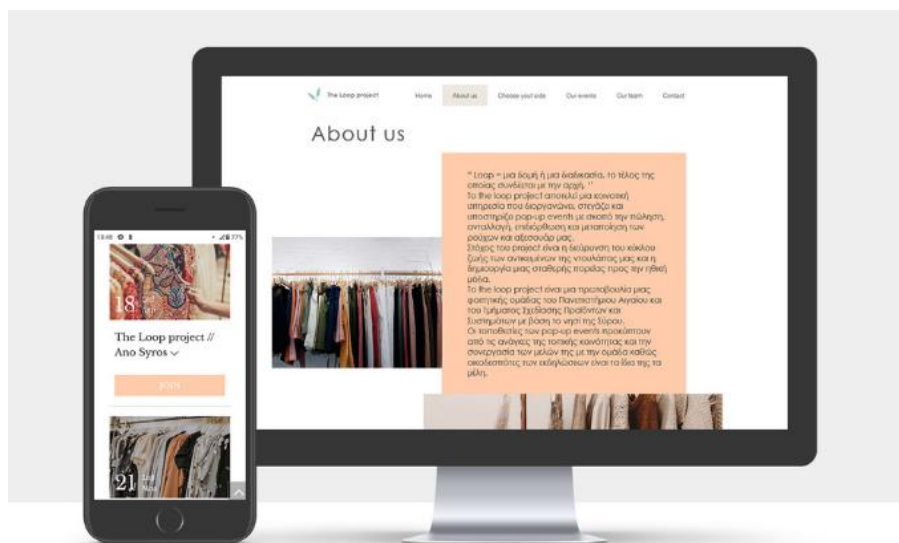
Εικόνα 18 – Λογότυπο (The Loop Project service design)

Κοινωνικά δίκτυα



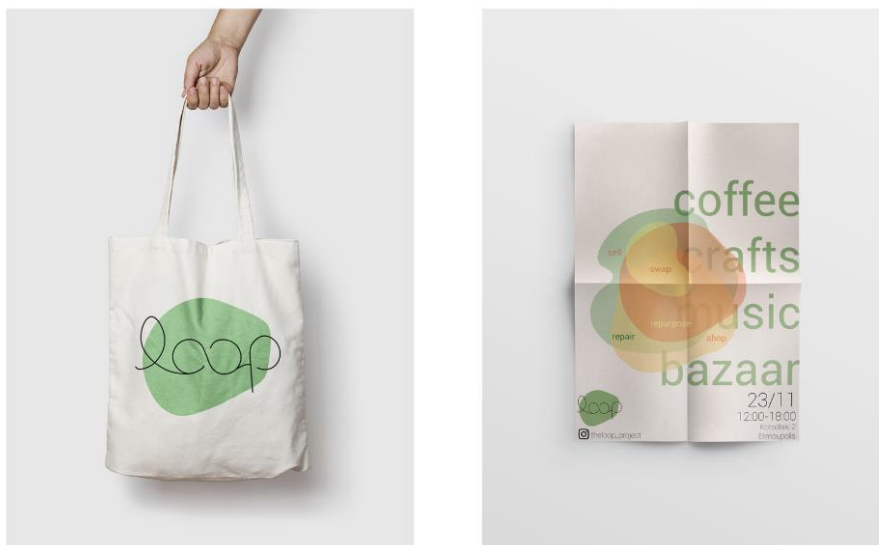
Εικόνα 19 – Στιγμιότυπο λογαριασμού στο Instagram (The Loop Project service design)

Website



Εικόνα 20 – Website view (The Loop Project service design)

Αφίσα και τσάντα event



Εικόνα 21 – Prints (The Loop Project service design)

Πρωθητικό βίντεο

[The Loop Project promotion video on Vimeo](#)

4.8. Λειτουργικό πρωτότυπο

Η διαδικασία της οργάνωσης του πρώτου λειτουργικού πρωτοτύπου μας συμπεριλάμβανε πέρα από την σχεδιαστική ομάδα και την συνεργασία μας με την συμφοιτήτρια μας Αγγελική Αβραμίδου η οποία ανέλαβε εκείνο το διάστημα μια διπλωματική εργασία με θέμα την γρήγορη μόδα και την σχεδίαση μιας σχετικής υπηρεσίας και έτσι αποφασίσαμε να ενώσουμε τις γνώσεις μας για την δημιουργία αυτής της ενέργειας.

Αρχικά ορίσαμε την ημερομηνία διεξαγωγής της pop-up εκδήλωσης με βάση τις επιθυμίες και την διαθεσιμότητα του οικοδεσπότη μας, που στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι η Αγγελική. Δημιουργήσαμε εταιρική ταυτότητα, κοινωνικά δίκτυα και εκδήλωση στο Facebook για να προσελκύσουμε όσο περισσότερο κόσμο μπορούμε. Αποφασίσαμε ότι όλη η διαδικασία θα κρατήσει δύο μέρες όπου την πρώτη θα γίνει η συλλογή των ρούχων και η κοστολογήσουν τους και την δεύτερη η διεξαγωγή της εκδήλωσης. Καταγράψαμε όλους τους κανόνες τους οποίους έπρεπε να ακολουθήσουν όλοι οι εμπλεκόμενοι μας και τους κοινοποιήσαμε στα κοινωνικά δίκτυα ώστε να είναι κατανοητοί από όλους. Την πρώτη μέρα της διαδικασίας, δηλαδή την ημέρα της συλλογής των ρούχων από τους φοιτητές μαζευτήκαμε στο αναγνωστήριο του πανεπιστημίου και ένας-ένας με την σειρά, μας έδινε τα πράγματα του και καταγράφαμε σε μια φόρμα το όνομα του, στοιχεία επικοινωνίας, σε φωτογραφίες τα πράγματα που έδινε μαζί με την τιμή του καθένα και στο τέλος σημειώναμε αν ήθελε να πράγματα του πίσω σε περίπτωση που δεν πουληθούν. Αφού τελείωσε αυτή η διαδικασία πήγαμε τα πράγματα στο σπίτι της φοιτήτριας που μας φιλοξενούσε και ξεκινήσαμε την κατηγοριοποίηση ανάλογα το είδος των πραγμάτων, τα μεγέθη και το φύλο, ανδρικά και γυναικεία.

Κατά το ξεκίνημα της οργάνωσης της εκδήλωσης, οι προσδοκίες μας για όλο αυτό ήταν αρκετά μικρές. Οι βλέψεις μας για τους καλεσμένους που θα είχαμε ήταν οι φίλοι μας και λίγοι γνωστοί. Οι καθημερινές κοινοποιήσεις στα κοινωνικά δίκτυα όμως έκαναν το κοινό μας να θέλει να το γνωρίσει καλύτερα και να μας επισκεφτεί. Όλο αυτό μας έκανε να οργανωθούμε καλύτερα γιατί θα έπρεπε να διαχειριστούμε και αυτό τον κόσμο. Αρχικά έγινε η κατηγοριοποίηση των πόστων της σχεδιαστικής ομάδας ώστε να ξέρουμε τι αρμοδιότητες είχε ο καθένας μας. Έπειτα ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις δυνατότητες της κάθε μιας από την ομάδα χωρίσαμε τις αρμοδιότητες μας, οι οποίες είναι οι εξής: Δύο άτομα ήταν μόνιμα στον DIY station (σταθμός μεταποίησης ρούχων με ραπτομηχανή) ώστε να βοηθούν τους καλεσμένους να φτιάξουν ή να επιδιορθώσουν ρούχα. Η επιλογή αυτών των δύο έγινε γιατί ήταν

γνώστες της ραπτικής και γενικότερα των κατασκευών. Δύο άτομα ήταν στο χώρο με τα ρούχα ώστε να βοηθούν τους καλεσμένους για την καλύτερη επιλογή ρούχων και την γνώση των τιμών του κάθε ένα κομματιού και την τακτοποίηση τους στο σωστό μέρος μετά την δοκιμή από τους ενδιαφερόμενους. Η επιλογή αυτών των δύο έγινε γιατί αυτοί ήταν που είχαν ασχοληθεί περισσότερο με την κατηγοριοποίηση και τακτοποίηση των ρούχων. Ένα άτομο ήταν μόνιμα στο ταμείο που έβγαζε φωτογραφία το κάθε κομμάτι και το πέρναγε σε Excel μαζί με την τιμή του ώστε να γνωρίζουμε τι πουλήθηκε και τι όχι. Ένα άτομο ήταν υπεύθυνο για τις συνεντεύξεις των καλεσμένων και τα ερωτηματολόγια. Και τέλος ένα άτομο περιφερόταν στο χώρο και ενημέρωνε τους καλεσμένους για το αντικείμενο της υπηρεσίας μας.

4.9. Εμπειρία χρήστη

Η εμπειρία του χρήστη κατά τη διάρκεια της πρωτοτυποποίησης ήταν ένα ζήτημα που απασχόλησε ιδιαίτερα τη σχεδιαστική ομάδα καθώς η γνώμη των συμμετεχόντων κρίθηκε πολύ σημαντική για εκείνο το βήμα της σχεδίασης. Για αυτό το σκοπό δημιουργήθηκαν τρεις τρόποι άντλησης αποτελεσμάτων της εμπειρίας των χρηστών κατά τη διάρκεια του The Loop Project. Ο πρώτος ήταν το experience board, ένας γρήγορος και άμεσος τρόπος για τους συμμετέχοντες να αφήσουν τις εντυπώσεις τους για την ημέρα της εκδήλωσης πάνω σε μια μεγάλη λευκή αφίσα χαρτιού. Χρωματιστά μολύβια και ελεύθερη σκέψη και έκφραση ζητήθηκε εκτενώς από τους συμμετέχοντες και η τελική εικόνα έδειξε μια γενική θετική αύρα προς την πρωτοβουλία μας και πολλές ευχές και θετικά μηνύματα.



Εικόνα 22 – Experience map (The Loop Project service design)

Ο επόμενος τρόπος της ομάδας να καταγράψει τις εντυπώσεις των συμμετεχόντων ήταν ένα δημιουργικό βίντεο συνεντεύξεων. Ένας χρήστης της υπηρεσίας που υποστήριζε έναν από τους ρόλους του event κλήθηκε να απαντήσει σε μια συνέντευξη που βιντεοσκοπήθηκε κάποιες ερωτήσεις σχετικά με την υπό σχεδίαση υπηρεσία μας.

Οι περισσότερες συνεντεύξεις ανέφεραν μια ισχυρή προτίμηση στο κομμάτι της μεταποίησης των ρούχων καθώς και στην υποστήριξη της υπηρεσίας μας σαν ένα ηθικό και βιώσιμο τρόπο αγορών. Η οικοδεσπότης, σημείωσε την ανάγκη που είχε να ξεφορτωθεί μεγάλο όγκο αντικειμένων που είχε στη ντουλάπα της και την έναρξη ενός νέου κοινωνικού κύκλου στην Σύρο που δεν είχε ποτέ την ευκαιρία να γνωρίσει ως τώρα. Πολλοί συμμετέχοντες βρήκαν την πρωτοβουλία μας ταιριαστή με τα ιδεολογικά τους πιστεύω και έδειξαν ενδιαφέρον για επόμενες εκδηλώσεις. Συμπληρωματικά έγιναν πολλές αναφορές στο φιλικό και ζεστό κλίμα του χώρου που η ομάδα είχε φροντίσει να ενισχύσει με ζεστά ροφήματα, σνακ και προσεγμένη διακόσμηση κάτι που εκτιμήθηκε από τους συμμετέχοντες. Επιπλέον αναφορά έγινε και στην δημιουργία μιας οικονομικής επιλογής για αγορές μέσω της υπηρεσίας μας καθώς και στην ευκαιρία σε νέα άτομα να αποκτήσουν μια οικονομική ενίσχυση όντας μέρος μιας διαφορετικής και συμμετοχικής εμπειρίας. Ως αρνητικά αναφέρθηκαν, ο μικρός χώρος και οι λίγες μέρες συλλογής ρούχων.

Τέλος ζητήθηκε από όσους το επιθυμούσαν να συμπληρώσουν ένα γρήγορο ερωτηματολόγιο πριν την έξοδο τους από το χώρο το οποίο περιείχε γενικές ερωτήσεις σχετικά με την εμπειρία τους με την υπηρεσία καθώς και χώρο για προτάσεις και διορθώσεις προς την σχεδιαστική ομάδα. Τα συμπεράσματα των ερωτηματολογίων ήταν τα εξής :

- Δύο στους τρεις συμμετέχοντες αποτελούσαν επισκέπτες και το ένα τρίτο των συμμετεχόντων διέθεσαν ρούχα προς πώληση.
- Συμπεραίνεται ότι το ποσοστό αυτών που ήταν πωλητές αντιστοιχεί με το ποσοστό αυτών οι οποίοι ήταν ενημερωμένοι από πριν για το πρόβλημα της γρήγορης μόδας και είχαν εμπειρία με τις πιο ηθικές αγορές και τις αγορές από δεύτερο χέρι.
- Οι περισσότεροι επισκέπτες έμαθαν για την εκδήλωση από την ενεργή εικόνα της ομάδας στα κοινωνικά δίκτυα.
- Παρατηρείται επίσης ότι οι περισσότεροι από τους επισκέπτες ήρθαν για να βιώσουν μια διαφορετική εμπειρία καθώς δεν είχαν παραβρεθεί σε κάτι παρόμοιο στην Σύρο, όπως και για να περάσουν ευχάριστα την ώρα τους ενώ τους τράβηξε γενικότερα το χαλαρό κλίμα και το ζεστό στοιχείο ενός σπιτιού Έτσι η έννοια της κοινωνικοποίησης ως πλαίσιο

σχεδίασης φαίνεται να είναι εξίσου σημαντική όσο και η διαχείριση των απορριμμάτων όπως αναλύθηκε και στην έρευνα πεδίου .

- Οι πωλητές υποστήριξαν πως ο πρωταρχικός στόχος τους δεν ήταν να βγάλουν χρήματα απλώς το κέρδος αποτέλεσε μια καλή ευκαιρία για αυτούς. Αρκετοί οι οποίοι διέθεσαν ρούχα, των οποίων οι τιμές κυμάνθηκαν κάτω των δέκα ευρώ, και τα οποία έτυχε να μην πωληθούν, στην συνέχεια μας τα έδωσαν ώστε να τα διαθέσουμε για δωρεά σε κάποιο φιλανθρωπικό σκοπό.

- Αυτοί που τελικά διέθεσαν ρούχα στην εκδήλωση το έκαναν ως επί το πλείστον επειδή ήθελαν να τα ξεφορτωθούν και αφού η υπάρχουσες επιλογές μέχρι τώρα ήταν πρωτοβουλίες της εκκλησίας και η απόρριψη τους, το βρήκαν ως μία καλή ευκαιρία.

- Αυτοί που δεν διέθεσαν ρούχα δήλωσαν πως δεν πρόλαβαν να τα ξεχωρίσουν ή να τα πλύνουν και θα ήθελαν είτε περισσότερες μέρες συλλογής ώστε να μπορέσουν να τα φέρουν είτε να μάθουν για την ημερομηνία συλλογής τους νωρίτερα.

- Η άποψη των συμμετεχόντων για την φύση των ρούχων (δεύτερο χέρι) ήταν θετική αρκεί το αντικείμενο να ήταν καθαρό και να μην παρουσίαζε σημάδια ανεπανόρθωτης φθοράς.

- Έξι άτομα ήταν εξαιρετικά θετικοί στην αγορά ενός τέτοιου ρούχου λόγω του κύκλου ζωής του μέχρι τώρα, δίνοντας του αυτόματα μεγαλύτερη αξία και ακυρώνοντας την ευτελή του φύση.

- Στην ερώτηση για το αν είχαν ως γνώμονα την καταπολέμηση της γρήγορης μόδας στην επιλογή της διάθεσης ρούχων η πλειοψηφία απάντησε πως ο μισός λόγος ήταν αυτός και ο άλλος μισός ότι απλώς δεν τα ήθελαν.

- Ακόμα παραπάνω από τα 3/4 δήλωσε ότι αν η εκδήλωση δεν είχε καν χαρακτήρα μπαζάρ θα δώριζε τα ρούχα του έτσι κι αλλιώς αν ήξερε ότι θα αξιοποιηθούν με έναν ηθικό τρόπο ή για ένα καλό σκοπό.

- Όσον αφορά στον όγκο των ρούχων των επισκεπτών και πως αυτός αποκτήθηκε, η πλειοψηφία δήλωσε πως αυτός έχει αποκτηθεί από άσκοπες, φθηνές, μη απαραίτητες αγορές. Οι υπόλοιποι δήλωσαν ότι είναι δεν είναι καλοί στη διαλογή και στον αποχωρισμό αντικειμένων.

- Σαν διόρθωση προτάθηκε ένας μεγαλύτερος χώρος με εύκολη προσβασιμότητα καθώς και παραπάνω μέρες συλλογής και έκθεσης των ρούχων.

- Στην ερώτηση για το αν θα ήθελε κάποιος να φιλοξενήσει μια τέτοιου είδους εκδήλωση στον χώρο του, οι περισσότεροι ήταν θετικοί, 5 άτομα ήταν αναποφάσιστα αλλά κανένα άτομο δεν ήταν αρνητικό.
- Στο αν μια τέτοια εκδήλωση αποτέλεσε ευχάριστη εμπειρία οι απαντήσεις ήταν όλες θετικές καθώς επισκέπτες και πωλητές δήλωσαν πως θα το ξανάκαναν. Οι μισοί μάλιστα θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν αντίτιμο εισόδου.
- Περίπου οι μισοί από τους συμμετέχοντες δεν ακολουθούν συνειδητοποιημένα έναν βιώσιμο τρόπο ζωής. Παρόλα αυτά από την θετική στάση τους και τις απαντήσεις τους σε παραπάνω ερωτήσεις σχετικά με την ηθική μόδα και την αειφορία φάνηκε πως διαθέτουν πρόθεση και διάθεση να ακολουθήσουν και να στηρίξουν μια τέτοια πρωτοβουλία.
- Τέλος παραπάνω από τα μισά άτομα θεώρησαν την υπηρεσία μια πρωτότυπη ιδέα και άλλοι ως μία εξαιρετική εκμετάλλευση της δομής της κοινωνίας της Σύρου.

4.10. Συμπεράσματα

Αναλύοντας τα αποτελέσματα των τριών τεχνικών που η ομάδα ακολούθησε για να καταγράψει την εμπειρία χρήστη αλλά και συνοψίζοντας την δική μας συνολική εμπειρία και μαθήματα από την πρωτοτυποποίηση, προχωρήσαμε στη σύνταξη ενός πίνακα θετικών και αρνητικών με σκοπό την οπτικοποίηση τους.

| Θετικά | Αρνητικά |
|--|---|
| Το event είχε μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων (συνολικά πάνω από 50 άτομα πέρασαν κάποια στιγμή μέσα στην ημέρα) | Πολλά από δωρεάν αντικείμενα παρέμειναν στη κατοχή μας |
| Υπήρξε κλίμα κοινωνικοποίησης και γνωρίσαμε κόσμο με τον οποίο δεν θα είχαμε την ευκαιρία να βρεθούμε υπό άλλες συνθήκες | η οικοδεσπότης δεν έδωσε μεγάλο αριθμό αντικειμένων |
| Πολλοί συμμετέχοντες έμαθαν δεξιότητες, όπως το ράψιμο και η επιδιόρθωση ρούχων | Δεν υπήρχαν παραπάνω από ένα δοκιμαστήρια στον χώρο με αποτέλεσμα μερικοί να πρέπει να δοκιμάζουν στο μπάνιο τα ρούχα |

| | |
|---|---|
| | τους για να μην υπάρχει συμφόρηση στον χώρο |
| Πολλοί ενδιαφέρθηκαν για την ύπαρξη της ραπτομηχανής και της επιδιόρθωσης ρούχων και ακόμη και αυτοί που τελικά δεν ασχολήθηκαν ήταν λόγο έλλειψης χρόνου | Δεν υπήρχαν τόσες πολλές αντρικές επιλογές ρούχων και αξεσουάρ |
| Κάποιοι έδειξαν το ενδιαφέρον τους να γίνουν οικοδεσπότες σε κάποια επόμενη εκδήλωση | Δεν υπήρχε ποικιλία μεγεθών |
| Οι περισσότεροι συμμετέχοντες παρέμειναν αρκετές ώρες στην εκδήλωση, λόγω του φιλικού κλίματος | Πολλοί επισκέπτες δεν κατάλαβαν ότι μπορούσαν να μας φέρουν και δωρεάν αντικείμενα |
| Μερικοί επισκέφτηκαν την εκδήλωση 2 φορές κατά την διάρκεια της ημέρας οπότε η ημερήσια διάρκεια του ήταν προς όφελος μας | Δεν υπήρξε αρκετός εξοπλισμός από την πλευρά της σχεδιαστικής ομάδας για το στήσιμο της εκδήλωσης οπότε χρειάστηκε να ζητήσουμε από φίλους και γνωστούς |
| Πολλοί ρώτησαν αν θα ξαναγίνει το The Loop Project καθώς τους άρεσε σαν εμπειρία και θα συμμετείχαν ξανά | Δεν υπήρξε αντικειμενική κοστολόγηση σε όλα τα αντικείμενα, κάποια ήταν πιο ακριβά σε σχέση με την ποιότητά τους |
| Πολλοί επωφελήθηκαν από τα δωρεάν αντικείμενα | Κάποιοι πωλητές δεν πούλησαν τα ρούχα και αξεσουάρ που έφεραν |
| Υπήρξε καλή κατανομή των ρούχων ανά είδος και νούμερο που διευκόλυνε τους επισκέπτες να διαλέξουν ρούχα | Οι τιμές καθοριζόντουσαν από τους πωλητές σε μεγάλο βαθμό, με αποτέλεσμα, τα αντικείμενα να μην ήταν συγκριτικά σωστά σε κόστος σε σχέση πάντα με των υπολοίπων πωλητών |
| Υπήρξε καφές, νερό και γλυκίσματα τα οποία έκαναν το κοινό χαρούμενο και βοήθησαν στο φιλικό κλίμα της οργάνωσης (υπήρξαν και χορτοφαγικές επιλογές) | Ο καφές χύθηκε αρκετές φορές κάτω, οπότε η οργανωτική ομάδα έπρεπε να προσέχει συνέχεια και να μαζεύει → έλλειψη αρκετού χώρου |
| Αρκετοί συμμετέχοντες είχαν χρηματικό όφελος στο τέλος της διαδικασίας | Πολλά άτομα ανέφεραν πως δεν πρόλαβαν να ξεκαθαρίσουν και να φέρουν τα ρούχα τους την ημέρα της κοστολόγησης και για αυτό δεν συμμετείχαν |
| Υπήρξε οικονομική διαπραγμάτευση ανάμεσα στους πωλητές και τους επισκέπτες, γιατί στόχος μας δεν ήταν τα χρήματα | |
| Πολλοί βοήθησαν με τον δανεισμό του εξοπλισμού τους για το στήσιμο της εκδήλωσης | |

| | |
|--|--|
| Υπήρξε η επιλογή του δοκιμαστηρίου όπου κάποιος μπορούσε να δοκιμάσει τα ρούχα | |
| Αρκετά άτομα αντάλλασαν ρούχα η αξεσουάρ κάτι που βρήκαμε ιδιαίτερα όμορφο σαν κίνηση και συνέβαλε στις αξίες της υπηρεσίας | |
| Τα δωρεάν αντικείμενα που έμειναν στη κατοχή μας δωρίστηκαν σε μια άλλη πρωτοβουλία μπαζάρ στην Σύρο όπου τα έξοδα της πηγαίνουν σε φιλανθρωπικούς σκοπούς | |

Πίνακας 2 - Θετικά και αρνητικά πορίσματα πρωτοτυποποίησης (The Loop Project Service design)

Σε συνέχεια του πίνακα με τα θετικά και τα αρνητικά της πρωτοτυποποίησης η σχεδιαστική ομάδα προχώρησε σε κάποιες επιπλέον παρατηρήσεις που αποτελούσαν τότε κρίσιμα δεδομένα που έπρεπε να λάβουμε υπόψιν για την συνέχιση της υπηρεσίας μας.

Μια βασική παρατήρηση που επαναλήφθηκε και στο πίνακα θετικών και αρνητικών ήταν το εκτενές ενδιαφέρον για το κομμάτι της τροποποίησης και επαναχρησιμοποίησης των ρούχων. Ο ρόλος του ειδικού, δηλαδή το άτομο που με την ραπτομηχανή του έδειχνε και βοηθούσε τους επισκέπτες με τεχνικές και ιδέες όπως την δημιουργία αξεσουάρ για τα μαλλιά από κομμάτια υφάσματος που έμεναν από το κόντεμα ρούχων, ήταν πολύ σημαντικός και δημοφιλής ανάμεσα στους επισκέπτες. Η θέληση για συμμετοχή σε τέτοιες δράσεις δείχνει πως το κοινό της υπηρεσίας μας συμμερίζεται κοινές αξίες με αυτές του The Loop Project όπως την οικολογική συνείδηση, και το *upcycling*. Άλλωστε το όραμα μας ως υπηρεσία βασίζεται στην ηθική χρήση όλων των καταναλωτικών αγαθών που έχουμε ήδη στη διάθεση μας, καθώς και την αύξηση των κύκλων ζωής τους μέσω της επαναχρησιμοποίησης με σκοπό την μείωση του υπερκαταναλωτισμού και της οικολογικής στάσης απέναντι στη μόδα αλλά και στο τρόπο ζωής μας σε γενικότερο πλαίσιο.

Συμπληρωματικά, το ενδιαφέρον των ατόμων που ήρθαν στην εκδήλωση ήταν μεγάλο, και δεχτήκαμε αρκετές προτάσεις από άτομα που προτίθενται να δώσουν το χώρο τους και να γίνουν οικοδεσπότες σε μια επόμενη εκδήλωση του The Loop Project. Η πρόθεση για επαναληπτικές εκδηλώσεις δείχνει σαφώς το ενδιαφέρον στην πρωτοβουλία μας και πως ο κόσμος θέλει να ξανασυμμετέχει ίσως και με διαφορετικούς ρόλους αλλά επίσης δείχνει και πως υπάρχει ακόμη ανάγκη επίλυσης των

δύο πυλώνων για τους οποίους σχεδιάσαμε την υπηρεσία αυτή στα πλαίσια της κοινότητας της Σύρου, της ανάγκης για κοινωνικοποίηση και για διαχείριση αγαθών ή "απορριμμάτων".

Έπειτα μια παρατήρηση με αρνητικό πρόσημο, ήταν πως ενώ η προσέλευση σε συμμετέχοντες ήταν μεγάλη και στο ρόλο του πωλητή και στο ρόλο του επισκέπτη, πολλά αντικείμενα κατέληξαν να μην πουληθούν. Το πόρισμα της οργανωτικής ομάδας για αυτή τη συνθήκη είναι πως οι ώρες και οι μέρες μιας τέτοιου είδους εκδήλωσης χρειάζεται να είναι παραπάνω από δύο που ήταν στα πλαίσια της πρωτοτυποποίησης της υπηρεσίας.

Μεγάλος επίσης ήταν και ο όγκος των ρούχων που μαζεύτηκαν στο καλάθι της δωρεάς σε φιλανθρωπικούς φορείς καθώς κάθε πωλητής είχε την επιλογή να διαλέξει την πορεία των ρούχων του σε περίπτωση που δεν θα πουληθούν στην εκδήλωση. (επιλογή ανάμεσα σε δωρεά, επιστροφή στο πωλητή ή επαναχρησιμοποίηση από τον ειδικό με τη ραπτομηχανή για δημιουργία νέων αντικειμένων) Αυτή η μεγάλη πρόθεση για δωρεά συμβαδίζει με τα ερευνητικά μας δεδομένα για την κοινότητα της Σύρου και με το γεγονός πως υπάρχει θέληση για δωρεά αλλά όχι αρκετοί έμπιστοι φορείς. Επιπλέον αυτό δείχνει πως πολλά από τα ρούχα μας είναι πολύ ανεπιθύμητα πια από εμάς απλά δεν έχουμε τα κατάλληλα ερεθίσματα από τη κοινότητα για να τα δωρίσουμε ή να βρούμε για αυτά νέους τρόπους χρήσης και έτσι καταλήγουμε με τεράστιους όγκους αχρησιμοποίητων αντικειμένων στις ντουλάπες και τα σπίτια μας.

Τέλος η εκδήλωση χρειάστηκε υλικοτεχνικά αγαθά και πόρους τα οποία δόθηκαν με οικονομική επιβάρυνση της οργανωτικής ομάδας για τους σκοπούς της πρωτοτυποποίησης. Όμως μια υπηρεσία σαν το *The Loop Project* που επιθυμεί να οργανώνει τέτοιες εκδηλώσεις με ευκολία και με επαγγελματικότητα χρειάζεται να έχει στην διάθεση της υλικά αγαθά όπως τρόφιμα, καφέ ή κρεμάστρες τα οποία θα χρησιμοποιούνται σε κάθε οργάνωση χωρίς να επιβαρύνονται οι διοργανωτές. Μία λύση που συζητήθηκε ήταν ο οικοδεσπότης ως το άτομο με το μεγαλύτερο όγκο αντικειμένων και με το υπολογισμένο μεγαλύτερο κέρδος στο τέλος θα χρειάζεται ίσως να προσφέρει αυτός κάποια από τα αγαθά όπως των καφέ και τα σνακ αφού η ομάδα θα δουλέψει για την εκδήλωση στο χώρο του αφιλοκερδώς. Μια άλλη λύση που αναφέρθηκε στα πλαίσια της ομαδικής συζήτησης πάνω σε αυτό το ζήτημα ήταν η ύπαρξη χορηγού ή κεφαλαίου όμως σε γενικά πλαίσια τα έσοδα τα έξοδα και το επιχειρηματικό μοντέλο της υπηρεσίας φάνηκε να είναι από τα πιο αδύναμα σημεία της και μελλοντική εστίαση σε αυτά κρίθηκε απαραίτητη.

4.11. Στρατηγική εξόδου

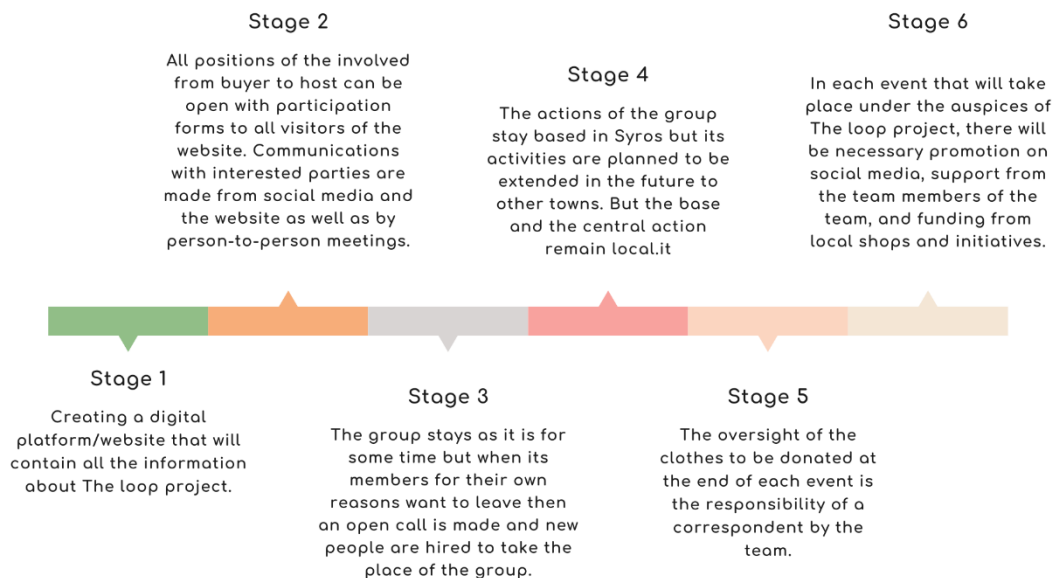
Στην τελική συνάντηση της ομάδας και αφού συντάχθηκε ο πίνακας θετικών και αρνητικών συμπερασμάτων από την πρωτοτυποποίηση η ομάδα, για τους σκοπούς του εργαστηριακού μαθήματος και την ολοκλήρωση των απαιτήσεων του, σύνταξε μια στρατηγική εξόδου. Ως στρατηγική εξόδου ορίσαμε τα βήματα που θα ακολουθούσαν ως φυσική συνέπεια μετά το τέλος μιας υπηρεσίας στο μεταίχμιο από το στάδιο της εργαστηριακής άσκησης στο στάδιο μιας πραγματικής πρωτοβουλίας που θα συνέχιζε να υπάρχει.

Τα έξι βήματα που απεικονίζονται στην παρακάτω εικόνα αποτελούν κοινή άποψη των μελών της ομάδας εκείνη την περίοδο και απαρτίζονται από :

1. Την δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας – website όπου θα περιέχει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται κάποιος για να γνωρίσει το The Loop Project καθώς και ημερολόγιο με όλες τις απερχόμενες εκδηλώσεις που θα οργανώνει η ομάδα και τις πληροφορίες τους. Η πλατφόρμα αυτή δημιουργήθηκε σε αρχικό στάδιο για τους σκοπούς της εργαστηριακής άσκησης.
2. Την ύπαρξη φόρμας στη ψηφιακή πλατφόρμα για δήλωση ενδιαφέροντος σε κάποιον από τους ρόλους της υπηρεσίας, από πωλητή, μέχρι και οικοδεσπότη. Αυτό θα καθορίζει ενεργά και την δημιουργία νέων εκδηλώσεων. Δηλαδή εάν ένας ενδιαφερόμενος για τη θέση του οικοδεσπότη ορίσει ημερομηνία και ώρα και διαθέσιμο χώρο τότε η οργάνωση ενός επόμενου The Loop Project θα ξεκινήσει άμεσα από την οργανωτική ομάδα σύμφωνα πάντα με αυτά τα στοιχεία.
3. Την συνέχιση της οργανωτικής ομάδας με τα ιδρυτικά άτομα για όσο καιρό υπάρχει ενδιαφέρον από αυτά προσωπικά. Σε περίπτωση που ένα άτομο της οργανωτικής ομάδας αποφασίσει για δικούς του λόγους να αποχωρήσει, τότε στα κοινωνικά δίκτυα και στην ψηφιακή πλατφόρμα θα ανοίξουν θέσεις δηλώσεις ενδιαφέροντος και η ομάδα θα επιλέξει τα νέα μέλη της με κριτήρια που θα αποφασιστούν ομαδικώς.
4. Την συνέχιση της δράσης μας σε τοπικό επίπεδο και επομένως την τοποθέτηση της υπηρεσίας σε ένα πλαίσιο κοινοτικό όπου οι ανάγκες και οι ενέργειες της αναδύονται από την κοινωνία της Σύρου. Όμως μια νέα παράμετρος σημειώθηκε πως είναι η πιθανή έκταση του χώρου διενέργειας των εκδηλώσεων του The Loop Project και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας εάν εκδηλωθεί ενδιαφέρον από άτομα σε άλλες κοινότητες.

5. Την διαχείριση των ρούχων που περισσεύουν για δωρεά στο τέλος κάθε εκδήλωσης από την διοργανωτική ομάδα η οποία έχει δεσμευτεί να βρίσκει κατάλληλους και ηθικούς φορείς για τις δωρεές της.
6. Την δέσμευση της ομάδας για ενεργή βοήθεια και στην προώθηση και στο υλικοτεχνικό κομμάτι σε κάθε εκδήλωση που θα γίνεται υπό την αιγίδα του *The Loop Project*.

Τέλος προτάθηκαν λύσεις για το επιχειρηματικό μοντέλο της υπηρεσίας από τις οποίες επιλέχθηκαν, η δημιουργία μιας εργαλειοθήκης υλικοτεχνικών πραγμάτων που χρειάζονται σε κάθε τέτοια εκδήλωση μέσω χορηγίας ή ως εναλλακτική η πληρωμή για την συμμετοχή στην εκδήλωση ενός ενδεικτικού εισιτηρίου εισόδου (*entrance fee*) από τους συμμετέχοντες με σκοπό το συνολικό ποσό να χρησιμοποιείται αποκλειστικά για βελτίωση της εμπειρίας των εμπλεκόμενων. Ενδεικτικά τα χρήματα θα πηγαίνουν σε ροφήματα και σνακ, μέσα μεταφοράς και σακούλες δώρων συμμετοχής για τους πωλητές, τους ειδικούς και του οικοδεσπότη.



Εικόνα 23 – Στρατηγική εξόδου (*The Loop Project service design*)

4.12. Κρητική αξιολόγηση project

4.12.1. Αποτελέσματα

Το *The Loop Project* ξεκίνησε ως μια πιλοτική άσκηση στα πλαίσια ενός μαθήματος στούντιο για την Σχεδίαση Υπηρεσιών και εξελίχθηκε σε μια πολλά υποσχόμενη υπηρεσία για το πλαίσιο της κοινότητας της Σύρου. Καθώς η αρχική έρευνα βασίστηκε στα προβλήματα και τις ανησυχίες των κατοίκων της Σύρου για την γειτονιά τους το αποτέλεσμα, βασισμένο στις ανάγκες τους, ήταν στοχευμένο και προσωπικό. Έτσι η απήχηση του ήταν πολύ ικανοποιητική και η σχεδιαστική ομάδα κατάφερε με την πιλοτική πρωτοτυποποίηση που ακολούθησε την σχεδίαση της υπηρεσίας , να δώσει μια επιτυχημένη εφήμερη λύση για τα ζητήματα της κοινωνικοποίησης και της διαχείρισης απορριμμάτων που αναδύθηκαν από την έρευνα. Η συνολική έρευνα και μελέτη του προβληματικού χώρου ήταν εύστοχη και η αλληλεπίδραση με την κοινότητα και το σχεδιαστικό μας *brief* ακολούθησαν την λογική της κοινωνικής καινοτομίας όπως εξάλλου είχε ζητηθεί στα πλαίσια αυτής της εργαστηριακής άσκησης. Το σημαντικότερο κομμάτι της σχεδίασης κατέληξε να είναι η ίδια της η πρωτοτυποποίηση γιατί καταφέραμε να πάρουμε χρήσιμα δεδομένα από τους ίδιους τους χρήστες της υπηρεσίας, τα οποία κυρίως ήταν θετικά καθώς η ιδέα θεωρήθηκε πρωτότυπη, η ψηφιακή καμπάνια κατάφερε να ενθουσιάσει και να προσελκύσει το κοινό στην εκδήλωσή μας και η υπηρεσία φάνηκε να εκμεταλλεύεται ιδανικά την δομή της κοινωνίας της Σύρου.

Αφήνοντας όμως τα θετικά στην άκρη και πλέον μετρώντας δύο χρόνια μετά την πρωτοτυποποίηση, το *The Loop Project* δεν επαναλήφθηκε ποτέ δίνοντας μας μια νέα συνθήκη για σχεδίαση. Το ερώτημα τίθεται ως εξής. Γιατί μια υπηρεσία που ο σκοπός της είναι η βελτίωση της κοινωνίας για την οποία σχεδιάστηκε δεν ανθίζει εφόσον τα άτομα που εμπλέκονται φαίνεται να έχουν θέληση και θετική στάση, και οι ανάγκες της κοινότητας παραμένουν οι ίδιες μετά από τόσο καιρό;

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία στοχεύει να επαναπροσδιορίσει την υπηρεσία και να την επανασχεδιάσει έχοντας υπόψιν μια εκτενής βιβλιογραφική ανάλυση που προηγήθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια και με σκοπό την αξιοποίηση των χρηστών που την στήριξαν.

4.12.2. Λάθη και παρατηρήσεις

Η σχεδίαση της υπηρεσίας *The Loop Project* είχε ως σκοπό την δημιουργία μιας πρωτοβουλίας κοινωνικής καινοτομίας που θα δημιουργεί την επιλογή της ηθικής και αειφόρου μόδας στη κοινότητα της Σύρου. Η συμμετοχή στο λειτουργικό πρωτότυπο που εγώ και τα μέλη της ιδρυτικής σχεδιαστικής ομάδας της υπηρεσίας στήσαμε, ήταν μεγάλη και η συνολική εντύπωση όπως προαναφέρθηκε, ήταν θετική. Έτσι μια βασική παρατήρηση που προκύπτει είναι πως τα άτομα που απαρτίζουν την κοινότητα της Σύρου ενδιαφέρονται για τέτοιες πρωτοβουλίες είτε για ιδεολογικούς, είτε για οικονομικούς ή πρακτικούς λόγους. Έτσι επόμενες εκδηλώσεις είναι πολύ πιθανό να έχουν εξίσου η και μεγαλύτερη απήχηση, καθώς το απευθυνόμενο κοινό της υπηρεσίας περιλαμβάνει και τους φοιτητές μια ενεργή ομάδα ατόμων που ανανεώνεται και κάθε χρόνο λόγω των νέων εισαχθέντων στο πανεπιστήμιο της Σύρου. Τα νέα αυτά άτομα παραδείγματος χάρη θα έχουν έναν τρόπο να γίνουν μέρος της κοινότητας, να διευρύνουν το κύκλο τους και να συνεισφέρουν σε ένα έργο που μειώνει το οικολογικό μας αποτύπωμα.

Ένα άλλο ζήτημα δύο χρόνια μετά την πρώτη πρωτοτυποποίηση αποτελεί η διάλυση της σχεδιαστικής ομάδας. Όπως είναι λογικό αφού για ποικίλους προσωπικούς λόγους και στα πλαίσια μιας νέας καθημερινότητας των τελευταίων δύο χρόνων τα άτομα που ίδρυσαν την πρωτοβουλία πλέον δεν βρίσκονται στην ίδια σελίδα και στο ίδιο μέρος κατοικίας. Οπότε ασφαλώς και δεν ακολουθήθηκε η τότε ορισμένη στρατηγική εξόδου που αναλύθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο και δεν οργανώθηκε κάποια νέα εκδήλωση υπό την αιγίδα του *The Loop Project*. Σε αυτό το σημείο κρίνεται απαραίτητο να αναφερθεί πως η διπλωματική αυτή εργασία δεν έχει σκοπό να επαναλειτουργήσει την συγκεκριμένη υπηρεσία αναδιοργανώνοντας μια σχεδιαστική ομάδα. Αντιθέτως σκοπεύει να χρησιμοποιήσει την συγκεκριμένη υπηρεσία της οποίας εγώ υπήρξα ενεργό μέλος ως μια μελέτη περίπτωσης. Συγκεκριμένα σκοπεύει να αναλύσει και να ψάξει βαθύτερα στους λόγους που η υπηρεσία δεν προχώρησε παρά την αρχική της επιτυχία και σε συνέχεια με την μέθοδο της συν σχεδίασης με τους χρήστες μιας υπηρεσίας να επαναπροσδιορίσω τον θεσμό της υπηρεσίας μέσα στην κοινωνία της εφόσον φαίνεται να την έχει ακόμη ανάγκη. Αναλυτικότερα η εργασία αναζητεί το κατά πόσο η συμμετοχική σχεδίαση μπορεί να επηρεάσει θετικά την σχεδίαση υπηρεσιών και συγκεκριμένα την καθιέρωση της στα πλαίσια μιας κοινότητας όπως αυτής της Σύρου.

Σχεδιάζοντας αρχικά την υπηρεσία *The Loop project*, η ομάδα βασίστηκε θερμά στο πλαίσιο της κοινότητας αφού η έρευνα πεδίου και οι κάτοικοι της Σύρου αποτέλεσαν την αφορμή επιλογής του ίδιου του θέματος της υπηρεσίας και συγκεκριμένα της ανάγκης για κοινωνικοποίηση και διαχείριση αγαθών. Επιπρόσθετα ο χρήστης και η εμπειρία του αποτέλεσαν μεγάλο κομμάτι της υπηρεσίας και τρία εργαλεία εξαγωγής αποτελεσμάτων της μέτρησης της εμπειρίας των συμμετεχόντων χρησιμοποιήθηκαν στην πιλοτική πρωτοτυποποίηση. Τα εργαλεία αυτά ήταν το *experience board* όπου οι χρήστες στόλιζαν μια μεγάλη λευκή επιφάνεια χαρτιού με ιδέες και απόψεις για την εκδήλωση, οι συνεντεύξεις με την μορφή βίντεο σε άτομα που εκπροσώπουν διαφορετικούς ρόλους στην εκδήλωση και τέλος τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν από μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων. Τα αποτελέσματα που εξάχθηκαν χρησιμοποιήθηκαν για την κατανόηση των θετικών και των αρνητικών της εκδήλωσης και της υπηρεσίας αλλά δεν αποτέλεσαν ποτέ ενεργά δεδομένα για την επανασχεδίαση κομματιών ή αλληλεπιδράσεων στην υπηρεσία. Το βασικότερο όμως ζήτημα είναι πως ενώ ο χρήστης είναι το κέντρο μιας ανθρωποκεντρικής υπηρεσίας και μαζί με την κοινωνία στην οποία σχεδιάζουμε αποτελεί τους πυλώνες για την σχεδίαση, η ικανότητες του δεν λαμβάνονται πραγματικά υπόψιν αν δεν αποτελεί μέρος ολόκληρης της διαδικασίας. Πιο συγκεκριμένα, όπως είδαμε και στη βιβλιογραφική ανάλυση των εννοιών της συμμετοχικής σχεδίασης και του *co-design* ο χρήστης είναι ατού του σχεδιαστή σε όλα τα βήματα της σχεδιαστικής διαδικασίας. Στην περίπτωση του *The Loop Project* ο χρήστης ρωτήθηκε στην αρχή και στο τέλος της σχεδίασης για τη γνώμη και την ανατροφοδότηση του με ιδέες και απόψεις όμως το κομμάτι που τον αφορά άμεσα και είναι η λειτουργία της υπηρεσίας στον κορμό της, τον απέκλεισε από την γνώμη και τις προτάσεις του. Αυτό είναι λοιπόν το πιο σημαντικό κομμάτι που σκοπεύει να αναλύσει αυτή η εργασία. Εάν ο σχεδιαστής λειτουργήσει ταυτόχρονα ως καθοδηγητής και οι χρήστες είναι ενεργά μέλη στην δημιουργία των υπηρεσιών που τους αφορούν τότε μήπως η διείσδυση τους στην κοινωνία που απαρτίζεται από χρήστες θα είναι ισχυρότερη και οι ίδιοι οι χρήστες θα αποτελέσουν το λόγο καθιέρωσης και υποστήριξης υπηρεσιών κοινωνικής καινοτομίας στις κοινότητες τους;

4.12.3. Μια νέα ευκαιρία Σχεδίασης

Στη προηγούμενη ενότητα η μελέτη περίπτωσης του *The Loop Project* αναφέρθηκε να περιέχει μια νέα ευκαιρία σχεδίασης. Ο ένας λόγος είναι το ότι όντας ενεργό μέλος της ιδρυτικής ομάδας αυτής της πρωτοβουλίας είμαι ιδιαίτερα εξοικειωμένη με τις αξίες και τις ενέργειες καθώς και κάθε σχεδιαστικό της βήμα.

Επιπλέον η θετική απόδοση της πρωτοτυποποίησης δεν είναι η μόνη ένδειξη απήχησης μιας τέτοιας υπηρεσίας στον τόπο της Σύρου. Τα χρόνια που διαμεσολάβησαν ανάμεσα στην πρώτη μας εκδήλωση μέχρι και σήμερα παρατηρήθηκαν συμπεριφορές που δείχνουν ενδιαφέρον ή ανάγκη μιας υπηρεσίας ηθικών αγορών και βιώσιμου τρόπου ζωής. Συγκεκριμένα μεμονωμένα άτομα φάνηκε να οργανώνουν κατά καιρούς δικά τους παζάρια ρούχων σε χώρους του πανεπιστημίου ή και στα σπίτια τους. Επίσης και ενώ ο δήμος της Σύρου πρόσθεσε κάδους ανακύκλωσης ρούχων στους δρόμους, η παρατήρηση εγκατάλειψης ρούχων σε κανονικούς κάδους με σημειώματα δωρεάς συνέχισε να είναι συχνή. Αυτές οι συνθήκες είναι αδιαμφισβήτητα σημαντικές για τον λόγο που αυτή η υπηρεσία κρίνεται σημαντική μελέτη περίπτωσης διότι οι χρήστες την χρειάζονται όσο και αυτή χρειάζεται τους χρήστες ώστε να την βελτιώσουν και να την αναβιώσουν.

4.13. Αρχικός Ιδεασμός επανασχεδίασης υπηρεσίας

Αρχικά η επιλογή των ατόμων και μελλοντικών χρηστών που θα αποτελέσουν ενεργά μέλη του επανασχεδιασμού της υπηρεσίας είναι σημαντικό να περιέχει και συμμετέχοντες της πιλοτικής εκδήλωσης του *The Loop Project*. Αν και αυτή η παράμετρος δεν είναι απαραίτητη καθώς υπάρχει αρκετή ανάλυση ήδη της πιλοτικής εκδήλωσης, θα ήταν χρήσιμο στη νέα σχεδιαστική διαδικασία να έχει ανατροφοδότηση και βοήθεια από άτομα ήδη εξοικειωμένα με το σκοπό και τις αξίες της υπηρεσίας. Επιπλέον αναφορικά με την μελέτη περίπτωσης ένα ζήτημα θα είναι και μια πιθανή μετονομασία της υπό επανασχεδίαση υπηρεσίας για λόγους πνευματικών δικαιωμάτων, όπως και εννοείται η κλήση των ιδρυτικών μελών της για συμμετοχή στη νέα αυτή πρωτοβουλία εάν το επιθυμούν. Πέρα από τα διαδικαστικά ζητήματα και την συλλογή των εθελοντών που θα επιτελέσουν ρόλου συν σχεδιαστή και χρήστη, αυτή η διπλωματική θα αναλύσει και μια διαδικασία δημιουργίας ενός εργαστηρίου – workshop όπου χρήστες και σχεδιαστής θα συν σχεδιάσουν τη νέα υπηρεσία.

Αναλυτικά βήματα, ακολουθούμενη βιβλιογραφία και οργάνωση αυτού του εργαστηρίου θα ακολουθήσει στα επόμενα κεφάλαια.

Έχοντας λοιπόν επεξηγήσει το σκοπό αυτής της μελέτης περίπτωσης στη συγκεκριμένη εργασία είναι σημαντικό να αναφερθούν κάποιες αρχικές παρατηρήσεις που εξάχθηκαν από την πρωτοτυποποίηση και θα αποτελέσουν σίγουρα οδηγό για νέες ιδέες και αλλαγές. Ο παρακάτω πίνακας περιέχει δέκα αρχικά σημεία που θα πυροδοτήσουν νέες σχεδιαστικές προδιαγραφές.

| Παρατήρηση | Αρχικός ιδεασμός λύσεων |
|---|--|
| Πολλά δωρεάν ρούχα παραμένουν στο τέλος της εκδήλωσης | Συνεργασίες με φιλανθρωπικούς σκοπούς, ιδέες επαναχρησιμοποίησης τους σε επόμενες εκδηλώσεις |
| Τα ρούχα του οικοδεσπότη δεν ήταν πολλά περισσότερα από των πωλητών, έτσι δεν υπάρχει πολύ ξεκάθαρο "κέρδος" για αυτόν | Καλύτερες προδιαγραφές αντικειμένων προς πώληση για τον κάθε ρόλο |
| Έλλειψη εξοπλισμού και υλικών αγαθών με αποτέλεσμα η ομάδα να χρηματοδοτεί την εκδήλωση | Νέο οικονομικό μοντέλο, επιχειρησιακή δομή |
| Η κοστολόγηση των αγαθών προς πώληση έγινε για λόγους διαφάνειας μαζί με τους πωλητές και την ομάδα με αποτέλεσμα να μην είναι πλήρως αντικειμενική | Άτομο υπεύθυνο για τη συνολική κοστολόγηση και τον έλεγχο ποιότητάς των αντικειμένων, προδιαγραφές κοστολόγησης ή πίνακας με τιμολόγιο βάση κατάστασης αντικειμένου |
| Χάθηκε η αξία του εθελοντισμού με την προώθηση της εκδήλωσης ως μπαζάρ | Προσθήκη αξίας εθελοντισμού στην ψηφιακή καμπάνια, προβολές ντοκιμαντέρ για ηθική μόδα |
| Ο σταθμός της επαναχρησιμοποίησης (upcycling) είχε μόνο έναν εθελοντή και η ζήτηση ήταν μεγάλη άρα και ο φόρτος εργασίας του | Οι εθελοντές στο σταθμό της μεταποίησης πρέπει να είναι παραπάνω, να δίνεται κάτι συμβολικό για την βοήθεια τους, να διαφημίζεται το ταλέντο τους ή η δουλειά τους εάν είναι επαγγελματίες |
| Η κοινωνικοποίηση παραμένει εξαιρετική ανάγκη ειδικά μετά από την περίοδο της πανδημίας | Τα νέα μέτρα κατά της διάδοσης του ιού πρέπει να ληφθούν υπόψη στη σχεδίαση της εμπειρίας του χρήστη |

| | |
|---|--|
| <p>Η στρατηγική εξόδου δεν ακολουθήθηκε για πληθώρα λόγων</p> | <p>Κυρίως να αναλυθεί πως οι κάτοικοι μιας περιοχής μπορούν να ορίσουν μια στρατηγική εξόδου την οποία θα ακολουθήσουν με συνέπεια</p> |
|---|--|

Πίνακας 3 – Αρχικός ιδεασμός λύσεων (The Loop Project Service design)

Όπως βλέπουμε λοιπόν, η συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης της υπηρεσίας *The Loop Project* παρουσιάζει κάποια στοιχεία που την θέτουν ιδανική για το πειραματικό στάδιο αυτής της διπλωματικής εργασίας. Συγκεκριμένα, υπάρχει έδαφος για διορθώσεις καθώς η υπηρεσία είναι σε παύση εδώ και δύο χρόνια, η κοινωνία για την οποία έχει δημιουργηθεί την αναζητά και την χρειάζεται και υπάρχουν αρκετά κομμάτια της που ήδη από τον αρχικό ιδεασμό παρουσιάζουν αρνητικά στοιχεία για διόρθωση.

5. Κεφάλαιο 5 : Σχεδιαστική Μεθοδολογία

5.1. Εισαγωγή

Έχοντας λάβει υπόψιν την ως τώρα βιβλιογραφική ανάλυση καθώς και τον στόχο αυτής της διπλωματικής εργασίας, η υιοθέτηση μιας μεθοδολογίας co-design κρίνεται απαραίτητη. Με την ενσωμάτωση διαφορετικών ανθρώπων στην σχεδίαση μιας νέας βελτιωμένης υπηρεσίας, λαμβάνουμε μια πολύτιμη πολυπλοκότητα απόψεων, ιδεών και εμπειριών που θα βοηθήσουν στην δημιουργία μιας ρεαλιστικής και στοχευμένης υπηρεσίας κοινωνικής καινοτομίας.

Το συν-σχεδιαστικό εργαστήρι που θα λάβει μέρος ως το πειραματικό κομμάτι αυτής της εργασίας θα περιγράφεται από ένα σύνολο μεθοδολογιών, εργαλειοθηκών και μεθόδων που έχουν αντληθεί από τη βιβλιογραφία. Η ακολουθία των γεγονότων δεν αποτελεί κάποια νέα μεθοδολογία αλλά ένα σύνολο ήδη υπάρχοντων εργαλείων και συμβουλών για την διοργάνωση μιας τέτοιας πρωτοβουλίας. Όπως ορίζεται και στο Co-Create Handbook ένα workshop αποτελεί μια εκπαιδευτική εκδήλωση όπου η πρακτική ενασχόληση με σχεδιαστικές δραστηριότητες από όλους τους συμμετέχοντες είναι το βασικό χαρακτηριστικό του. Για την καλύτερη κατανόηση των εννοιών που θα αναφερθούμε από αυτό το σημείο και έπειτα θα ακολουθήσει μια συνοπτική επεξήγηση των όρων σε αυτό το κεφάλαιο.

5.2. Σχετική ορολογία

5.2.1. Toolkits

Ως Toolkit ορίζουμε ουσιαστικά μια βιβλιοθήκη εργαλείων, μεθόδων και μεθοδολογιών που έχουν δημιουργηθεί με σκοπό την διευκόλυνση της παραγωγής σχεδιαστικών προδιαγραφών, ιδεών και πρωτοτύπων στην διάρκεια μιας σχεδιαστικής διαδικασίας. Τα toolkits περιγράφουν στα πλαίσια της συνεργατικής σχεδίασης μια γλώσσα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από μη σχεδιαστές (πχ μελλοντικούς χρήστες) στην διαδικασία της σχεδίασης Sanders (1999) ώστε να φανταστούν και να εκφράσουν τις ιδέες τους πάνω στα θέλω και τις ανάγκες τους.

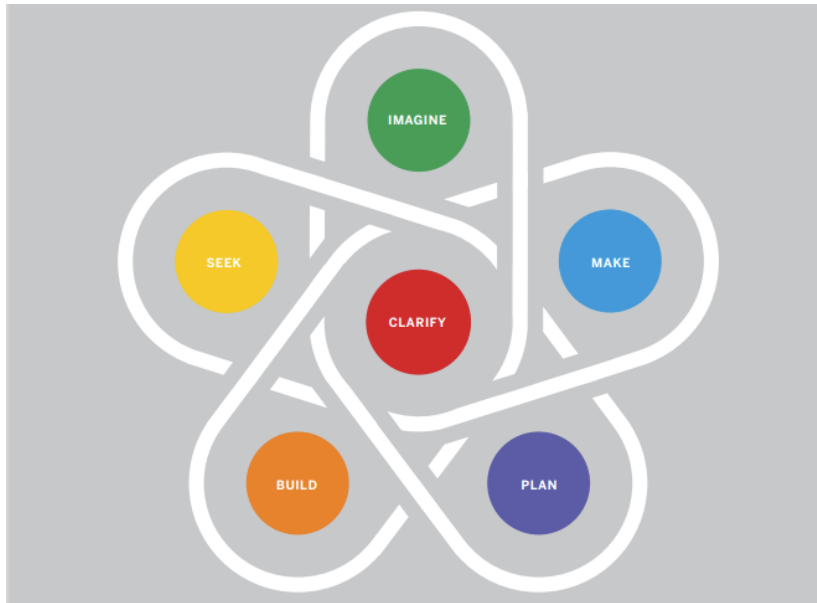
Πολλές φορές οι μέθοδοι μέσα στις εργαλειοθήκες αυτές, μοιάζουν με παιχνίδια δημιουργικότητας, συμπεριλαμβάνουν έξυπνους τρόπους

καταιγισμού ιδεών και παρακινούν τους συμμετέχοντες να χαλαρώσουν και να σκεφτούν έξω από το συνηθισμένο. Πέρα από τη χρήση τους από επαγγελματίες σχεδιαστές τα toolkits αποτελούν έναν ευχάριστο και δημιουργικό τρόπο εμπλοκής των χρηστών στη διαδικασία του Co-design.

Τα toolkits διευκολύνουν πρακτικά ομάδες ατόμων με λίγες ή καθόλου γνώσεις και εμπειρία στον σχεδιασμό – με τη βοήθεια ενός έμπειρου καθοδηγητή – να οργανώσουν και να συνεργαστούν με στόχο την δημιουργία λύσεων στα προβλήματα που αφορούν αυτούς και την κοινότητα τους. Έτσι εδώ παρουσιάζουμε και μια ακόμη σύνδεση με την κοινωνική καινοτομία, μια από τις πρώτες έννοιες που μας απασχόλησαν σε αυτή τη διπλωματική εργασία. Μια εργαλειοθήκη μπορεί να είναι η απάντηση σε κάποιες από τις δυσκολίες των πρωτοβουλιών κοινωνικής καινοτομίας και μπορεί να ανοίγει νέες πόρτες σκέψεις και δημιουργικότητας σε ομάδες με διάθεση για αλλαγή και καινοτομία σε σύγχρονα κοινωνικά ζητήματα. Τέλος σημαντικό είναι να αναφέρουμε πως τα toolkits συνήθως χρησιμοποιούνται στα αρχικά στάδια της σχεδιαστικής διαδικασίας στα κομμάτια της έρευνας και της στρατηγικής του σχεδιασμού.

Frog's Collective Action Toolkit (2019)

Ένα παράδειγμα αποτελεί το *Collective Action Toolkit* της Frog, μια συλλογή εργαλείων και μεθόδων για την οργάνωση και συν-δημιουργία λύσεων κοινωνικών ζητημάτων. Το toolkit περιέχει μια συνολική μεθοδολογία δράσης σε έξι βασικές περιοχές και απευθύνεται σε οποιοδήποτε δημιουργικό άνθρωπο ή ομάδα ανοίγοντας ένα μεγάλο μονοπάτι για πρωτοβουλίες κοινωνικής καινοτομίας.



Εικόνα 24 – 6 Action areas (CAT Toolkit, 2019)

Η πλοήγηση στις έξι αυτές περιοχές που απεικονίζονται στο παραπάνω διάγραμμα εξαρτάται από τον στόχο του κάθε σχεδιαστικού project και δεν αποτελεί γραμμική διαδικασία. Το CAT μπορεί να βοηθήσει ειδικούς και μη να βελτιώσουν μια ποικιλία δεξιοτήτων όπως η κριτική σκέψη, η δημιουργία καλύτερων ερωτήσεων για τους εμπλεκόμενους, η παραγωγή ιδεών, η ανάπτυξη δημιουργικών ιστοριών και η διατήρηση την έμπνευση μέσω της συλλογικής δράσης. Η συνεργασία είναι προφανώς κεντρικό κομμάτι της χρήσης αυτής της εργαλειοθήκης και συχνά χρησιμοποιείται για συν-σχεδιαστικά εργαστήρια με τους χρήστες στην Σχεδίαση προϊόντων και υπηρεσιών, για οργανισμούς και επιχειρήσεις που θέλουν να συμπεριλάβουν τους χρήστες τους στη δημιουργική διαδικασία ή ως οδηγός για ομάδες μη ειδικών που θέλουν να οργανώσουν πρωτοβουλίες κοινωνικής καινοτομίας στις περιοχές δράσεις τους.

Κάθε μία από τις 6 περιοχές περιλαμβάνει έναν βασικό στόχο που θέλουμε να ολοκληρώσουμε ανάλογα με το σκοπό του project και συμπληρώνεται από προτάσεις μεθόδων και εργαλείων για ευρηματική και πρωτότυπη ολοκλήρωση αυτών. Παραδείγματος χάρη στην περιοχή *Imagine*, στόχος είναι η παραγωγή ιδεών και η κατάταξη τους από καλύτερη σε χειρότερη. Ένα εργαλείο που προτείνει το *Frog* είναι το *Idea Remix* όπου η ομάδα παίρνει τις ιδέες της και δημιουργεί κάποιες ακόμη απρόσμενες προτάσεις. Μετά, ενώνει τυχαία χαρτάκια με ιδέες δημιουργώντας νέες έξω από το κουτί προτάσεις τις οποίες έπειτα αξιολογεί και κρίνει βάση της αρχικής πρόκλησης που έχει να λύσει.

Το συγκεκριμένο Toolkit θα αποτελέσει έμπνευση στο πειραματικό κομμάτι αυτής της εργασίας και μέθοδοι και βήματα του θα

συμπεριληφθούν στο εργαστήρι *co-design* για την επανασχεδίαση της Υπηρεσίας στη μελέτη περίπτωσης.

5.2.2. Μεθοδολογία και Μέθοδοι

Η σχεδιαστική κοινότητα είχε αρχίσει με δειλά βήματα να μοιράζεται τις μεθόδους συν-σχεδίασης από τις αρχές του 1999, όπου οι Gaver, Dunne, και Rascanti δημοσίευσαν το άρθρο τους πάνω στην μέθοδο *cultural probes* ενώ ο Sanders (2012) δημοσίευσε βασικές αρχές και ιδέες πάνω στη παραγωγή εργαλειοθηκών - *toolkits*. Από τότε και με γοργό ρυθμό η επιστημονική κοινότητα έχει δημοσιεύσει εκατοντάδες άρθρα και βιβλία με αναλυτικές μεθόδους και εργαλεία σχεδίασης.

Οι μέθοδοι και οι μεθοδολογίες είναι δύο έννοιες που συχνά δημιουργούν σύγχυση στην κατανόηση τους. Μια μέθοδος είναι κυρίως ένα εργαλείο ή ένας τρόπος συλλογής πληροφοριών. Είτε την χρησιμοποιούμε σε συν-σχεδιαστικό εργαστήρι είτε γενικότερα σε κάποιο στάδιο της Σχεδίασης Υπηρεσιών, η μέθοδος μπορούν να μας δώσουν σημαντικά στοιχεία για να παράγουμε ιδέες και προδιαγραφές. Παραδείγματος χάρη μέθοδος αποτελεί μια δημιουργική συνέντευξη χρηστών ή ένα διαδραστικό παιχνίδι με κάρτες για παραγωγή ιδεών στον ιδεασμό.

Ως μεθοδολογία ορίζουμε μια ολιστική ερευνητική προσέγγιση και ένα αναλυτικό εργαλείο. Με άλλα λόγια μεθοδολογία είναι η γενική στρατηγική που σκιαγραφεί τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να πραγματοποιηθεί η έρευνα. (Howell 2013) Στην σχεδίαση υπηρεσιών η μεθοδολογία που επιλέγει ο σχεδιαστής να ακολουθήσει περιγράφει όλα τα βήματα του από την έρευνα μέχρι τον ιδεασμό και το τελικό σχεδιαστικό αποτέλεσμα. Όπως είδαμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο παράδειγμα μιας μεθοδολογίας στη Σχεδίαση αποτελεί το *Double Diamond*.

5.2.3. Prototyping

Η πρωτοτυποποίηση είναι μια βασική αρχή και χαρακτηριστικό του σχεδιασμού και είναι μια δραστηριότητα για εξερεύνηση, πρόταση και δημιουργία γνώσης. Ταυτόχρονα υποστηρίζει την συνεχή διαδικασία εξέλιξης σχεδιαστικών προτάσεων πριν την τελική μορφή μιας υπηρεσίας

η προϊόντος και την καλύτερη κατανόηση του πλαισίου για το οποίο σχεδιάζουμε. (Westerlunda, Wetter-Edmana 2017).

Η πρωτοτυποποίηση χρειάζεται να περιλαμβάνει το στοιχείο της φαντασίας (Steen, 2014) πιθανών πραγματικοτήτων μέσα από τον πειραματισμό και την εξερεύνηση (Floyd, 1984), διερευνώντας για μελλοντική χρήση (Gedenryd, 1998) και αναγνωρίζοντας την σημαντικότητα μιας αισθητικής εμπειρίας (Stephens & Boland 2014, Wright & McCarthy 2008).

Σύμφωνα με τον Stappers (2010) η πρωτοτυποποίηση :

- παράγει εστιασμένη συζήτηση του θέματος για σχεδίαση.
- δημιουργεί έδαφος για δοκιμές υποθέσεων που είναι ως τώρα θεωρητικές.
- αντιμετωπίζει διαφορετικές πτυχές λύσεων καθώς οι συμμετέχοντες τυπικά αναγκάζονται να αναγνωρίσουν και να σκεφτούν προοπτικές, πλαίσια και θεωρίες έξω από το κουτί.
- αντιμετωπίζει τον πραγματικό κόσμο.
- μπορεί να αλλάξει δραστικά τον κόσμο γιατί οι παρεμβάσεις δίνουν χώρο και ευκαιρία στους ανθρώπους να ζήσουν και να δοκιμάσουν εμπειρίες που δεν υπήρχαν ποτέ. (όπως μια καινοτομία)

Πρακτικά περιγράφει την δοκιμή των προχωρημένων σχεδιαστικών ιδεών σε πιλοτικές εκδηλώσεις με όσο περισσότερο αληθινό χαρακτήρα, πλαίσιο δράσης και συμμετέχοντες, είναι δυνατόν. Στα πιο πρώιμα στάδια της σχεδίασης οι εμπλεκόμενοι έχουν την δυνατότητα να δοκιμάσουν και να εξελίξουν αρχικές ιδέες και πτυχές τους όμως στην πρωτοτυποποίηση έχουμε ένα πραγματικά ρεαλιστικό σενάριο παρατήρησης, αναστοχασμού και συζητήσεων. Η πρωτοτυποποίηση για τον σχεδιασμό υπηρεσιών είναι συχνά το κοντινότερο αληθινό σενάριο που μπορούμε να έχουμε πριν την πλήρη ολοκλήρωση της διαδικασίας της σχεδίασης.

Όσο πιο αληθοφανής και δημιουργική είναι η διαδικασία της πρωτοτυποποίησης τόσο πιο στοχευμένη θα είναι και η ανατροφοδότηση σε ιδέες και παρατηρήσεις από τους συμμετέχοντες. Για να λάβει χώρα μια τέτοια πιλοτική εκδήλωση ή πείραμα της υπό-σχεδίασης υπηρεσίας, οι σχεδιαστές χρειάζεται να τρέξουν και να καθοδηγήσουν τους συμμετέχοντες, με όπλο εργαλεία και μεθόδους σε μια εμπειρία της υπηρεσίας. Η πρωτοτυποποίηση λαμβάνει χώρα συνήθως στα τελικά στάδια της σχεδιαστικής διαδικασίας καθώς η λύση πρέπει να είναι καλά προδιαγραμμένη για να δημιουργήσουμε ένα πιλοτικό πρωτότυπο. Όμως

τα αποτελέσματα της συχνά μπορεί να αλλάξουν αρχικά κομμάτια της σχεδίασης που έχουν οριστεί από πιο πρώιμα στάδια όπως αυτό της έρευνας.

Τα αποτελέσματα και η κριτική που θα ληφθεί από τους συμμετέχοντες καθώς και οι ίδιες οι παρατηρήσεις τους σχεδιαστή μπορούν να καθορίσουν δραστικές αλλαγές στα αρχικά σχέδια που θα καταλήξουν σε υπηρεσίες με μεγάλη επίδραση και επιτυχία στο πραγματικό κόσμο.

Με άλλα λόγια, δεν υπάρχουν καθορισμένα βήματα και διαδικασίες για να προσεγγίσουμε συγκεκριμένα ζητήματα που προκύπτουν στην σχεδίαση υπηρεσιών σε πολύπλοκα πολιτικοκοινωνικά πλαίσια. Όμως με την συνεργασία με τους stakeholders, την πρωτοτυποποίηση των υπηρεσιών και τον αναστοχασμό στα αποτελέσματα της οι σχεδιαστές μπορούν να έρθουν ένα βήμα πιο κοντά στη κατανόηση του πλαισίου και των ανθρώπων της υπηρεσίας καθώς και τα προβλήματα και τις ευκαιρίες που προκύπτουν εκεί, με αποτέλεσμα να έρθουν με δυνατές και καινοτόμες προτάσεις.

5.2.4. Σύνοψη

Ένα βασικό κοινό συστατικό της νέας πραγματικότητας που χαρακτηρίζει την έρευνα στην σχεδίαση είναι ότι περιέχει δημιουργικές πράξεις μέσω εργαλείων. Η πράξη της δημιουργία δεν είναι απλώς μια ερμηνευτική πράξη αναπαραγωγής αλλά μια δημιουργική πράξη που περιλαμβάνει την κατασκευή και την μετατροπή της γνώσης σε έννοιες και ιδέες από όλους τους συμμετέχοντες στην διαδικασία αυτή. Οι μέθοδοι και τα εργαλεία δίνουν στους ανθρώπους, σχεδιαστές και μη την ικανότητα να φτιάχνουν "πράγματα" που περιγράφουν μελλοντικές ιδέες, αντικείμενα, ανησυχίες και ευκαιρίες και παρέχουν διαφορετικές οπτικές σε μελλοντικές εμπειρίες και τρόπους ζωής (Sanders & Stappers, 2014)

Έτσι και με την δύναμη που μας χαρίζουν αυτά τα εργαλεία μπορούμε να συνεργαστούμε στενά με τους εμπλεκόμενους κάθε υπό σχεδίαση προβλήματος έτσι ώστε να έρθουμε ένα βήμα πιο κοντά σε δημιουργικά και ανθρωποκεντρικά σχεδιαστικά αποτελέσματα, ώστε να δώσουμε σε ειδικούς και μη τρόπους και πλατφόρμες για να εκφραστούν, να εξερευνήσουν ιδέες και απόψεις και να τις ερμηνεύσουν σε πρακτικές μορφές.

5.3.Στοιχεία διεκπεραίωσης ενός co-design workshop

Τα workshops είναι εκπαιδευτικές δραστηριότητες που χρησιμοποιούνται συχνά για να προωθήσουν την συνεργασία, τον ιδεασμό, την δημιουργία σχέσεων και τη διαδραστική μάθηση. (Sanders & Stappers, 2019)

Η οργάνωση ενός επιτυχημένου εργαστηρίου συν-σχεδίασης δεν είναι μια απλή διαδικασία καθώς τα αποτελέσματα της εξαρτώνται από πολλές μετρικές όπως τον χρόνο, τους συμμετέχοντες και τη νοοτροπία τους, τον συντονιστή (ρόλος σχεδιαστή), τα εργαλεία και τις μεθοδολογίες που θα χρησιμοποιηθούν καθώς και την ατμόσφαιρα και τον χώρο διοργάνωσης.

Η σχεδίαση και η διεκπεραίωση ενός αποτελεσματικού εργαστηρίου είναι όπως είπαμε σημαντικό κομμάτι του πειραματικού σταδίου αυτής της διπλωματικής εργασίας καθώς τα αποτελέσματα που ελπίζουμε να παρθούν από την συν-σχεδίαση με τους χρήστες πρόκειται να επηρεάσουν ριζικά την επανασχεδίαση της υπηρεσίας που θα παρουσιαστεί ως μελέτη περίπτωσης στο επόμενο κεφάλαιο. Με την χρήση των εργαλείων και μεθοδολογιών της Σχεδίασης Υπηρεσιών και με γνώμονα τη κοινωνική καινοτομία το υπό σχεδίαση εργαστήριο θα εμπλέξει τα άτομα που επηρεάζονται και αφορούν την υπηρεσία με σκοπό να λάβουμε δεδομένα και λύσεις καλύτερα σχεδιασμένες για να εξυπηρετούν τους χρήστες της και τις ανάγκες τους. Έτσι ανοίγουμε έναν δρόμο για μια επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας με έναν ανθρωποκεντρικό και καινοτόμο τρόπο που θα έχει άμεσα και σταθερά αποτελέσματα στη κοινωνία και στο πλαίσιο σχεδίασης της.

5.3.1. Facilitator (Συντονιστής)

Στην διοργάνωση ενός εργαστηρίου συνεργατικής σχεδίασης ο συντονιστής έχει αναμφίβολα έναν από τους πιο κρίσιμους ρόλους. Στην περίπτωση αυτής της εργασίας τον ρόλο του συντονιστή ανέλαβα εγώ προσωπικά διότι η πλήρης κατανόηση του σχεδιαστικού πλαισίου και των επιθυμητών αποτελεσμάτων ήταν δύο ικανότητες που κατείχα πλήρως καθώς και η έλλειψη του χρόνου δεν επέτρεψε την αναζήτηση άλλου ατόμου για αυτόν το ρόλο.

Η βασική ευθύνη ενός συντονιστή σε ένα συνεργατικό εργαστήριο είναι η διατήρηση ενός ουδέτερου ρόλου, καθώς οργανώνει, καθοδηγεί και προτρέπει όλους τους συμμετέχοντες. Σύμφωνα με τον Sam Karen (1999)

ένας καλός διοργανωτής υποστηρίζει την φωνή κάθε συμμετέχων, καταλαβαίνοντας ταυτόχρονα κάθε επιχείρημα.

Τα βασικά καθήκοντα του συντονιστή περιέχουν:

1. Την προτροπή για συμμετοχή στις δραστηριότητες
2. Τη δημιουργία μιας καθαρής εικόνας και μεθοδολογίας για το υπό σχεδίαση ζήτημα καθώς και για την κατανόηση των δραστηριοτήτων που θα ακολουθηθούν σε ένα εργαστήριο
3. Την δημιουργία των δραστηριοτήτων με τέτοιο τρόπο ώστε να παραχθούν αποτελέσματα που θα ωφελήσουν τον οργανισμό, την υπηρεσία ή το προϊόν που σχεδιάζεται
4. Την συνεχή καθοδήγηση και επεξήγηση των σταδίων και κάθε πιθανής ερώτησης που μπορεί να προκύψει από τους συμμετέχοντες
5. Την αποτροπή οδηγιών η καθοδήγησης ανάμεσα στις λύσεις, καθώς τα αποτελέσματα χρειάζεται να παραχθούν από τους συμμετέχοντες
6. Την δημιουργία μιας ευχάριστης, δημιουργικής διαδικασίας που πλαισιώνεται από οικείο φιλικό κλίμα, όμορφη ατμόσφαιρα, εποικοδομητικές συζητήσεις και συχνά διαλείμματα

Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πως η δουλειά του συντονιστή δεν είναι να δημιουργήσει μια εξαιρετική ιδέα ή να οδηγήσει την ομάδα στις πιο σωστές αποφάσεις. Αντιθέτως η δουλειά του είναι να βάλει τους συμμετέχοντες στο εργαστήριο να δημιουργήσουν εκείνοι τις καλύτερες ιδέες που μπορούν και να καταλήξουν εκείνοι στις πιο σωστές και δυνατές τους αποφάσεις. (Nielsen Norman Group, 2020) Συμπληρωματικά ο συντονιστής είναι υπεύθυνος και για τις τεχνικές λεπτομέρειες του co-design workshop. Αυτές περιέχουν :

1. Την συλλογή υλικών αγαθών που θα βοηθήσουν και θα προτρέψουν την δημιουργική διάθεση κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων. Τα υλικά αυτά συνήθως είναι, post-it notes, πολύχρωμοι μαρκαδόροι, λευκοί πίνακες, χαρτιά και υλικά πρωτοτυποποίησης όπως πλαστελίνη και χαρτόνια.
2. Την προδιαγραφή μιας μεθοδολογίας δραστηριοτήτων που συχνά ονομάζουμε και ως Ατζέντα εκδήλωσης. Η Ατζέντα εκδήλωσης περιέχει την σειρά των δραστηριοτήτων και μεθόδων του εργαστηρίου με σκοπό την εξαγωγή λύσεων και ιδεών, με χρονολογική σειρά και προθεσμίες.
3. Την οργάνωση του χώρου ώστε οι συμμετέχοντες να νιώθουν άνετα και οι δραστηριότητες να μπορούν να εκτελεστούν με ευκολία. Σε αυτό το στάδιο ο διοργανωτής διαλέγει τον χώρο της

εκδήλωσης και τον διαμορφώνει ανάλογα με τις ανάγκες και τα άτομα της. Επιπλέον προμηθεύεται υγιεινά σνακ και ροφήματα για να προσφέρει στους συμμετέχοντες και να βοηθήσει το κλίμα και την παραγωγική τους διάθεση.

5.3.2. People (Συμμετέχοντες)

Προφανώς ένα συνεργατικό εργαστήριο δεν μπορεί να υφίσταται χωρίς τους συμμετέχοντες που θα αποτελέσουν την δημιουργική ομάδα του. Στην περίπτωση αυτής της διπλωματικής εργασίας όπως έχουμε αναφέρει και στους στόχους μας, κύριο μέλημα μας είναι η επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας κοινωνικής καινοτομίας και συγκεκριμένα του *The Loop Project* μια πρωτοβουλία που δημιουργήθηκε στα πλαίσια ενός στούντιο μαθήματος στο Τμήμα Μηχανικών Σχεδίασης Προϊόντων και Συστημάτων. Η επιλογή των ατόμων αποτέλεσε ένα σημαντικό στάδιο της εργασίας καθώς και τα αποτελέσματα της θα εξαρτηθούν άμεσα από το συνεργατικό εργαστήριο.

Στην βιβλιογραφία τα άτομα που απαρτίζουν ένα *workshop* σχεδίασης ή επανασχεδίασης υπηρεσιών ορίζονται συνήθως από τις ανάγκες του κάθε *project*. Τις περισσότερες φορές ανάμεσα στους συμμετέχοντες βρίσκουμε, χρήστες της υπάρχουσας υπηρεσίας ή πιθανούς χρήστες της νέας υπηρεσίας και αντιπρόσωπους *stakeholders* της.

Στην περίπτωση μας, η εύρεση και η επιλογή των ατόμων έγινε με 2 μετρικές. Την εμπλοκή ατόμων με τόπο κατοικίας την Σύρο -αφού και η υπηρεσία αφορά μια πρωτοβουλία κοινωνικής καινοτομίας στο συγκεκριμένο πλαίσιο- και την επιλογή ατόμων με σχετική γνώση γύρω από την Σχεδίαση και τις δραστηριότητες της. Ο λόγος ήταν ή μερική έλλειψη χρόνου άρα και της επεξήγησης σε εντελώς μη ειδικούς (με τον σχεδιασμό) άτομα για την διαδικασία και τις αρχές του. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφέρουμε πως δεν υπήρχαν επιπλέον κριτήρια επιλογής. Συγκεκριμένα μια ανακοίνωση (*open call*) αναρτήθηκε σε μια σελίδα με άτομα του πανεπιστημίου η οποία περιείχε αρχικές πληροφορίες για το *project* καθώς και ζητούσε την δήλωση συμμετοχής από 5-8 εθελοντές. Έξι άτομα ανταποκρίθηκαν θετικά και έτσι έξι φοιτητές του πανεπιστημίου αποτέλεσαν την αρχική ομάδα για το εργαστήριο συνεργατικής σχεδίασης. Επιπλέον αιτήθηκα προσωπικά σε ένα μέλος της πρώην ιδρυτικής ομάδας του *The Loop Project* που συνεχίζει να κατοικεί στη Σύρο να συμμετέχει, ως ένας ενημερωμένος άνθρωπος με σκοπό την αύξηση της ποικιλίας των συμμετεχόντων. Τέλος την ομάδα ολοκλήρωσε ένα άτομο που αντιπροσωπεύει τους ειδικούς

στον ρόλο της υπηρεσίας *The Loop Project* όπως αυτοί είχαν προσδιοριστεί. (ειδικοί= άτομα με γνώσεις και ειδικές δεξιότητες πάνω στην επιδιόρθωση και στο ράψιμο ρούχων και αξεσουάρ) Το συγκεκριμένο άτομο κατοικεί στην Σύρο τα τελευταία 15 χρόνια, έχει ολοκληρώσει το μεταπτυχιακό του στο Πανεπιστήμιο και δουλεύει σε ένα εργαστήριο σχεδιάζοντας και ράβοντας αξεσουάρ και τσάντες. Έτσι τα 8 αυτά πλέον άτομα θα απαρτίζανε εθελοντικά την ομάδα στην επερχόμενη εκδήλωση συνεργατικής σχεδίασης.

Αφού η ομάδα επισημοποιήθηκε, ορίστηκε και συμφωνήθηκε μέρα και ώρα διεκπεραίωσης του εργαστηρίου. Επιπλέον δημιουργήθηκε από πλευράς μου και αποστάλθηκε σε προσωπικά μηνύματα μια ενημερωτική και επεξηγηματική παρουσίαση της εργασίας, των βιβλιογραφικών εννοιών, του σκοπού και των δραστηριοτήτων και της Ατζέντας του εργαστηρίου ώστε η ομάδα να είναι πλήρως ενημερωμένη προ της εκδήλωσης.

5.3.3. Δεκάλογος

Μέσα από την έρευνα και την μελέτη της βιβλιογραφίας συμβουλές και κανόνες αναδύονται σχετικά με την διεκπεραίωση ενός *co-design workshop*. Στο σημείο της οργάνωσης του εργαστηρίου που αποτελεί και το πειραματικό κομμάτι αυτής της εργασίας ανέπτυξα έναν δεκάλογο συμβουλών για την δική μου βοήθεια στην δημιουργία του εργαστηρίου. Ο δεκάλογος είναι εμπνευσμένος από τη βιβλιογραφία.

1. Ο διοργανωτής χρειάζεται να κρατάει ουδέτερο και φιλικό χαρακτήρα και οι αποφάσεις του να οδηγούνται με κίνητρο τα αποτελέσματα και όχι προσωπικές απόψεις.
2. Οι συμμετέχοντες του εργαστηρίου χρειάζεται να αντιπροσωπεύουν ρόλους που είναι μέρος της υπηρεσίας υπό σχεδίαση. Οι ρόλοι πρέπει να είναι ταιριαστοί και τα άτομα να νιώθουν άνετα και οικεία να τους αντιπροσωπεύσουν. Όλοι οι συμμετέχοντες βρίσκονται εθελοντικά στο χώρο και έχουν ενημερωθεί πλήρως για τις ώρες που θα ξοδέψουν και τις δραστηριότητες του εργαστηρίου.
3. Το εργαστήριο αυτό αποτελεί ένα πείραμα. Ιδανικά θα κρατούσε μέρες. Όμως για τους σκοπούς της εργασίας θα εκτελεστεί ένα

πιλοτικό εργαστήριο. Θέλουμε να είναι εύκολο και ευχάριστο για όλους και οι διαδικασίες να μην είναι κουραστικές και ατελείωτες.

4. Η δομή του εργαστηρίου θα είναι ορισμένη από πριν ώστε να εκμεταλλευτούμε καλύτερα την ημέρα και τα άτομα που θα βρίσκονται εκεί εθελοντικά. Όμως είναι μια διαδραστική διαδικασία και ο διοργανωτής χρειάζεται να είναι ευέλικτος σε αλλαγές, επιπλέον διαλείμματα κοκ.
5. Η ατμόσφαιρα χρειάζεται να έχει φιλική και δημιουργική αύρα. Στο χώρο πρέπει να υπάρχει κατάλληλη ισορροπία σνακ και καφέ και εργαλείων για έκφραση και δημιουργικότητα όπως χαρτιά, πολύχρωμους μαρκαδόρους, μεγάλες επιφάνειες για post it notes και επιπλέον props.
6. Είναι σημαντικό να εμπλακούν εργαλεία και μέθοδοι στη δημιουργική διαδικασία. Όπως είδαμε αυτά τα στοιχεία βοηθούν ενεργά στην παραγωγή ευρηματικών και καινοτόμων ιδεών καθώς είναι δοκιμασμένο πως πυροδοτούν την σκέψη και τις ιδέες με επιδεξιότητα.
7. Για να γίνει σωστή διαχείριση της ημέρας οι προθεσμίες είναι μια σημαντική λεπτομέρεια που πρέπει ο διαχειριστής να λάβει υπόψιν. Τα δημιουργικά εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν μπορεί να παρασύρουν τους εθελοντές σε αδιάκοπες συζητήσεις. Κομμάτι του ρόλου του είναι να θέτει χρόνους για κάθε άσκηση και να προσπαθεί να μην τους προσπερνάει κατά πολύ, ώστε να μην υπάρξει εξάντληση των συμμετεχόντων από τη μέση της διαδικασίας.
8. Επεξήγηση και introduction // warm up Κρίσιμης σημασίας είναι και η καλά δομημένη εισαγωγή και επεξήγηση του project πριν το ξεκίνημα του εργαστηρίου. Για αυτό το σκοπό προτείνεται η δημιουργία μιας διευκρινιστικής παρουσίασης των περιεχομένων της διπλωματικής εργασίας και των τους στόχους του διοργανωτή.
9. Η δόμηση των στόχων και των επιθυμητών αποτελεσμάτων πρέπει να γίνει από την αρχή από το διοργανωτή. Όμως η αποτυχία είναι μια μετρική που είναι αναπόφευκτη σε κάθε κατάσταση. Εάν κάτι δεν πηγαίνει όπως περιμέναμε, εναλλακτικά σχέδια αλλά και καλή διάθεση χρειάζονται για την ανάκαμψη των συμμετεχόντων. Επιπλέον εάν το εργαστήριο δεν πετύχει όπως φανταζόμασταν

εξαρχής αποκτούμε μια ακόμη ευκαιρία για καλύτερη σχεδίαση και όχι μια αποτυχημένη προσπάθεια.

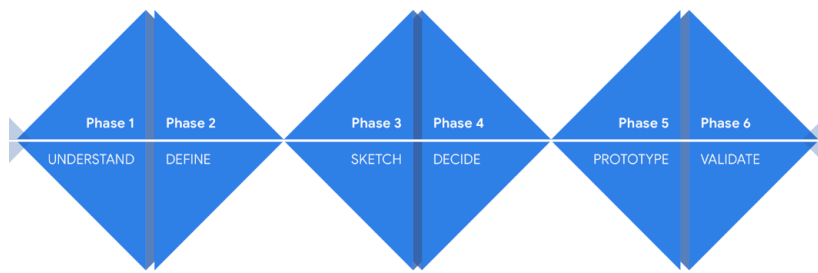
10. Τέλος η ανατροφοδότηση και η αξιολόγηση είναι καταλυτικής σημασίας και αναμένεται να προσφέρουν πολλές χρήσιμες συμβουλές στον διοργανωτή. Έτσι προτείνεται η δημιουργία ενός ερωτηματολογίου αξιολόγησης προς διαμοιρασμό στους συμμετέχοντες κατά το πέρας της διαδικασίας.

5.4. Μεθοδολογική προσέγγιση

Παραδείγματα μεθοδολογιών για co-design workshops

Ο ορισμός μιας μεθοδολογίας δράσης για ένα συνεργατικό εργαστήριο είναι ένα βασικό στάδιο που βοηθάει στον σωστό προσδιορισμό των στόχων και στην οργάνωση και καθοδήγηση ώστε να μην χάνεται ο σκοπός μας. Όπως έχουμε αναφέρει και σε προηγούμενες ενότητες δεν υπάρχει κάποιο αλάνθαστο βιβλίο βημάτων που χρειάζεται να ακολουθηθεί ώστε να έχουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα, αλλά προτάσεις και ιδέες που υιοθετούνται από κάθε διοργανωτή ανάλογα με τις ανάγκες και τα αποτελέσματα που ελπίζει να εξάγει.

Μια ιδιαίτερα διαδεδομένη μεθοδολογία είναι αυτή των *Design Sprints* που έχει προταθεί από την Google και χρησιμοποιείται θερμά από άτομα, εταιρείες και οργανισμούς τα τελευταία χρόνια. Στην περίπτωση των *Design Sprints* το εργαστήριο χωρίζεται σε έξι φάσεις στις οποίες χρησιμοποιούνται τεχνικές και μέθοδοι για να επιτευχθούν οι διαφορετική ανά την φάση στόχοι. Στην πρώτη φάση οι συμμετέχοντες καλούνται να κατανοήσουν τους χρήστες, τον προβληματικό χώρο, τους ανταγωνιστές και τις προκλήσεις που έχουν να λύσουν και να αντιμετωπίσουν. Στη δεύτερη φάση στόχος είναι να εφαρμοστούν οι γνώσεις της πρώτης φάσης με σκοπό να προσδιοριστούν οι επιθυμίες και τα αποτελέσματα που περιμένουμε να εξαχθούν από το εργαστήριο. Στην επόμενη φάση προτείνονται όσες το δυνατόν περισσότερες ιδέες για τα ζητήματα που έχουν προκύψει στα προηγούμενα στάδια. Έπειτα γίνεται διαλογή των ιδεών και κατηγοριοποίηση τους ώστε να καταλήξουμε στις πιο επιθυμητές από την ομάδα. Στο βήμα πέντε βρίσκεται η φάση της πρωτοτυποποίησης όπου οπτικοποιούνται και δοκιμάζονται οι δυνατές ιδέες, βρίσκονται λάθη και παρατηρήσεις και ενισχύονται με παραμέτρους και προτάσεις. Τέλος στην τελευταία φάση η τελική πρόταση παρουσιάζεται σε χρήστες με σκοπό την περεταίρω αξιολόγηση της.



Εικόνα 25 – Design Sprints workshop methodology (Google)

Μία εναλλακτική προσέγγιση μεθοδολογίας εμπνευσμένη και από το *Design Sprint* προτείνεται και από το *Co-create Handbook* (2019). Στην δοκιμασμένη σε πολλά σενάρια και case studies μεθοδολογία αυτή γίνεται χρήση πολλαπλών μεθόδων σε κάθε φάση της με σκοπό την προτροπή την δημιουργικότητας προς νέες καινοτόμες ιδέες από τους συμμετέχοντες. Τα βήματα της είναι :

1. Γνωρίζοντας τα βασικά

Οι συμμετέχοντες οικειοποιούνται με τις έννοιες της συνεργατικής σχεδίασης και των εργαστηρίων καθώς γνωρίζονται μεταξύ τους και με τον συντονιστή τους.

2. Παρουσίαση της πρόκλησης

Παρουσιάζεται η πρόκληση που η ομάδα καλείται να λύσει και να συμβάλει στην σχεδίαση της και παρουσιάζεται και ο χάρτης της. Αυτό σημαίνει ότι οπτικοποιείται η πρόκληση και οι συμμετέχοντες μαθαίνουν τα στοιχεία που την περιγράφουν. Το πλαίσιο, τα άτομα και τα κρίσιμα ζητήματα είναι κάποια από αυτά.

3. Παραγωγή λύσεων

Σε αυτό το στάδιο και αφού η ομάδα έχει αποκτήσει όσο το δυνατόν περισσότερες γνώσεις και ειδικότητα πάνω στο ζήτημα που μας απασχολεί, καλούνται να παράγουν ιδέες και σκέψεις με δημιουργικούς τρόπους και με την χρήση πολλαπλών μεθόδων όπως το *Brainstorming* και το *What if Tool*.

4. Storyboarding και Πρωτοτυποποίηση

Σε αυτό το σημείο οι πιο ποθητές λύσεις και ιδέες δοκιμάζονται σε σενάρια χρήσης με σκοπό την πυροδότηση επιπρόσθετης συζήτησης γύρω από αυτές και την διόρθωση και ενίσχυση τους από τους συμμετέχοντες.

5. Δοκιμή και προδιαγραφή επόμενων βημάτων

Στο τελευταίο βήμα η νικητήρια λύση θα πρωτοτυποποιηθεί και θα δοκιμαστεί περεταίρω. Εάν υπάρχει αυτή η δυνατότητα νέοι χρήστες θα κριθούν να αξιολογήσουν την ιδέα καθώς και θα

προκύπτουν διορθώσεις και επαναπροσδιορισμοί. Τέλος θα οριστούν τα επόμενα βήματα του project.

5.4.1. Προσδιορισμός μεθοδολογίας και φάσεις παρασκηνίου

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθούμε στο πιλοτικό χαρακτήρα αυτής της μελέτης. Σκοπός μας είναι να δούμε την επιρροή που μπορεί να έχει ένα co-design workshop στην επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας καθώς και να προτείνουμε νέες προδιαγραφές για βελτίωση αυτής και έναν τρόπο δημιουργίας καινοτόμων λύσεων σε κοινοτικό επίπεδο. Λόγο περιορισμένου χρόνου καθώς και υποδείξεων των νόμων και της κυβέρνησης για την νέα πραγματικότητα μιας παγκόσμιας πανδημίας μέσω της οποίας συντάχθηκε αυτή η εργασία, το εργαστήριο έλαβε χώρα σε προσωπικό χώρο της συγγραφέα, με περιορισμένο αριθμό ατόμων (8 άτομα) και για χρονικό διάστημα των 4 ωρών. Έτσι οι φάσεις και η μεθοδολογία και τα βήματα της προσαρμόστηκαν εννοείται στους επικείμενους περιορισμούς που προέκυψαν.

Πρώτου περάσουμε στην παρουσίαση και ανάλυση των βημάτων της μεθοδολογίας του συν-σχεδιαστικού εργαστηρίου είναι κρίσιμο να παρουσιάσουμε μια περίληψη των φάσεων που έλαβαν χώρα στο παρασκήνιο τις μέρες πριν το εργαστήριο.



Εικόνα 26 –Workshop creation phases

- Φάση 1^η - Έρευνα

Αρχικά προηγήθηκε μια βιβλιογραφική έρευνα στους όρους και τις έννοιες που θα μας απασχολούσαν. Η βιβλιογραφική έρευνα καταγράφηκε και η κατανόηση των στόχων μας και των διαδικασιών που θα προέκυπταν στα επόμενα στάδια έγινε βαθύτερη και ξεκάθαρη.

- Φάση 2^η - Ανάλυση Δεδομένων // Μελέτη περίπτωσης

Έπειτα και αφού επιλέχθηκε το project το οποίο θα επανασχεδιάζαμε ως μελέτη περίπτωσης, αναλύθηκαν τα δεδομένα του, καταγράφηκαν τα θετικά και τα αρνητικά στοιχεία του και επαναπροσδιορίστηκαν οι αρχικοί του στόχοι.

- Φάση 3^η - Εύρεση Προβληματικού χώρου

Τα δεδομένα της μελέτης περίπτωσης έδειξαν ορισμένα pain points και αρνητικά στοιχεία που αποτελούν δείγμα για ανάγκη προς βελτίωση τους. Τα κομμάτια αυτά της υπηρεσίας συλλέχθηκαν και κρίθηκαν αρκετά για να επιλεχθεί το The Loop Project ως η ιδανική μελέτη περίπτωσης. Τα pain points αυτά θα αποτελέσουν στο επερχόμενο εργαστήριο βάση για όλες τις σχεδιαστικές δραστηριότητες.

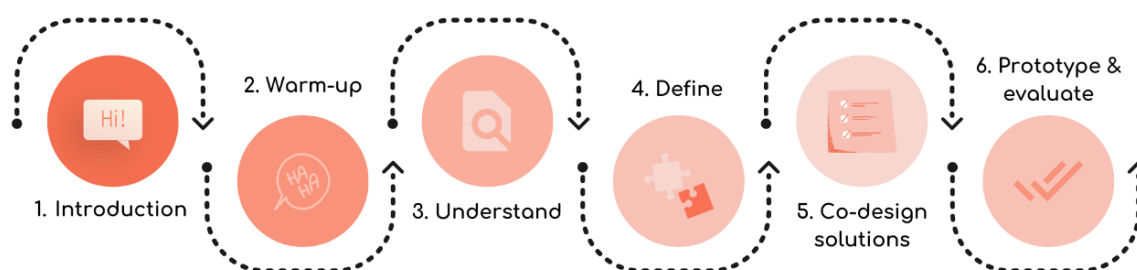
- Φάση 4^η - Δημιουργία συνεργατικού εργαστηρίου για παραγωγή ιδεών και συν-σχεδίαση λύσεων

Τέλος αποφασίστηκαν τα βήματα της μεθοδολογίας του εργαστηρίου που θα αναλύσουμε στην επόμενη ενότητα. Επιπλέον ξεκίνησε και η διοργάνωση του εργαστηρίου καθώς, δημιουργήθηκε η ομάδα, βρέθηκε και στήθηκε ο χώρος, ορίστηκαν οι κανόνες του, η μέρα και η ώρα της εκδήλωσης και τέθηκαν οι προδιαγραφές του.

Η μεθοδολογία του εργαστηρίου

Τα βήματα που ακολουθήθηκαν σε αυτήν την διπλωματική εργασία προς σχηματισμό μιας μεθοδολογίας για το συνεργατικό εργαστήριο είναι εμπνευσμένα από τις μεθοδολογίες που αναλύσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο αλλά δεν αποτελούν πιστή αντιγραφή. Έπειτα από την έρευνα στην βιβλιογραφία αποφασίστηκε να ληφθούν ως παράδειγμα υπάρχουσες μεθοδολογίες και να επαναπροσδιοριστούν για να συνάδουν με τις ανάγκες και τον στόχο της εργασίας αυτής. Επιπρόσθετα λόγω της προδιαγραφής της δημιουργικότητας στα αποτελέσματα αλλά και στην δομή και σχεδίαση του εργαστηρίου,

ορισμένες μετρικές τέθηκαν με διαφορετικούς τρόπους που θα αναλύσουμε και στις επόμενες ενότητες. Η τελική μεθοδολογία απεικονίζεται σε μορφή διαγράμματος στην παρακάτω εικόνα.



Εικόνα 27 –Workshop methodology and steps

5.4.2. Περιγραφή βημάτων

Βήμα 1 : Εισαγωγή // Introduction

Στόχος του πρώτου βήματος, της εισαγωγής, είναι η εξοικείωση της ομάδας με τους στόχους και το θέμα της εκδήλωσης. Για ευκολότερη επίτευξη αυτού, δημιουργήθηκε μια αναλυτική παρουσίαση που εμπεριείχε τα εξής στοιχεία:

- i. Εισαγωγή στο project.
Περιγραφή της διπλωματικής εργασίας, του στόχου της και των εννοιών που παρουσιάζονται στο εύρος της με σκοπό οι συμμετέχοντες να κατανοήσουν πλήρως το πλαίσιο για το οποίο θα συμβεί αυτό το εργαστήρι. Στο βήμα αυτό αναλύθηκαν και συζητήθηκαν οι έννοιες της Αειφορίας, της Κοινωνικής Καινοτομίας, της Σχεδίασης Υπηρεσιών και της Συμμετοχικής Σχεδίασης όπως και τα οφέλη και τα χαρακτηριστικά της Συνεργατικής Σχεδίασης και των εργαστηρίων με χρήστες.

- ii. Μελέτη περίπτωσης // The loop project
Ανάλυση και παρουσίαση της υπηρεσίας The loop project που έχει χρησιμοποιηθεί ως μελέτη περίπτωσης για το πειραματικό μέρος αυτής της εργασίας. Παρουσίαση του brief, του πλαισίου, του οράματος, των ρόλων, των κανόνων και της προηγούμενης

πρωτοτυποποίησης της εκδήλωσης της υπηρεσίας από την τότε ιδρυτική ομάδα. Επιπλέον η παρουσίαση περιείχε μια αρχική αξιολόγηση των σημείων που οι χρήστες αγάπησαν στο *The loop project* και των ενδεικτικών λαθών και αρνητικών σημείων που μπορεί να έχουν οδηγήσει στην αποδυνάμωση της υπηρεσίας.

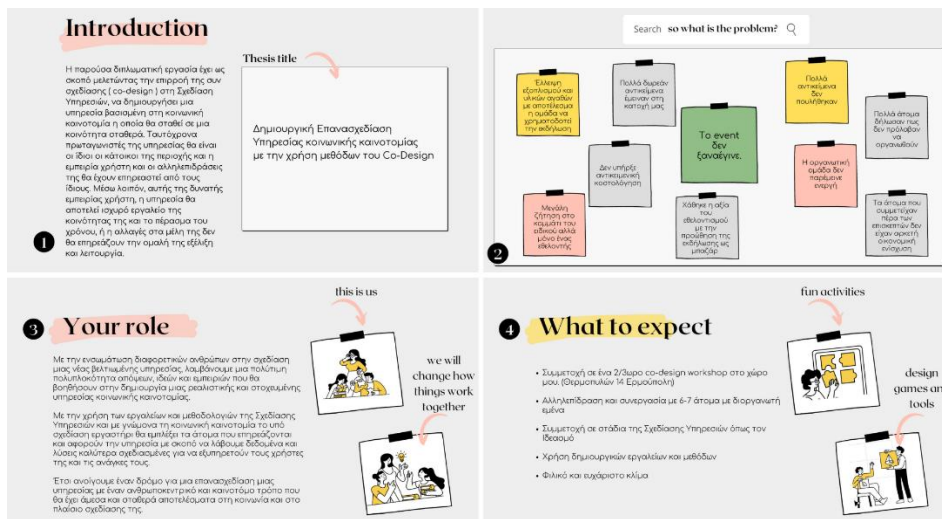
iii. Ο ρόλος σας

Επεξήγηση του ρόλου των συμμετεχόντων στο project τονίζοντας ότι με την ενσωμάτωση διαφορετικών ανθρώπων που θα κληθούν να σκεφτούν και να λειτουργήσουν σε διαφορετικούς ρόλους, λαμβάνουμε μια πολύτιμη πολυπλοκότητα απόψεων, ιδεών και εμπειριών που θα βοηθήσουν στην δημιουργία μιας ρεαλιστικής και βελτιωμένης υπηρεσίας κοινωνικής καινοτομίας.

iv. Τι να περιμένετε

Τέλος παρουσιάστηκε η Agenda του εργαστηρίου δηλαδή η περιγραφή των δραστηριοτήτων του. Σημαντική σε αυτό το κομμάτι ήταν η διαφάνεια στο τι θα πλαισιώνει την εκδήλωση, τι θα κληθούν τα άτομα να κάνουν και πόσο χρόνο θα διαρκέσουν οι δραστηριότητες.

Η παρουσίαση αυτή διαμοιράστηκε στους συμμετέχοντες κάποιες μέρες πριν την εκδήλωση ώστε να έχουν την δυνατότητα να ενημερωθούν πλήρως για αυτήν. Συμπληρωματικά όμως και με στόχο την περαιτέρω συζήτηση και ανάλυση, διατέθηκε χρόνος στην αρχή του εργαστηρίου για να παρουσιαστεί και επίσημα από τον συντονιστή.



Εικόνα 28 – Ενδεικτικές διαφάνειες από την εισαγωγική παρουσίαση

Βήμα 2 : Οικειοποίηση // Warm-up

Στο δεύτερο αυτό βήμα οι συμμετέχοντες έχουν την ευκαιρία να νιώσουν πιο άνετα μεταξύ τους και με τον συντονιστή καθώς και να "ζεσταθούν" δοκιμάζοντας να είναι πιο ελεύθεροι και εξωστρεφείς μεταξύ τους πριν τις επόμενες πιο απαιτητικές νοητικά δραστηριότητες που θα ακολουθήσουν στα επόμενα βήματα. Για αυτό το σκοπό επιλέγονται παιχνίδια ενεργοποίησης της ομάδας.

Rock-paper-scissors with statements

Παραδείγματα των παιχνιδιών αυτών είναι το πέτρα-ψαλίδι-χαρτί όπου η ομάδα χωρίζεται σε ζευγάρια και κάθε νικητής του ζευγαριού προχωράει στον επόμενο γύρο μέχρι να έχουμε έναν συνολικό νικητή. Κάθε χαμένος πρέπει να κάνει μια δήλωση για τον εαυτό του σε όλη την υπόλοιπη ομάδα.

Stinky fish

Ένα άλλο παιχνίδι που προτείνεται από το *HyperIsland Toolbox* σαν δραστηριότητα για το βήμα της οικειοποίησης της ομάδας είναι το *Stinky Fish*. Σε αυτή την δραστηριότητα προάγεται η ειλικρίνεια μεταξύ της ομάδας καθώς οι συμμετέχοντες θα κληθούν να εκφράσουν τους φόβους και τις ανησυχίες τους. Το *Stinky Fish* είναι μια μεταφορά του "πράγματος που κουβαλάμε μέσα μας και δεν θέλουμε να συζητάμε για αυτό αλλά όσο το κουβαλάμε τόσο περισσότερο μυρίζει".

STINKY FISH // STEPS

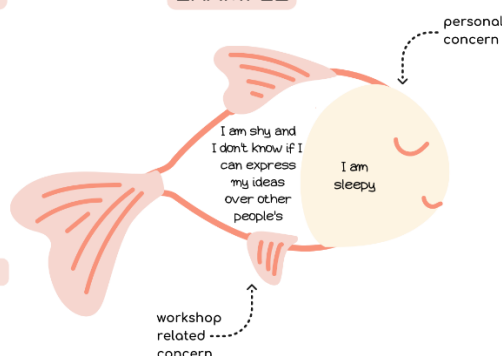
1# Game explanation

2# Fill out the fish

3# Stick them in the wall anonymously

4# Discuss game purpose and concerns

EXAMPLE



Εικόνα 29 – Ενδεικτικό template παιχνιδιού Stinky Fish

Στο κάθε ψάρι που έχει μπροστά του κάθε μέλος της ομάδας συμπληρώνει ένα προσωπικό του φόβο η ανησυχία για το εργαστήριο και

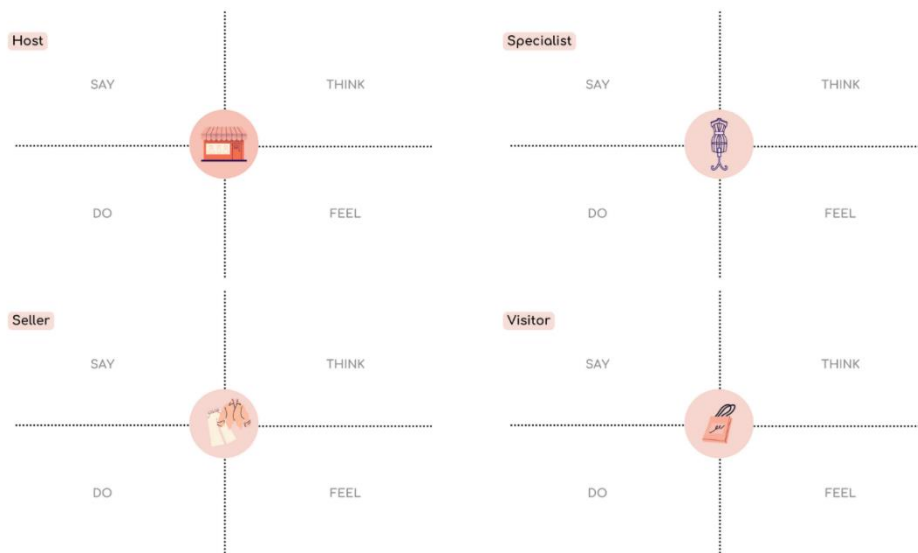
συμπληρωματικά στο εργαστήριο υπό σχεδίαση αυτής της εργασίας αποφασίστηκε να εμπλουτίσουμε την δραστηριότητα προσθέτοντας και μια ακόμη δυσκολία που μας απασχολεί γενικού περιεχομένου. Έπειτα οι τελικές δημιουργίες μας τοποθετούνται ανώνυμα στον τοίχο σαν υπενθύμιση σε επόμενα στάδια για το πώς ξεπεράσαμε κάποιους φόβους μας η για να θυμίζει στην ομάδα να απέχει από καταστάσεις που μπορεί να κάνουν τους υπόλοιπους να νιώσουν άβολα. Μετά το τέλος του παιχνιδιού είναι πολύ σημαντικό ο συντονιστής να εξηγήσει πως οι ανησυχίες μας και τα θέματα που μας απασχολούν είναι απολύτως φυσιολογικές και ότι ο σημερινός χώρος είναι ένας χώρος ελευθερίας λόγου και έκφρασης όπου κανένας δεν θα κριθεί για τα αδύναμα σημεία του αντιθέτως ομαδικά θα προσπαθήσουμε όλοι να τα ξεπεράσουμε.

Βήμα 3 : Κατανόηση // Understand - (get on role)

Στο βήμα αυτό ο σκοπός είναι η ομάδα να καταλάβει βαθύτερα τους ρόλους και τους stakeholders που εμπλέκονται στην υπηρεσία The loop project. Η ομάδα σε αυτό το σημείο μπορεί να απαρτίζεται και από άτομα που εκπροσωπούν ξεκάθαρα έναν από τους ρόλους. Όμως και με σκοπό την δημιουργική έκφραση, την δημιουργία προκλήσεων και εδάφους για συζήτηση η ομάδα καλείται να συμμετέχει με πολλαπλούς ρόλους. Για παράδειγμα ένα άτομο που αντιπροσωπεύει το ρόλο του ειδικού στην υπηρεσία δηλαδή αποτελεί επαγγελματία στο τομέα της μόδας με ειδικές δεξιότητες, καλείται να προτείνει ιδέες και να σκεφτεί όχι μόνο ως ειδικός αλλά και ως επισκέπτης της εκδήλωσης. Αυτή η ποικίλη στάση βοηθάει να ευδοκιμήσουν καινοτόμες σκέψεις και προτάσεις που θα ωφελήσουν την συνολική υπηρεσία και όχι μεμονωμένους ρόλους σε αυτήν.

Empathy Maps

Για βαθύτερη κατανόηση των ρόλων επιλέχθηκε το εργαλείο Empathy Map που προτείνεται από την ιστοσελίδα του STD. (Service Design Tools) Η μέθοδος αυτή κρίθηκε κατάλληλη για αυτό το βήμα καθώς αποτελεί εργαλείο που βασίζεται πάνω στους χρήστες μιας υπηρεσίας και τα στοιχεία που διαφοροποιούν τους ρόλους τους μεταξύ των υπολοίπων.



Εικόνα 30 –Ενδεικτικό template Empathy Map for user scenarios

Το εργαλείο χωρίζει τέσσερις περιοχές δράσης που περιστρέφονται γύρω από τον κάθε χρήστη. Οι περιοχές αυτές είναι το Λέει (say), το Σκέφτεται (think), το Κάνει (do) και το Αισθάνεται (feel). Συμπληρώνοντας και συζητώντας τα τέσσερα αυτά πεδία για κάθε χρήστη μπορούμε να αποκτήσουμε μια βαθύτερη κατανόηση του και να κάνουμε αληθείς υποθέσεις για τις πράξεις και τα συναισθήματα του. Για κάθε χρήστη ή μέτοχο που μας απασχολεί στην σχεδιαστική διαδικασία επαναλαμβάνουμε την μέθοδο. Τα τέσσερα Empathy Maps (για τον επισκέπτη, τον πωλητή, τον ειδικό και τον οικοδεσπότη // βασικοί ρόλοι υπηρεσίας The loop project) που επιλέχθηκαν να συμπληρωθούν στο εργαστήριο αποτελούν σημαντικό στάδιο του καθώς όπως αναφέραμε προηγουμένως, οι συμμετέχοντες θα κληθούν να μπούνε στη θέση πολλών διαφορετικών χρηστών και αυτή η δραστηριότητα αναμένεται να πετύχει αυτό το στόχο εμπλουτίζοντας την ομάδα με διαφάνεια και εμπάθεια.

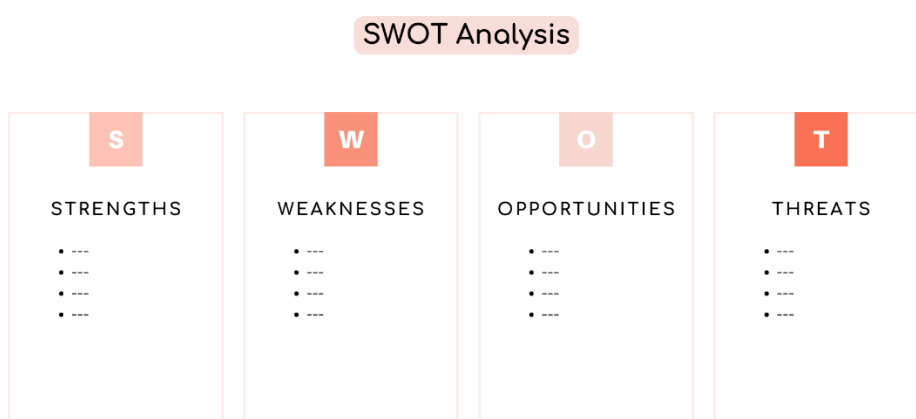
Βήμα 4 : Εύρεση προκλήσεων // Defining the challenge

Το στάδιο τέσσερα αποτελεί και ένα από τα πιο χρονοβόρα αλλά ταυτόχρονα κρίσιμα για την διαδικασία σημεία. Στόχος του είναι να εντοπιστούν οι προκλήσεις και τα αδύναμα σημεία στην υπηρεσία με σκοπό να προταθούν λύσεις στα επόμενα στάδια. Όπως έχουμε εξηγήσει το εργαστήριο αυτό σκοπεύει στην επανασχεδίαση μιας ήδη υπάρχουσας

υπηρεσίας. Το *The loop project* έχει επιλεγεί ως η ιδανική μελέτη περίπτωσης για αυτό το πείραμα διότι περιέχει τέτοιες προκλήσεις που έχουν οδηγήσει στην αποτυχία συνέχισης της υπηρεσίας παρόλο που οι αρχικές τις δράσεις ήταν επιτυχημένες. Αυτά τα ευάλωτα σημεία είναι που η ομάδα θα κληθεί να εντοπίσει καθώς θα καθορίσουν την συνέχεια της διαδικασίας και θα αποτελέσουν τροφή για σκέψη στο βήμα του ιδεασμού και της συνεργατικής σχεδίασης των λύσεων. Για την επιτυχία των στόχων αυτού του βήματος έχουν οριστεί κάποια εργαλεία και μέθοδοι, όπως σε κάθε βήμα, που πρόκειται να λειτουργήσουν ως βοηθήματα για τους συμμετέχοντες προωθώντας την παραγωγική σκέψη και την συζήτηση.

SWOT Analysis

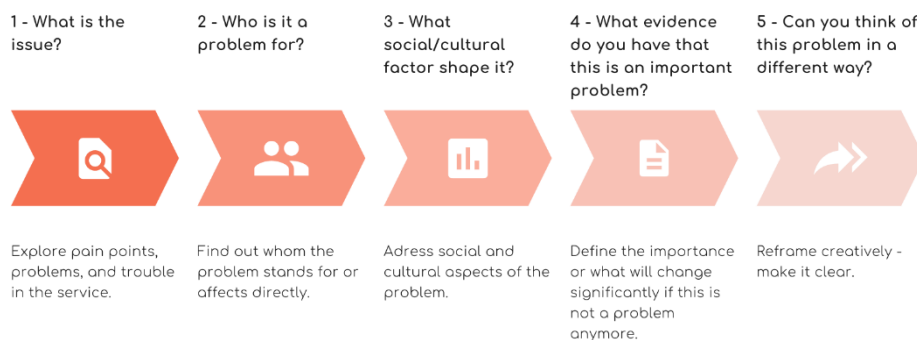
Το πρώτο εργαλείο ονομάζεται *SWOT Analysis* (Julier J, Kimbell L, 2012) και είναι πολύ ευρέως διαδεδομένο στον χώρο των επιχειρήσεων αλλά και στην Σχεδίαση υπηρεσιών. Η λέξη SWOT είναι ακρωνύμιο για τις έννοιες, *Strengths* – Δυνατά σημεία, *Weaknesses* – Αδυναμίες, *Opportunities* – Ευκαιρίες και *Threats* – Απειλές. Οι τέσσερις αυτές κατηγορίες αποτελούν και τα στοιχεία που αναζητούμε όταν εφαρμόζουμε το στρατηγικό αυτό εργαλείο προς εξόρυξη συμπερασμάτων για μια υπηρεσία, εταιρεία, οργανισμό κοκ. Συμπληρώνοντας τις κατηγορίες η ομάδα θα κληθεί να σκεφτεί τα θετικά και τα αρνητικά σημεία της υπηρεσίας *The loop project*, πριν την επανασχεδίαση της, όπως και να εντοπίσει ευκαιρίες και απειλές από εξωτερικούς παράγοντες για την σχεδίαση της.



Εικόνα 31 –Ενδεικτικό template για το εργαλείο SWOT Analysis

Problem definition

Η συγκεκριμένη μέθοδος προτείνεται από τους Lucy Kimbell και Joe Julier στο δημοσίευμα τους *The social design methods menu* (2012). Το άρθρο αυτό αποτελεί μια συλλογή μεθόδων, πρακτικών και οδηγιών για την προτροπή μιας ανθρωποκεντρικής και κοινωνικής προσέγγισης στην Σχεδίαση Υπηρεσιών. Ο καθορισμός προβλημάτων – *problem definition*, αποσκοπεί στον περιορισμό του αχανούς τοπίου σε ζητήματα και προβλήματα προς μια συγκεκριμένη και στοχευμένη κατεύθυνση με προκλήσεις που πρέπει να λυθούν ώστε να υπάρξει σαφείς βελτίωση του προβληματικού μας χώρου. Για την καθοδήγηση μας στη μέθοδο προτείνεται ένα *template* που υιοθετείται συχνά από ειδικούς στο χώρο που επιλέγουν να συμπεριλάβουν το εργαλείο αυτό στη σχεδιαστική τους διαδικασία.



Εικόνα 32 –Ενδεικτικό *template* για το εργαλείο *Problem definition*

Η συμπλήρωση του δεν αποτελεί μια γραμμική διαδικασία αντιθέτως επαναλήψεις και επαναπροσδιορισμοί είναι αναμενόμενα στοιχεία της. Τα αποτελέσματα θα αποκαλύψουν τους τρόπους με τους οποίους η ομάδα αναγνωρίζει τα προβλήματα που την απασχολούν και θα δημιουργήσει χώρο για νέες ιδέες και σκέψεις βελτίωσης τους.

'How might we' statement

Η συγκεκριμένη ιδέα προτάθηκε το 1970 από τους Procter & Gamble και αργότερα υιοθετήθηκε από την IDEO μιας παγκοσμίου φήμης εταιρεία σχεδιασμού γνωστή για τις ανθρωποκεντρικές τις προσεγγίσεις. Τα "how might we statements" αποτελούν ένα τρόπο δημιουργικής έκφρασης των προκλήσεων που προκύπτουν από την συζήτηση και τις προηγούμενες μεθόδους. Ορίζοντας μια πρόκληση ή ένα σημείο που θέλει διόρθωση ως μια ερώτηση δημιουργούμε έφορο έδαφος για το επερχόμενο στάδιο του ιδεασμού όπου η ομάδα θα κληθεί να απαντήσει στα ερωτήματα αυτά με

καινοτόμες και έξυπνες ιδέες και λύσεις. Παραδείγματος χάρη στο πρόβλημα : Οι επισκέπτες στις εκδηλώσεις του The Ioop project δεν είναι καλά ενημερωμένοι για τον εθελοντικό σκοπό και τους στόχους της υπηρεσίας, το how might we statement θα ήταν το : Πως μπορούμε να αυξήσουμε την διαφάνεια των δραστηριοτήτων της υπηρεσίας μας;

Narrow the set

Αφού έγινε αναγωγή των προβλημάτων που απασχολούν την ομάδα σε εποικοδομητικές ερωτήσεις η ομάδα καλείται να κάνει μια ανασκόπηση της διαδικασίας μέχρι αυτό το σημείο ώστε να αναθεωρήσει τους στόχους της και να αποφασίσει πόσα από τα "how might we statements" είναι πρόπον να προχωρήσουν στο στάδιο του ιδεασμού. Ο περιορισμός αυτός συμβαίνει για να κρίνουμε πιο αυστηρά τα ζητήματα που αναδύθηκαν και να επιλέξουμε συλλογικά τα πιο υποσχόμενα αδύναμα σημεία που σύμφωνα με τις γνώσεις που έχουμε συλλέξει ως τώρα θα έχουν τα πιο δυνατά αποτελέσματα βελτίωσης και αλλαγής. Εάν ο χρόνος μας το επιτρέπει και το εργαστήριο λαμβάνει χώρα για πάνω από μια μέρα τότε αυτή η μέθοδος μπορεί να παραληφθεί καθώς όσες περισσότερες ιδέες προκύψουν τόσο το καλύτερο για την υπηρεσία. Έτσι μπορούμε απλά να δημιουργήσουμε μια λίστα σημαντικότητας των ζητημάτων προς λύση και να επιλύσουμε όσα μας επιτρέπει ο χρόνος και οι περιορισμοί μας.

Βήμα 5 : Συν-σχεδίαση λύσεων // Co-design solutions

Στο βήμα πέντε ο στόχος μας είναι η παραγωγή δημιουργικών και καινοτόμων ιδεών πάνω στις αδυναμίες και τις προκλήσεις που εντοπίστηκαν στο προηγούμενο βήμα. Σε αυτό το σημείο και πριν προχωρήσουμε στις μεθόδους και τις τεχνικές αυτού του βήματος, προτείνεται να γίνει ένα διάλειμμα για όσο χρόνο η ομάδα συμφωνήσει ώστε να προχωρήσουμε σε αυτό το στάδιο με ενέργεια καθώς είναι ίσως και το πιο απαιτητικό σημείο της μεθοδολογίας από άποψη δραστηριοτήτων. Το βήμα του ιδεασμού είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι κάθε σχεδιαστικής μεθοδολογίας και έχει ιδιαίτερη σημασία σε ένα εργαστήριο συνεργατικής σχεδίασης καθώς είναι η ευκαιρία οι χρήστες μας (η ομάδα) να εργαστεί συλλογικά και συνεισφέρει άμεσα και ενεργά στην νέα υπηρεσία υπό σχεδίαση λαμβάνοντας το ρόλο του σχεδιαστή και όχι του παρατηρητή ή του κριτή. Τα αποτελέσματα αναμένονται να

είναι ιδέες και απόψεις με απολύτως ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα, προσαρμοσμένες στις ανάγκες και τα θέλω του χρήστη.

Jam session // Brainstorming

Το Jam session είναι μια μέθοδος που προτείνεται στο Collective Action Toolkit της frog (2019), μια συλλογή δραστηριοτήτων που προτείνεται σε ομάδες που θέλουν να σχεδιάσουν, να οργανώσουν και να προτείνουν ιδέες και λύσεις σε προβλήματα που αφορούν το κοινοτικό τους πλαίσιο. Το παράδειγμα αυτής της εργαλειοθήκης έχει δοθεί αναλυτικότερα σε προηγούμενες ενότητες. Το συγκεκριμένο εργαλείο ανάγεται στην φάση της εξερεύνησης νέων ιδεών και στην δικιά μας μεθοδολογία θα αποτελέσει το έμπνευση για το κύριο στάδιο του καταιγισμού ιδεών-brainstorming. Τα βήματα του παρουσιάζονται σε ενδεικτικό template στην παρακάτω εικόνα και έχουν ως εξής :

1. Τα προβλήματα και οι προκλήσεις που αναδύθηκαν στο βήμα 4 και επαναπροσδιορίστηκαν ως "how might we statements" καταθέτονται σε μια μεγάλη επιφάνεια όπως ένα τραπέζι ή ένα λευκό τοίχο.
2. Η σειρά τοποθέτησης τους προτείνεται να ακολουθήσει μια αρίθμηση με βαθμό δυσκολίας της κάθε πρόκλησης (1. Ευκολότερη → 10. Δυσκολότερη)
3. Ο συντονιστής δίνει στην ομάδα 10-20 λεπτά ανά κατηγορία (ανά ερώτηση "how might we statement") και οι συμμετέχοντες καλούνται να παράγουν όσες περισσότερες ιδέες μπορούν για κάθε ερώτηση γράφοντας τις σε ατομικά χαρτάκια – post it notes.
4. Έπειτα ο συντονιστής κολλάει τις ιδέες κάτω από κάθε ερώτηση και η ομάδα καλείται να συζητήσει ενώνοντας κοινές ιδέες, απορρίπτοντας βιαστικές λύσεις και εξελίσσοντας παραπάνω αγαπημένες απαντήσεις.
5. Ένα επιπλέον βήμα για διευκόλυνση της οπτικοποίησης των ιδεών στο πίνακα, προτείνεται να γίνει από τον συντονιστή και είναι η κατηγοριοποίηση και ομαδοποίηση των παρόμοιων ιδεών σε κοντινά σημεία (clustering)

Idea remix

Επίσης από το CAT Toolkit της Frog (2019) μια ενδιαφέρουσα επιπρόσθετη δραστηριότητα που προάγει την δημιουργικότητα είναι το Idea Remix. Σε αυτή τη μέθοδο η ομάδα παίρνει τις υπάρχουσες ιδέες για κάθε ζήτημα προσθέτει κάποια επιπλέον στοιχεία σε post-it notes και

δημιουργεί απροσδόκητους συνδυασμούς αυτών. Παραδείγματος χάρη εάν έχουμε την ιδέα, η ομάδα δημιουργεί βίντεο με επεξήγηση των κανόνων της υπηρεσίας με σκοπό την διαφάνεια και ως επιπλέον στοιχείο το post-it note, κοινωνικά δίκτυα τότε η δημιουργική ιδέα που προκύπτει μπορεί να είναι η ομάδα κάνει livestream στα κοινωνικά δίκτυα όπου απαντά ερωτήσεις για την υπηρεσία αυξάνοντας την διαφάνεια της.

Vote the winners

Στο τελικό αυτό βήμα του καταιγισμού ιδεών και αφού όλες οι ιδέες μας έχουν τοποθετηθεί και οργανωθεί κάτω από κάθε πρόκληση σε μια μεγάλη επιφάνεια η ομάδα καλείται είτε σε ατομικό επίπεδο είτε συλλογικά να ψηφίσει τις αγαπημένες τις λύσεις. Εάν η διαδικασία αποφασιστεί να γίνει ατομικά κάθε μέλος του εργαστηρίου μπορεί να πάρει ένα χρωματιστό μαρκαδόρο και να ψηφίσει ζωγραφίζοντας μια τελίτσα ή μια καρδιά σε μια ή δύο αγαπημένες ιδέες από κάθε κατηγορία. Εάν από την άλλη η διαδικασία γίνει ομαδικά, περαιτέρω συζήτηση και διάλογος είναι απαραίτητος ώστε να συμφωνηθεί μια λίστα με τις πιο επιθυμητές ιδέες από κάθε κατηγορία.

Βήμα 6 : Πρωτοτυποποίηση και αξιολόγηση // Prototype ideas and Evaluate

Πρωτοτυποποίηση

Στο βήμα έξι φτάνουμε στο τέλος του εργαστηρίου μας όπου και προτείνεται να γίνει μιας μορφής πρωτοτυποποίηση των ιδεών που πέρασαν τα προηγούμενα στάδια και μια τελική αξιολόγηση τους. Η σημασία της πρωτοτυποποίησης έγινε σαφέστατη στα προηγούμενα κεφάλαια καθώς μπορεί να μας εμπλουτίσει με παραγωγική κριτική και αξιολόγηση της υπηρεσίας μας από τους χρήστες της. Σύμφωνα με τους Marion Buchenau και Jane Fulton Suri (2000) η πρωτοτυποποίηση μπορεί να πάρει δύο μορφές, την εμπειρική και την φανταστική. Στην πρώτη περίπτωση η πρωτοτυποποίηση γίνεται σε συνθήκες κοντά στην πραγματικότητα όπου οι πιθανοί χρήστες της δοκιμάζουν σε πιλοτικές δοκιμές και δραστηριότητες τα κομμάτια της υπηρεσίας. Στην δεύτερη περίπτωση η δοκιμή και η τριβή με την υπηρεσία δεν γίνεται στην πραγματικότητα αλλά στον κόσμο της φαντασίας με την βοήθεια σεναρίων χρήσης, μεθόδων και εργαλείων που βοηθάνε τους χρήστες να

φανταστούν όσο το δυνατόν πιο αληθινά τις αλληλεπιδράσεις τους με την υπηρεσία.

01. Πρωτοτυποποίηση μέσα στο εργαστήριο

Η πρωτοτυποποίηση μέσα στο εργαστήριο συνεργατικής σχεδίασης αποτελεί λύση της δεύτερης περίπτωσης - αυτής της φαντασίας. Εφόσον η ομάδα έχει βρει νέες λύσεις στην υπηρεσία και το ταξίδι του χρήστη σε αυτήν έχει υποστεί αλλαγές η ομάδα μπορεί να κληθεί να βιώσει στο φάσμα του νοητού αυτές τις αλλαγές και να οδηγηθεί σε κριτική και σε διορθώσεις.

Κάποιοι από τους τρόπους που μπορούμε να εφαρμόσουμε αυτή την μορφή πρωτοτυποποίησης μέσα σε ένα εργαστήριο συνεργατικής σχεδίασης είναι η μέθοδος *Lights-Camera-Action* και η μέθοδος *Write a blurb* δύο εργαλεία επίσης εμπνευσμένα από το *CAT Toolkit* της *Frog*.

Lights-Camera-Action

Στο εργαλείο αυτό οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε μικρότερες υποομάδες και κάθε ομάδα επιλέγει μια ιδέα από αυτές που συζητήθηκαν προηγουμένως. Μετά από συζήτηση κάθε ομάδα δημιουργεί μικρές ιστορίες γύρω από την ιδέα τους που περιλαμβάνουν τους εμπλεκόμενους, το πλαίσιο και τις δράσεις που συμβαίνουν στην ιδέα. Έπειτα εκτελούν ένα μικρό θεατρικό της κατάστασης στις υπόλοιπες ομάδες κατά τη διάρκεια του οποίου όσοι δεν συμμετέχουν κρατάνε σημειώσεις από παρατηρήσεις, θετικά και αρνητικά σημεία και πιθανές βελτιώσεις που σκέφτονται βλέποντας την ιδέα σε δράση.

Write a blurb

Παρομοίως με το προηγούμενο εργαλείο οι συμμετέχοντες διαμορφώνουν μικρές υποομάδες που επιλέγουν από μία ιδέα. Στη συνέχεια κάθε ομάδα παίρνει λίγο χρόνο να συζητήσει περεταίρω την ιδέα και τα χαρακτηριστικά της και μετά κάθε μέλος της γράφει σε ένα κομμάτι χαρτιού μια μικρή παράγραφο εξηγώντας γιατί η ιδέα είναι καλή με δημοσιογραφικό τόνο. Τέλος οι ιστορίες τοποθετούνται στον τοίχο και προάγουν επιπλέον συζήτηση και αλλαγές από την υπόλοιπη ομάδα.

02. Πρωτοτυποποίηση μετά από το εργαστήριο

Μια άλλη προσέγγιση της πρωτοτυποποίησης που καθιερώνεται πολύ συχνά στην Σχεδίαση Υπηρεσιών είναι η δημιουργία πιλοτικών δραστηριοτήτων και ενεργειών που μιμούνται σε μικρή κλίμακα την υπηρεσία με σκοπό την συλλογή περαιτέρω κριτικής και την δοκιμή των ιδεών σε πραγματικές συνθήκες. Αυτή η επιλογή ανάγεται στην πρώτη κατηγορία πρωτοτυποποίησης αυτήν που δοκιμάζεται στο φάσμα της πραγματικότητας. Επιπλέον αυτή είναι και η τεχνική που είχε ακολουθηθεί στην υπηρεσία *The loop project* όταν ιδρύθηκε, δημιουργώντας μια πρότυπη εκδήλωση σύμφωνα με τις τότε προδιαγραφές και παροχές της υπηρεσίας. Αυτού του είδους εκδηλώσεις είναι πολύτιμες για την σχεδίαση καθώς η ανατροφοδότηση από τους χρήστες μπορεί να γίνει κάτω από αληθινές συνθήκες. Από την άλλη η επιλογή δημιουργίας μιας τέτοιας πιλοτικής ενέργειας είναι μια χρονοβόρα διαδικασία καθώς οι συνθήκες της είναι ιδιαίτερα βασισμένες στην πραγματικότητα.

Αξιολόγηση

Ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της διαδικασίας μας είναι η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων. Γενικά υπάρχουν πολλοί τρόποι αξιολόγησης και η επιλογή της ιδανικής μεθόδου είναι άμεσα συνδεδεμένη με το είδος των αποτελεσμάτων που επιθυμούμε να λάβουμε. (Polaine, Lønlie, and Reason, 2013) Ανάμεσα τους εντοπίζεται η παρατήρηση πεδίου ή χρηστών, η πρωτοτυποποίηση ως μέθοδος αξιολόγησης, οι συνεντεύξεις, τα ερωτηματολόγια καθώς και βαθύτερες ψυχολογικές ή κοινωνικές παρατηρήσεις και τεχνικές που χρησιμοποιούνται στην σχεδίαση με χρήστες και ενδιαφερόμενους. Συχνά τα στάδια της πρωτοτυποποίησης και της αξιολόγησης συνυπάρχουν στην Σχεδίαση Υπηρεσιών καθώς τα δεδομένα της πρώτης κατηγορίας παρέχουν πληροφορίες στην δεύτερη.

01. Αξιολόγηση των ιδεών

Στην συγκεκριμένη περίπτωση αυτής της εργασίας μας απασχολούν δύο περιοχές προς αξιολόγηση. Η πρώτη και πιο σημαντική είναι η αξιολόγηση των νέων ιδεών και των τροποποιήσεων στην υπηρεσία *The loop project* που προέκυψαν από το εργαστήριο συνεργατικής σχεδίασης. Λόγο της έλλειψης χρόνου για την δεδομένη στιγμή αποφασίστηκε να μην γίνει πιλοτική πρωτοτυποποίηση της νέας υπηρεσίας με σκοπό την αξιολόγηση της στη σφαίρα της

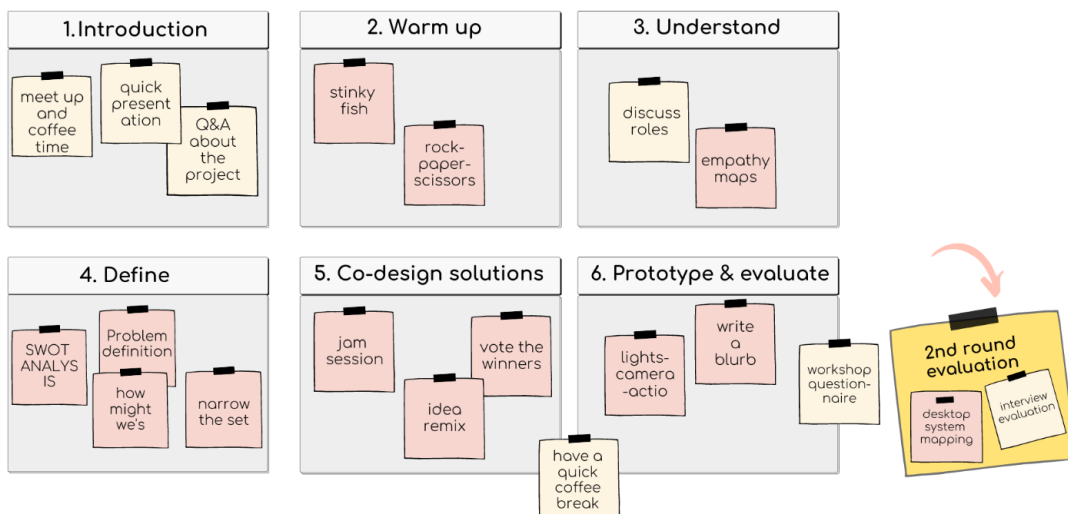
πραγματικότητας αν και αυτό είναι κάτι που πρόκειται να γίνει σε μελλοντικά στάδια. Αντιθέτως επιλέχθηκαν μέθοδοι αξιολόγησης που κρίθηκαν ιδανικοί για αυτό το στάδιο και δεν επηρέασαν τους περιορισμούς μας. Ο πρώτος γύρος αξιολόγησης των ιδεών προδιαγράφηκε να γίνει στο έκτο και τελευταίο στάδιο του εργαστηρίου με την ομάδα και τον συντονιστή του και την χρήση των εργαλείων πρωτοτυποποίησης που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ενότητα. Η πρωτοτυποποίηση σεναρίων χρήσης είναι μια τεχνική ιδιαίτερα αγαπητή στο χώρο της Σχεδίασης Υπηρεσιών και οι συμμετέχοντες αναμένεται να καταλήξουν σε ιδιαίτερα παραγωγική συζήτηση και αξιολόγηση των ιδεών τους μέσα από τα προτεινόμενα εργαλεία. Ο δεύτερος γύρος αξιολόγησης των ιδεών αποτελεί ένα επιπρόσθετο βήμα με στόχο να ληφθεί επιπλέον ανατροφοδότηση και κριτική που θα βοηθήσει σημαντικά στην κατάληξη σε στοχευμένες, ανθρωποκεντρικές και δημιουργικές ιδέες που θα οδηγήσουν την νέα υπηρεσία σε σίγουρη επιτυχία. Αυτό το στάδιο ονομάζεται *semi-experts evaluation* και σκοπεύει στην εμπλοκή μιας νέας ομάδας πιθανών χρηστών της νέας υπηρεσίας οι οποίοι αυτή τη φορά είναι σχετικά ειδικοί στο χώρο της Σχεδίασης. Ο τρόπος με τον οποίο η νέα αυτή ομάδα θα αξιολογήσει τις ιδέες που προέκυψαν από το εργαστήριο ονομάζεται *Desktop system mapping* (Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneide, 2016) και θα συνδυαστεί με ημι-δομημένες διαδικτυακές συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο με τους νέους συμμετέχοντες.

Desktop system mapping

Η τεχνική αυτή χρησιμοποιείται για να βοηθήσει τους χρήστες να καταλάβουν όλα τα σημεία, τις αλληλεπιδράσεις και τους ρόλους μιας υπηρεσίας. Πρακτικά βασίζεται στη δημιουργία ενός συστημικού χάρτη (*mind-map*) με τα βασικά στοιχεία που απαρτίζουν την υπηρεσία. Η μέθοδος αυτή μπορεί να γίνει σε μια μεγάλη επιφάνεια είτε έναν τοίχο ή σε ένα διαδικτυακό εργαλείο όπως το *Miro* και τα στοιχεία της μπορούν να παρασταθούν με σκίτσα, *post-it notes*, φωτογραφίες και βέλη και ενδείξεις. Λόγο της εξ αποστάσεως φύσης αυτού του βήματος και καθώς οι συμμετέχοντες δεν βρίσκονται στην ίδια περιοχή θα επιλέξουμε την χρήση του εργαλείου σε διαδικτυακή μορφή.

02.Αξιολόγηση του co-design workshop

Καθώς ένας από τους βασικούς στόχους μας σε αυτή την εργασία είναι η παρατήρηση της επιρροής των συνεργατικών εργαστηρίων στην επανασχεδίαση υπηρεσιών, είναι πολύ σημαντικό να αξιολογήσουμε και την γενικότερη διαδικασία που ακολουθήθηκε στο εργαστήριο. Συγκεκριμένα για αυτή την αξιολόγηση θα χρησιμοποιήσουμε την τεχνική του ερωτηματολογίου στα μέλη της ομάδας. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει ερωτήσεις γενικού περιεχομένου, ερωτήσεις για το κλίμα της εκδήλωσης, τον συντονιστή και τις δραστηριότητες καθώς και χώρο για προτάσεις για αλλαγές και διορθώσεις. Τα μέλη της ομάδας που θα λάβουν μέρος θα κληθούν να το απαντήσουν το συντομότερο δυνατό ώστε η ανατροφοδότηση και η κριτική να είναι στοχευμένη.



Εικόνα 33 – Σχεδιάγραμμα απεικόνισης βημάτων μεθοδολογίας εργαστηρίου.

(Περιλαμβάνει με ροζ χρώμα τις μεθόδους που επιλέχθηκαν για κάθε στόχο, με υπόλευκο τις συμπληρωματικές δραστηριότητες και σε κίτρινο υποδεικνύει το βήμα της δεύτερης αξιολόγησης της νέας υπηρεσίας που αναμένεται να συμβεί μετά το εργαστήριο)

6. Κεφάλαιο 6 : Δημιουργική Επανασχεδίαση Υπηρεσίας

6.1. Εισαγωγή

Σύμφωνα με τους Marc Steen, Menno Manschot, και Nicole De Koning (2011) ένα βασικό θετικό αποτέλεσμα του co-design στη σχεδίαση υπηρεσιών είναι και η προώθηση της δέσμευσης των εμπλεκομένων σε αυτήν με σκοπό την βελτίωση της εμπειρίας των χρηστών και καταναλωτών της.

Όπως αναφερθήκαμε και στον ορισμό των στόχων αυτής της διπλωματικής εργασίας ο σκοπός της είναι να αποδείξει την δύναμη που μπορεί να έχει η συνεργατική σχεδίαση σε μια περίπτωση μιας υπάρχουσας υπηρεσίας που κρίνεται ότι έχει περιθώρια βελτίωσης. Η συγκεκριμένη υπηρεσία που μελετήθηκε σε αυτήν την διπλωματική εργασία, το *The Loop Project* κρίθηκε ιδανική περίπτωση καθώς είναι πλέον μια ανενεργή πρωτοβουλία και υπήρχαν επικείμενα λάθη που οδήγησαν σε αυτό το αποτέλεσμα.

Ο βασικός στόχος της οργάνωσης και εκτέλεσης ενός εργαστηρίου συν-σχεδίασης ήταν η αναζήτηση αυτών των θεμάτων και η συνεργατική απόδοση λύσεων και ιδεών γύρω από αυτά. Όπως θα δούμε και στην περιγραφή της διαδικασίας που ακολουθήθηκε τελικά σε αυτό το δημιουργικό κομμάτι επανασχεδίασης του *The Loop Project* οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να λάβουν μέρος στην μεθοδολογία των έξι βημάτων που προτάθηκε στην προηγούμενη ενότητα. Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθούν τα αποτελέσματα των συν-σχεδιαστικών δραστηριοτήτων του εργαστηρίου, θα αξιολογηθούν από μια νέα ομάδα *semi-expert* χρηστών και θα δημιουργηθεί ένα νέο πλάνο για την υπηρεσία μας που θα οπτικοποιηθεί με την βοήθεια εργαλείων της Σχεδίασης Υπηρεσιών όπως το *Customer Journey Map*.

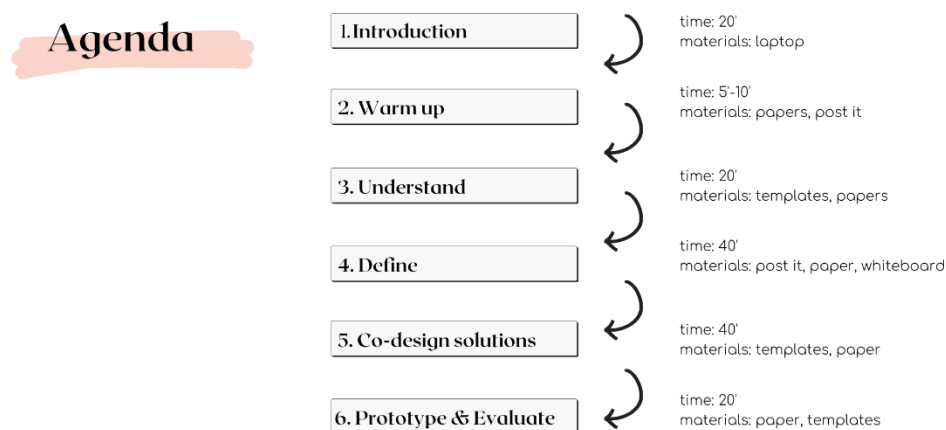
6.2. Εφαρμογή του Co-design Workshop

6.2.1. Ανάλυση ανά βήμα μεθοδολογίας

1. Introduction

Περιγραφή κατάστασης :

Σε αυτό το πρώτο βήμα της μεθοδολογίας οι συμμετέχοντες στο εργαστήρι έφτασαν στο χώρο της εκδήλωσης όπου και γνωρίστηκαν με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας και τον συντονιστή με έναν γρήγορο καφέ και συζήτηση. Έπειτα ο συντονιστής εκτέλεσε την παρουσίαση η οποία ακολουθήθηκε από ένα μικρό διάστημα ερωτήσεων και απαντήσεων (Q&A) Ο βασικός στόχος αυτού του βήματος όπως είπαμε είναι η οικειοποίηση των συμμετεχόντων με την υπό επανασχεδίαση υπηρεσία καθώς και με τις δραστηριότητες που θα επέρθουν στην συνέχεια του εργαστηρίου.



Εικόνα 34 – Στιγμιότυπο εισαγωγικής παρουσίασης – Η Agenda δραστηριοτήτων.

Ποσοστό επιτυχίας : 100%

Το στάδιο της εισαγωγής εκτελέστηκε με επιτυχία και η ομάδα φάνηκε να κατανοεί πλήρως τον στόχο της και την υπηρεσία The loop project. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες είχαν ήδη διαβάσει την παρουσίαση και είχαν προετοιμάσει τις ερωτήσεις τους από το σπίτι.

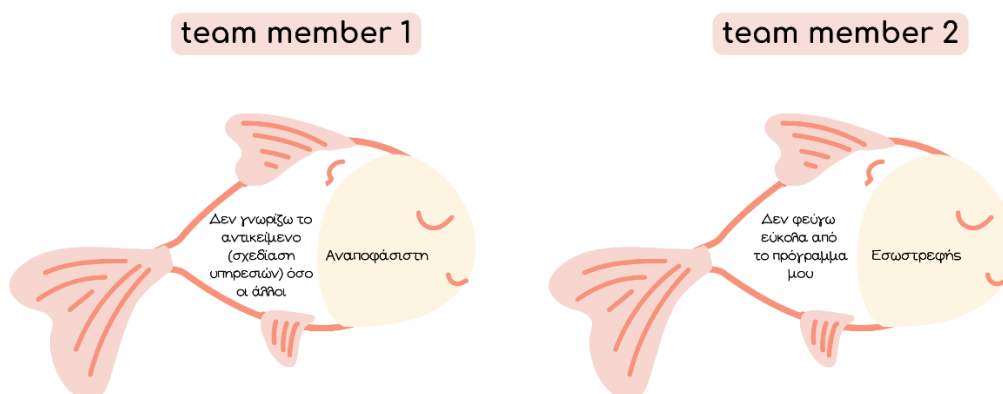


Εικόνα 35 – Φωτογραφίες από το συνεργατικό εργαστήριο – Βήμα 1 (Introduction).

2. Warm up

Περιγραφή κατάστασης :

Στο σημείο αυτό η ομάδα αποφάσισε να προχωρήσει με ένα από τα δύο προτεινόμενα παιχνίδια οικειοποίησης. Το παιχνίδι που τράβηξε περισσότερο τη προσοχή ήταν το *Stinky fish*. Οι συμμετέχοντες σχεδίασαν σε ατομικά post-it το δικό τους σχεδιάγραμμα για το παιχνίδι όπου και συμπλήρωσαν τις 2 ανησυχίες τους, αυτήν που αφορά το εργαστήριο και αυτή που είναι γενικής φύσης. Έπειτα τα αποτελέσματα τοποθετήθηκαν ανώνυμα στο τοίχο.



Εικόνα 36 – Παράδειγμα συμπλήρωσης από συμμετέχοντα του εργαλείου *Stinky fish*

Ποσοστό επιτυχίας : 90%

Στο στάδιο αυτό η ομάδα ήρθε πιο κοντά και κλήθηκε να σκεφτεί ανησυχίες και φόβους της και να τους μοιραστεί με τους υπόλοιπους. Ιδιαίτερα σημαντικό ήταν να βλέπουμε αυτούς τους φόβους κατά τη διάρκεια των υπόλοιπων βημάτων και να προσπαθούμε να σεβαστούμε τις ανησυχίες των μελών της ομάδας ώστε το κλίμα της εκδήλωσης να είναι ομαδικό και άνετο για όλους.

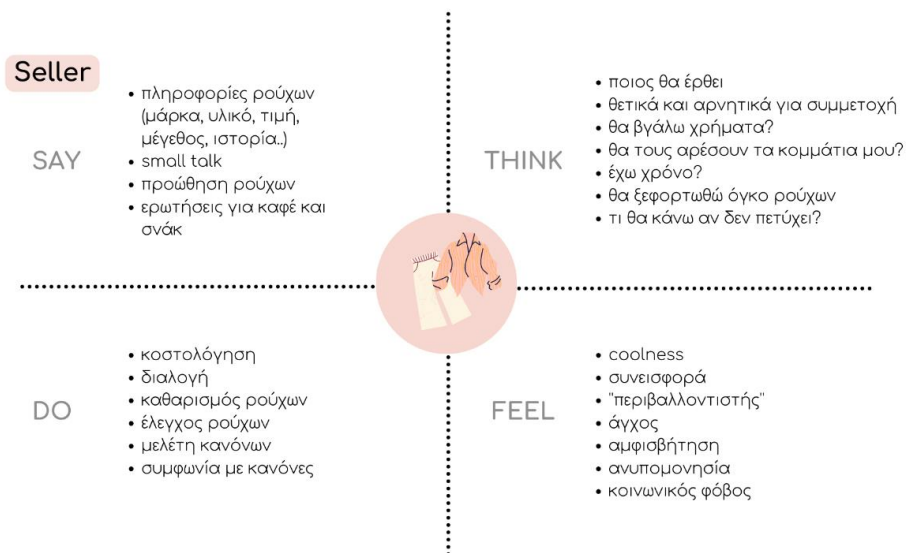


Εικόνα 37 – Φωτογραφίες από το συνεργατικό εργαστήριο – Βήμα 2 (Warm-up).

3. Understand

Περιγραφή κατάστασης :

Στόχος αυτού του βήματος ήταν η βαθύτερη κατανόηση των ρόλων των εμπλεκομένων στην υπηρεσία *The loop project*. Ενώ κάποιοι από τους συμμετέχοντες αντιπροσώπευαν ξεκάθαρους ρόλους όπως παραδείγματος χάρη τον ρόλο του ειδικού ως επαγγελματίας δημιουργίας και ραψίματος αξεσουάρ, η ομάδα κλήθηκε να κατανοήσει βαθιά και να μπει στη θέση όλων των πιθανών ρόλων της υπηρεσίας. Αυτή είναι μια προσέγγιση που αναμένεται να φέρει ποικιλία δημιουργικών λύσεων και απόψεων καθώς προάγει την επικοινωνιακή συζήτηση, την εμπάθεια και τον αμοιβαίο σεβασμό του κάθε ρόλου. Πέρα από την αρχική συζήτηση και περιγραφή των ρόλων και μια μικρή παρουσίαση από κάποιους αντιπρόσωπους αυτών μέσα από τα μέλη της ομάδας, χρησιμοποιήθηκε και το εργαλείο *Empathy maps*. Το εργαλείο επαναλήφθηκε 4 φορές για κάθε έναν από τους βασικούς ρόλους της υπηρεσίας.



Εικόνα 38 – Παράδειγμα συμπλήρωσης από την ομάδα του εργαλείου Empathy maps για τον ρόλο του πωλητή

Ποσοστό επιτυχίας : 100%

Πέρα από την έντονη διάδραση και εποικοδομητική συζήτηση που έφερε αυτό το βήμα και τα εργαλεία του η ομάδα ανέφερε πολλές φορές πόσο βοηθητικό ήταν αυτό το σημείο της μεθοδολογίας στην βαθύτερη κατανόηση της υπηρεσίας και των εμπλεκομένων της. Η συμπλήρωση των Empathy maps πήρε αρκετή ώρα και οι συμμετέχοντες έδειξαν να εμφανίζουν εμπάθεια και ενσυναίσθηση για όλους τους ρόλους κάτι που στα επόμενα βήματα βοήθησε αρκετά στη παραγωγή καινοτόμων ιδεών που αφορούσαν πολλαπλούς ρόλους ταυτόχρονα.



Εικόνα 39 – Φωτογραφίες από το συνεργατικό εργαστήριο – Βήμα 3 (Understand).

4. Define

Περιγραφή κατάστασης :

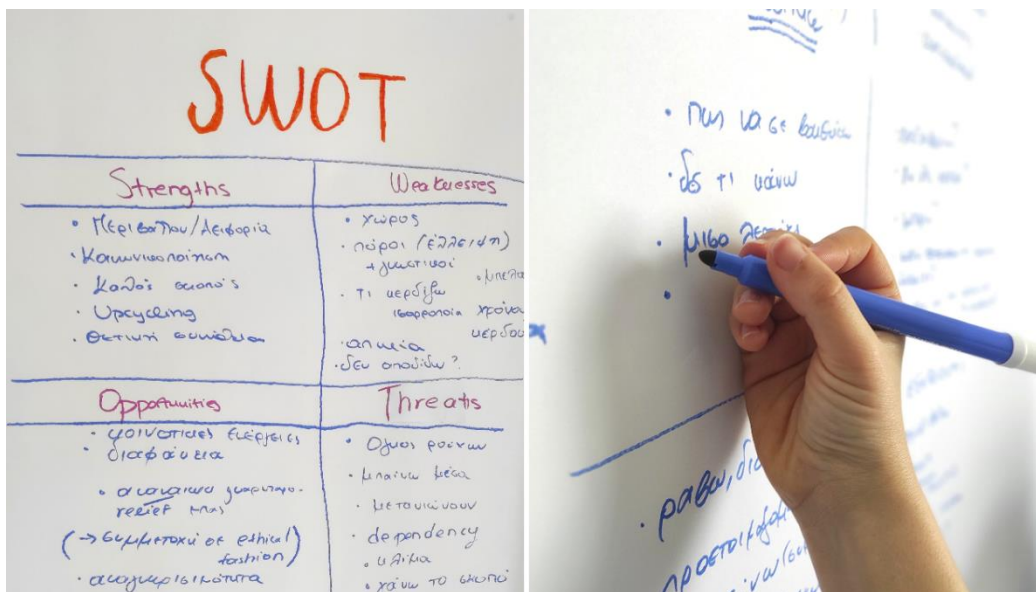
Σε αυτό το βήμα την ομάδα απασχόλησε η εξόρυξη των προκλήσεων στην υπάρχουσα υπηρεσία *The loop project* και των ζητημάτων που οδήγησαν σε αρνητικά αποτελέσματα με σκοπό την εύρεση ευκαιριών για σχεδίαση. Το πρώτο εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για αυτούς τους στόχους ήταν το *SWOT Analysis*. Ο συντονιστής δημιούργησε ένα διάγραμμα του εργαλείου στο λευκό πίνακα και η ομάδα προχώρησε σε συλλογική συμπλήρωση του. Έπειτα η μέθοδος *Problem definition* ακολουθήθηκε αμυδρά χωρίς συγκεκριμένα βήματα αλλά με τη μορφή συζήτησης και σημείωσης σκέψεων και αναδυόμενων προβλημάτων στο πίνακα. Τέλος η ομάδα εκτέλεσε το εργαλείο "*How might we's*" αναδιατυπώνοντας τις προκλήσεις προς λύση σε μορφή ερωτήσεων. Λόγο της πληθώρας ζητημάτων που προέκυψαν και της έλλειψης του χρόνου ο συντονιστής πρότεινε στην ομάδα να κατατάξει σε σημαντικότητα τα ζητήματα προς λύση και να επιλέξει τα πιο κρίσιμα κατά την άποψη τους. Η διαδικασία αυτή έγινε ακολουθώντας αμυδρά το εργαλείο *Narrow the set*.



Εικόνα 40 – Παράδειγμα συμπλήρωσης από την ομάδα του εργαλείου *SWOT analysis*.

Ποσοστό επιτυχίας : 70%

Στο βήμα αυτό η ομάδα ήρθε σε έντονη συζήτηση και διάλογο για τα προβλήματα που αναδύθηκαν μέσω της χρήσης των εργαλείων. Οι συμμετέχοντες έκαναν επιτυχής παρατηρήσεις και οι μέθοδοι φάνηκε να προωθούν τον εποικοδομητικό διάλογο και να πυροδοτούν την σκέψη γύρω από τις προκλήσεις που προέκυψαν πάνω στην υπάρχουσα υπηρεσία The loop project. Οι λόγοι για τους οποίους η επανασχεδίαση της είναι απαραίτητη για τη συνέχιση της ομαλής λειτουργίας της έγιναν σαφής και η ομάδα απέκτησε βαθύτερη κατανόηση των ρόλων και των δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα στην υπηρεσία. Σε αντίθεση και λόγω της ήδη προχωρημένης ώρας το βήμα αυτό πήρε περισσότερο χρόνο από τον αναμενόμενο έτσι ο συντονιστής επέλεξε να μην ακολουθήσει πιστά δύο από τα τέσσερα επιλεγμένα εργαλεία το Problem definition και το Narrow the set. Εάν ο χρόνος το επέτρεπε αναμένεται και τα δύο αυτά εργαλεία να βοηθούσαν ακόμη περισσότερο την ανάδυση ζητημάτων από την ομάδα. Στο τέλος αυτού του βήματος και μετά από την κρίση του συντονιστή ένα μικρό διάλλειμα έλαβε μέρος καθώς η ενέργεια των συμμετεχόντων βρισκόταν σε σχετικά χαμηλό επίπεδο.



Εικόνα 41 - Φωτογραφίες από το συνεργατικό εργαστήριο - Βήμα 4 (Define).

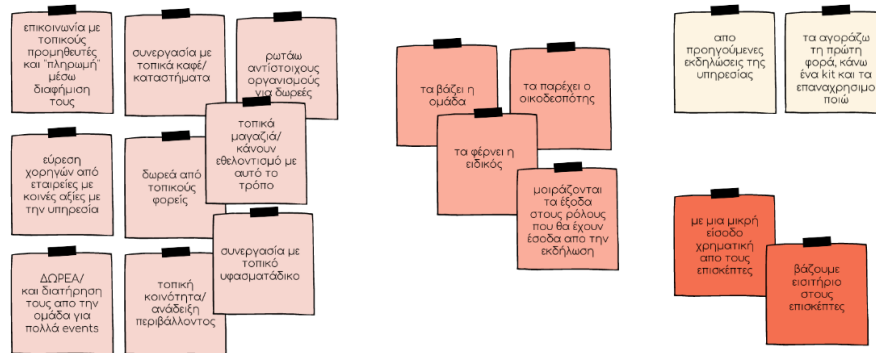
5. Co-design solutions

Περιγραφή κατάστασης :

Το βήμα του Ιδεασμού είναι ίσως και το πιο σημαντικό κομμάτι όλου του συνεργατικού εργαστηρίου. Στην περίπτωση μας η πρώτη του δραστηριότητα λειτούργησε ως συνέχεια του εργαλείου "How might we's" statements όπου στο προηγούμενο βήμα η ομάδα έθεσε τις προκλήσεις της υπηρεσίας σε μορφή δημιουργικών ερωτήσεων. Οι ερωτήσεις τοποθετήθηκαν στο λευκό πίνακα και σε δεκάλεπτες συνεδρίες ανά την ερώτηση οι συμμετέχοντες παρήγαγαν ατομικές λύσεις πάνω σε χρωματιστά post-it notes. Η διαδικασία αυτή ακολούθησε πρακτικά τη μέθοδο Jam session προσαρμοσμένη στις ανάγκες του εργαστηρίου μας. Κατά τη διάρκεια του Ιδεασμού ο συντονιστής τοποθετούσε τις ιδέες κάτω από κάθε κατηγορία (How might we statement) προσπαθώντας ταυτόχρονα να ομαδοποιεί κοινές ιδέες για καλύτερα οπτικά αποτελέσματα. Λόγο του χρόνου που πήρε αυτό το βήμα και της συζήτησης που πρόκυπτε σε κάθε ερώτηση μεταξύ των συμμετεχόντων καθώς και της μεγάλης ποικιλίας ιδεών, το εργαλείο Idea remix δεν κρίθηκε απαραίτητο να εκτελεσθεί. Αφού όλα τα post-it notes τοποθετήθηκαν κάτω από την κάθε κατηγορία τους και η ομάδα συζήτησε και πρόσθεσε συλλογικά επιπλέον παράγοντες σε κάθε ιδέα ο συντονιστής προχώρησε στο βήμα της ψηφοφορίας. (Vote the winners) Το βήμα αυτό αποτελεί και την μοναδική μορφή αξιολόγησης των ιδεών που έγινε από την ομάδα μέσα στα πλαίσια του εργαστηρίου και για αυτό και ήταν ιδιαίτερα κρίσιμο. Έτσι κάθε συμμετέχων μετά από προσεκτική αξιολόγηση και σκέψη επέλεξε μία ή δύο αγαπημένες του ιδέες για κάθε ενότητα σύμφωνα με κριτήρια που είχαν οριστεί μεταξύ της ομάδας. (Κριτήρια : προσωπική άποψη, ευκολία τροποποίησης, χρόνος, πόροι και ποσοστό εκτιμώμενης βελτίωσης νέας υπηρεσίας)

How might we?

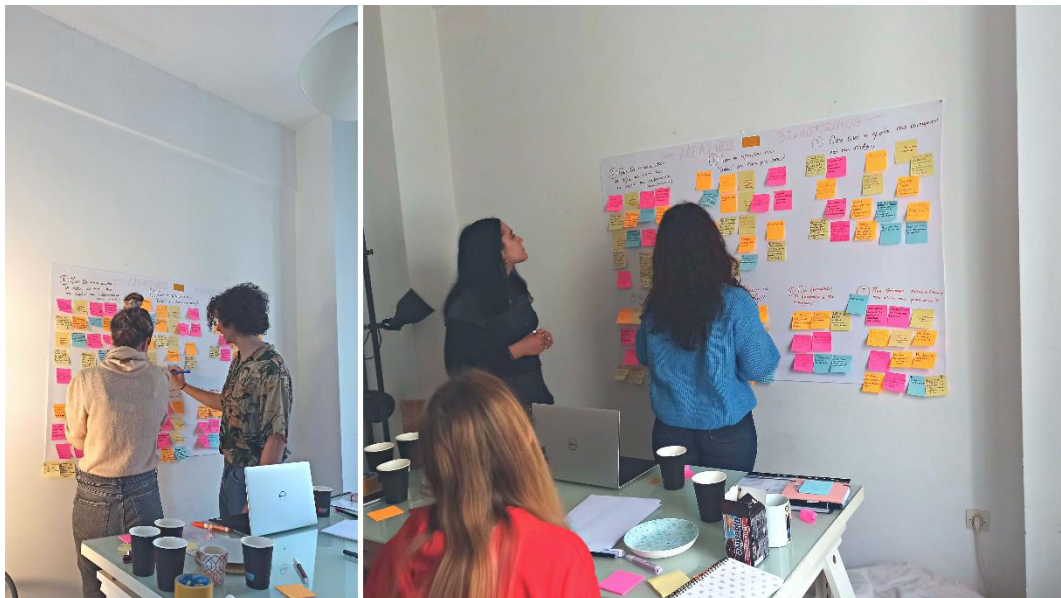
Πως βρίσκει η ομάδα τα υλικότεχνικά αγαθά για κάθε εκδήλωση της υπηρεσίας?



Εικόνα 42 – Παράδειγμα συμπλήρωσης από την ομάδα του εργαλείου Jam session.

Ποσοστό επιτυχίας : 90%

Στο βήμα αυτό η παραγωγή νέων και καινοτόμων ιδεών ήταν μεγάλη και η ομάδα έδειξε ενδιαφέρον και ανυπομονησία στην εύρεση λύσεων στα προβλήματα που αναδύθηκαν στα προηγούμενα βήματα. Τα εργαλεία που επιλέχθηκαν για αυτό το βήμα βοήθησαν στην προτροπή της σκέψης και της δημιουργικότητας και η εμπλοκή όλων των συμμετεχόντων ήταν θερμή. Το εργαλείο Idea remix δεν χρησιμοποιήθηκε καθώς οι λύσεις ικανοποίησαν την ομάδα και τον συντονιστή και σε ποικιλία και σε δημιουργικότητα.



Εικόνα 43 – Φωτογραφίες από το συνεργατικό εργαστήριο – Βήμα 5 (Co-design solutions).

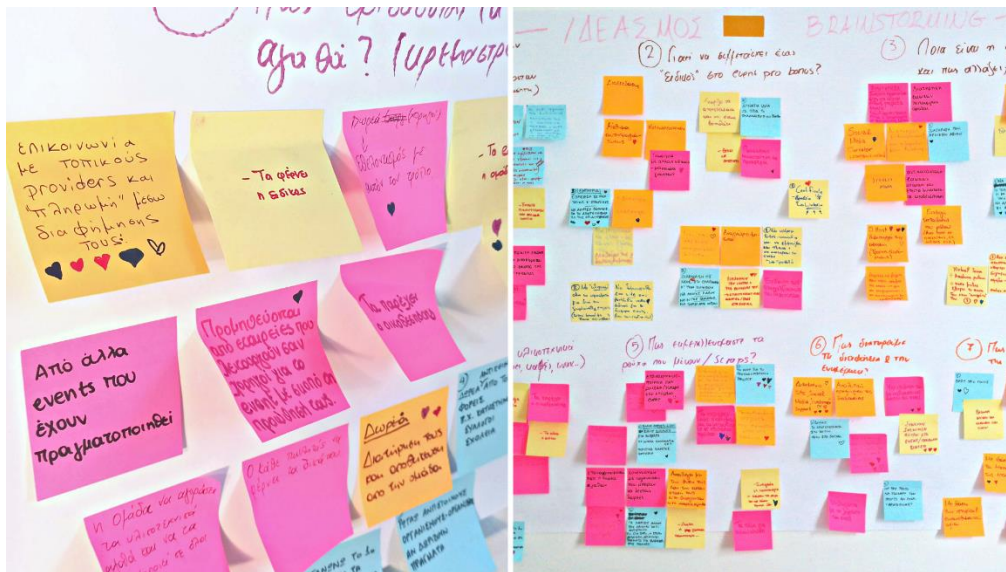
6. Prototype and evaluate

Περιγραφή κατάστασης :

Τέλος και φτάνοντας στο έκτο βήμα της διαδικασίας η ομάδα και ο συντονιστής αποφασίσανε από κοινού να μην προχωρήσουν σε περαιτέρω πρωτοτυποποίηση των ιδεών στα πλαίσια του εργαστηρίου λόγω έλλειψης χρόνου. Η αξιολόγηση των ιδεών από την ομάδα με τα κριτήρια που τέθηκαν από τα μέλη της έγινε αναλυτικά στο προηγούμενο βήμα και η εκδήλωση έκλεισε με μια γενική συζήτηση για τις απόψεις των συμμετεχόντων γύρω από την εμπειρία τους με το συνεργατικό εργαστήριο. Σε αυτό το σημείο ο συντονιστής διαμοίρασε στους συμμετέχοντες ένα ερωτηματολόγιο με σκοπό την συλλογή κριτικής για το εργαστήριο τα αποτελέσματα του οποίου θα αναλυθούν σε επόμενη ενότητα.

Ποσοστό επιτυχίας : 40%

Όπως είναι κατανοητό το σύνολο των δραστηριοτήτων ξεπέρασε την επιθυμητή ώρα της εκδήλωσης και η ομάδα φάνηκε να εκδηλώνει στοιχεία εξάντλησης. Σε ιδανικότερες συνθήκες αν είναι στόχος του εργαστηρίου και η πρωτοτυποποίηση των ιδεών μέσα σε αυτό και όχι σε ξεχωριστές δραστηριότητες τότε είναι θεμιτός ο διαχωρισμός του σε εργαστήρι δύο ημερών με ολιγόωρες συνεδρίες. Όμως καθότι η αξιολόγηση και η πρωτοτυποποίηση είναι δύο δραστηριότητες που είναι εφικτό να γίνουν σε δεύτερο χρόνο ή ακόμη και με διαφορετικό κοινό εμπλέκοντας περισσότερους συμμετέχοντες και προσεγγίζοντας ακόμη πιο ανθρωποκεντρικά την επανασχεδίαση της υπηρεσίας, αυτή η παρατήρηση δεν καθιστά την μεθοδολογία που προτείνεται σε αυτή την εργασία μη ιδανική. Αντιθέτως τα ευρήματα μας και η ευκαιρία να την δοκιμάσουμε σε ρεαλιστικές συνθήκες μας εφοπλίζουν με πολύτιμα δεδομένα για την συνέχεια και τα συμπεράσματα αυτού του πειράματος.



Εικόνα 44 – Φωτογραφίες από το συνεργατικό εργαστήριο – Βήμα 6 (Prototype Evaluate).

6.2.2. Σύνοψη εφαρμογής co-design workshop

Συνολικά και αφού προέκυψε αναλυτική περιγραφή των βημάτων που ακολουθήθηκαν στο συνεργατικό εργαστήριο επανασχεδίασης της υπηρεσίας The loop project, θα λέγαμε πως επιτεύχθηκε ο βασικός σκοπός της εκδήλωσης. Οι μελλοντικοί χρήστες της υπηρεσίας έλαβαν ενεργό μέρος στην επανασχεδίαση της, παίρνοντας τον κρίσιμο ρόλο του σχεδιαστή. Έτσι η νέα υπηρεσία δεν έχει απλώς σχεδιαστεί με γνώμονα τις ανάγκες και τα θέλω που έχει συλλέξει από τον χρήστη, αλλά με τις ιδέες και την ανατροφοδότηση του ίδιου προς αυτήν.

Η μεθοδολογία που υιοθετήθηκε προτείνει κάποιους ενδιαφέροντες τρόπους δραστηριοποίησης της ομάδας με σκοπό την βαθιά κατανόηση της υπηρεσίας, την εύρεση προκλήσεων και ζητημάτων προς λύση, την παράγωγή δημιουργικών ιδεών και την αξιολόγηση τους με προσωπικά κριτήρια. Οι δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνουν μεθόδους εμπνευσμένες από τη βιβλιογραφία που έχουν συνδεθεί με ένα μοναδικό τρόπο για την συγκεκριμένη εκδήλωσή με σεβασμό στους περιορισμούς και της προδιαγραφές αυτής της εργασίας.

Το κύριο αρνητικό στοιχείο φαίνεται να είναι η έλλειψη του διαθέσιμου χρόνου και πόρων ώστε η διαδικασία να ακολουθηθεί εξολοκλήρου. Συνεπώς εάν το πείραμα αυτό του συνεργατικού εργαστηρίου για την επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας ήταν να συμβεί

σε πραγματικές συνθήκες, τα αποτελέσματα θα αναμενόταν πιο αποδοτικά. Κατά τα άλλα η εύρεση ατόμων για εθελοντισμό στο πείραμα δεν ήταν δύσκολη καθώς οι κάτοικοι της Σύρου και η φοιτητική κοινότητα όπου η υπηρεσία αυτή αναφέρεται ήταν ιδιαίτερα θερμοί στην συμμετοχή τους, η ομάδα φάνηκε να λειτουργεί συλλογικά και με σεβασμό προς όλα της τα μέλη, και οι δραστηριότητες ήταν διασκεδαστικές και έφεραν εναλλακτικές λύσεις και αποτελέσματα με δημιουργικό αέρα και νέα πνοή που θα φανούν πολύ χρήσιμες στην σχεδίαση από εδώ και στο εξής.

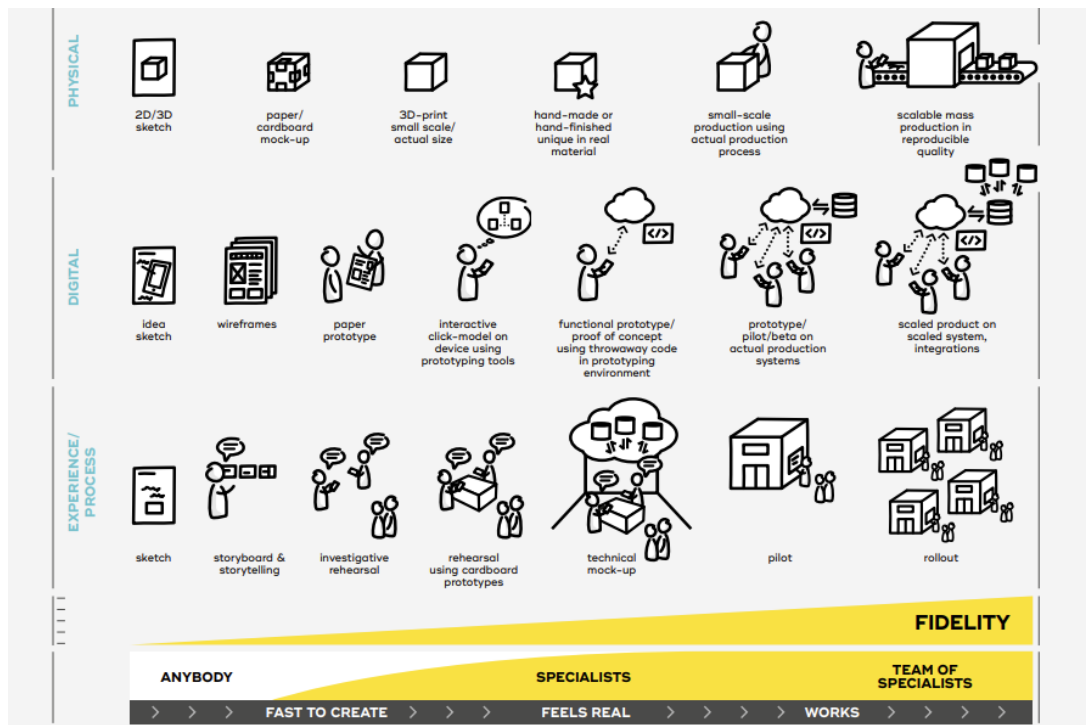
6.3.Αξιολόγηση

Σε αυτή την ενότητα θα αναλύσουμε τις φάσεις της αξιολόγησης που ακολουθήθηκε σε αυτή την διπλωματική εργασία. Όπως έχουμε αναφέρει η αξιολόγηση και η πρωτοτυποποίηση είναι δύο κρίσιμα σημεία για ένα έργο στην Σχεδίαση Υπηρεσιών και αποτελούν αναπόσπαστα κομμάτια σε κάθε σχεδιαστική μεθοδολογία. Όταν κατά τη σχεδίαση μιας υπηρεσίας χρησιμοποιούμε συνεργατικές ή συμμετοχικές μεθόδους η αλληλεπίδραση των συμμετεχόντων (μη ειδικών) με το υπό σχεδίαση προϊόν ή υπηρεσία αποτελεί από μόνη της μια δραστηριότητα παραγωγής κριτικής και αξιολόγησης αποτελεσμάτων. Όμως για να διασφαλίσουμε τα καλύτερα πιθανά αποτελέσματα είναι σημαντικό να καθιερώσουμε μια στρατηγική αξιολόγησης και πρωτοτυποποίησης σύμφωνα με τους στόχους και το όραμα κάθε υπηρεσίας ώστε να την επανδρώσουμε και να την ενισχύσουμε όσο το δυνατόν καλύτερα πριν την έναρξη της στην πραγματικότητα.

Πιστότητα

Στο χώρο της Σχεδίασης η έννοια πιστότητα – *fidelity*, χρησιμοποιείται συχνά για να επεξηγήσει πόσο κοντά στην πραγματικότητα θα βρίσκεται το πρωτότυπο προς αξιολόγηση. Πρωτότυπα υψηλής πιστότητας υποστηρίζουν συνήθως υψηλό βαθμό ανάλυσης κάθε ενέργειας, ρεαλιστικά σενάρια χρήσης, ευχέρεια χρόνου και πόρων και μεγάλο εύρος κοινού ειδικών και μη για να λάβουν μέρος στις δραστηριότητες αξιολόγησης. Ένα πρωτότυπο χαμηλής πιστότητας από την άλλη δεν σημαίνει αποτυχημένη ή ανεπαρκής αξιολόγηση. Για στοχευμένα αποτελέσματα με πρωτότυπα χαμηλής πιστότητας έχουν οργανωθεί και σχεδιαστεί πάρα πολλοί τρόποι και μέθοδοι για να υποστηρίξουν τους σχεδιαστές σε αυτή την διαδικασία. Παραδείγματος χάρη στην Σχεδίαση

διαδικτυακών προϊόντων όπως ιστοσελίδες και εφαρμογές για να συλλεχθεί ανατροφοδότηση από τους χρήστες προτού οι σχεδιαστές προχωρήσουν σε εφαρμογή των προδιαγραφών σχεδίασης σε λειτουργικά ρεαλιστικά πρωτότυπα με γραφιστικά στοιχεία και αποκριτικό χαρακτήρα υπάρχει η μεθοδολογία του *Wireframing*. Στο *Wireframing* οι σχεδιαστές εκτελούν πρωτότυπα χαμηλής πιστότητας στο χαρτί ή σε υποστηρικτικά λογισμικά όπου η υπό σχεδίαση ιστοσελίδα παρουσιάζει τις βασικές της λειτουργίες στους χρήστες σε μορφή σκίτσου ή σχεδιαγράμματος.



Εικόνα 45 – Πιστότητα στη Σχεδίαση Υπηρεσιών (*TiSDD*, 2016)

Ανάμεσα στα εργαλεία που επιλέγονται για την πρωτοτυποποίηση χαμηλού σεναρίου ρεαλισμού στην Σχεδίαση Υπηρεσιών υπάρχει το *Storyboarding*, μια μέθοδος δημιουργίας φανταστικών σεναρίων βασισμένων στις δραστηριότητες της υπηρεσίας και η δημιουργία αναλυτικών παρουσιάσεων της υπηρεσίας σε πρότυπα όπως το *Business Model Canvas* και το *Service Blueprint* με σκοπό την αξιολόγηση τους από χρήστες.

Στην περίπτωση μας και αφού η δημιουργία μιας πιλοτικής εκδήλωσης υψηλής πιστότητας για την πρωτοτυποποίηση της νέας επανασχεδιασμένης στο συνεργατικό εργαστήριο υπηρεσίας δεν ήταν δυνατόν να γίνει πραγματικότητα λόγω περιορισμών σε χρόνο και πόρους, αποφασίστηκε μια εναλλακτική στρατηγική αξιολόγησης

βασισμένη στο δεύτερο είδος πρωτοτυποποίησης που εξηγήθηκε στη προηγούμενη ενότητα, αυτό του φάσματος της φαντασίας.

Workshop Idea pool evaluation

Στο πρώτο στάδιο της αξιολόγησης ο στόχος μας ήταν η κριτική και η πρωτοτυποποίηση των νέων δημιουργικών ιδεών που προέκυψαν στο συνεργατικό εργαστήριο για την νέα υπηρεσία. Στο τελευταίο στάδιο του εργαστηρίου ήταν προδιαγεγραμμένο να εκτελεστούν δύο μέθοδοι που υποστηρίζουν αυτούς τους στόχους. Λόγω περιορισμών χρόνου η ομάδα δεν κατάφερε να τους εκτελέσει με ακρίβεια όμως προχωρήσαμε σε μια αναλυτική αξιολόγηση και συζήτηση προτίμησης και βελτίωσης των ιδεών που προέκυψαν μέσα από το εργαστήριο. Όλη η ανατροφοδότηση καταγράφηκε και αναλύθηκε από τον συντονιστή σε δεύτερο χρόνο.

Workshop evaluation

Στο δεύτερο στάδιο και καθώς όλη η δημιουργία του εργαστηρίου συνεργατικής σχεδίασης για την ανθρωποκεντρική και δημιουργική επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας είναι ένα από τα αντικείμενα μελέτης αυτής της εργασίας, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με την συνολική τους εμπειρία.

Αποτελέσματα αξιολόγησης εργαστηρίου

Αρχικά ο κύριος λόγος που οι εθελοντές αποφάσισαν να συμμετέχουν στο εργαστήριο φάνηκε να είναι το προσωπικό ενδιαφέρον προς την υπηρεσία *The loop project*. Αυτό μας υποδεικνύει πως τα άτομα που αποτελούν και χρήστες μιας υπηρεσίας είναι παραπάνω από διατεθειμένα να συνεισφέρουν στην σχεδίαση της με σκοπό το αποτέλεσμα να είναι βασισμένο στις ανάγκες τους. Άλλοι λόγοι αποτέλεσαν το ενδιαφέρον στο τομέα της συνεργατικής σχεδίασης γενικότερα και η παροχή βοήθειας και υποστήριξης στη διοργανωτή.

Στις ερωτήσεις σχετικά με το κλίμα της εκδήλωσης και την συμπεριφορά της διοργανώτριας σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες δήλωσαν πως τους φάνηκε φιλικό και οικείο και δεν προέκυψε κάποιο ζήτημα. Οι απαντήσεις

αυτές συμβαδίζουν με τις προδιαγραφές που θέσαμε για το κλίμα του εργαστηρίου στο δεκάλογο που συντάχθηκε στην προηγούμενη ενότητα.

Όσο αναφορά τις δραστηριότητες και τις μεθόδους του εργαστηρίου η πλειοψηφία απάντησε πως ο χαρακτήρας τους ήταν ευχάριστος και δημιουργικός και βοήθησαν αρκετά στην επίτευξη των στόχων που τέθηκαν σε κάθε στάδιο. Συμπληρωματικά στην ερώτηση περί εξάντλησης και μειωμένης ενέργειας της ομάδας όλοι οι συμμετέχοντες απάντησαν πως αυτό συνέβη μόνο στο τελευταίο στάδιο κάτι που επιβεβαιώνεται και από την περιγραφή της διαδικασίας καθώς το στάδιο έξι ήταν και αυτό που ακολουθήθηκε με την λιγότερη ακρίβεια και συνέπεια. Έτσι λοιπόν και επαληθεύεται το πρωταρχικό συμπέρασμα που βγάλαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο πως η διαδικασία αυτή θα ήταν προτιμότερο να λάβει μέρος σε δύο ημέρες και σε μικρότερες συνεδρίες ώστε τα αποτελέσματα της να είναι καλύτερα και η ομάδα πιο παραγωγική. Αντιθέτως τα διαλείμματα και η ώρα γνωριμίας στο εργαστήριο κρίθηκαν ομόφωνα αρκετά και δεν προτείνεται αλλαγή σε αυτά τα στοιχεία.

Στη συνέχεια ως αγαπημένο σημείο της διαδικασίας των συμμετεχόντων κρίθηκε η εύρεση των προκλήσεων προς λύση σύμφωνα με 4 από τους 8 συμμετέχοντες. Τα άτομα αυτά δήλωσαν ιδιαίτερη κλίση στην αναζήτηση προβλημάτων μιας υπηρεσίας που τους ενδιαφέρει και για κάποιους λόγους είναι ανενεργή. Αυτή η παρατήρηση ενισχύει και το γενικό σκοπό της εργασίας μας καθώς είναι αποδεικνύεται πως η συμμετοχή των χρηστών είναι μια αναπόσπαστη λύση στην επανασχεδίαση μιας υπηρεσίας και οι ίδιοι οι χρήστες είναι πολύ θετικοί στην εμπλοκή τους στην σχεδίαση και συνεργατική εύρεση των ζητημάτων αυτών που οδήγησαν την υπηρεσία σε αυτό το σημείο. Επιπλέον 3 άτομα δήλωσαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στον καταγισμό ιδεών που έλαβε μέρος στη φάση του ιδεασμού. Σε αυτό το σημείο οι συμμετέχοντες λαμβάνουν την προσοχή που είναι απαραίτητη σε μια ανθρωποκεντρική υπηρεσία και δημιουργείται χώρος να ακουστούν οι ιδέες και τα θέλω τους. Η διαδικασία αυτή ενισχύει την συνεργασία, την εμπάθεια και τον σεβασμό και αναμένεται να φέρνει στην επιφάνεια ιδέες με καινοτόμο, δημιουργικό και στοχευμένο στους χρήστες χαρακτήρα.


Τέλος στην ερώτηση του τί θα έκαναν οι συμμετέχοντες διαφορετικό εάν οργάνωναν αυτοί ένα συνεργατικό εργαστήρι επανασχεδίασης υπηρεσιών ή τι θα περίμεναν διαφορετικό την επόμενη φορά που θα συμμετείχαν σε ένα, οι απαντήσεις δεν έδειξαν κρίσιμα σημεία διαφοράς. Οι πλειοψηφία απάντησε πως γενικά είναι πολύ ευχαριστημένοι με την όλη εμπειρία και δεν θα άλλαζε κάτι συγκεκριμένο. Ένα άτομο πρότεινε την εμπλοκή εντελώς μη ειδικών συμμετεχόντων για εξάντληση

παραπάνω ιδεών και ένα άλλο άτομο πρότεινε παραπάνω επεξήγηση του σκοπού αυτής της εκδήλωσης και υπογράμμισε του εθελοντικού της χαρακτήρα με σκοπό την προσέγγιση παραπάνω συμμετεχόντων.

Semi-experts evaluation

Για το τελευταίο στάδιο της αξιολόγησης αποφασίστηκε μια εναλλακτική προσέγγιση στην επιλογή της δράσης με σκοπό την υπόδειξη επιπρόσθετης κριτικής και την εμπλοκή περισσότερων ατόμων που η νέα υπηρεσία θα αφορά άμεσα. Η αξιολόγηση σε αυτό το βήμα όπως προδιαγράφηκε στην προηγούμενη ενότητα θα γίνει με την μορφή ημι-δομημένων συνεντεύξεων μέσω υπολογιστή και με την βοήθεια του εργαλείου Desktop System Mapping.

brief




context

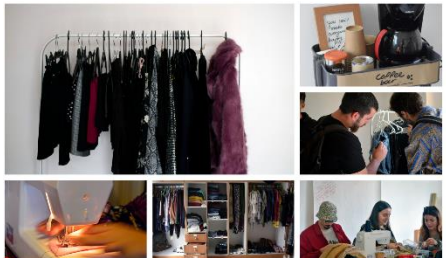
| Q | A | Q | A | Q | A |
|----------------|--|-------------------|--|--------------------|--|
| Visitor | Δεν είναι απαραίτητο να φέρει το παραρτήμα ή την επιβεβαίωση του για να συμμετάσχει στο event ή να κάνει κάποια παρακολούθηση. Προσκαλείται η επιλογή της υπηρεσίας μας. Μπορεί να κάνει τη διαφορά ανάμεσα στην επιλογή της υπηρεσίας μας ή στην επιλογή της υπηρεσίας μας. | Volunteer | Οι παλιότεροι είναι τα άτομα που φέρνουν με τους τους κομμάτια ή τους παλιότερους. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. | Host | Οι οικοδεσπότες μας είναι οι κομμάτια ή τους παλιότερους. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. |
| | | Specialist | Οι ειδικοί τα άτομα που μας βοηθούν στην επιλογή της υπηρεσίας μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. | Design team | Η οργανωτική ομάδα είναι το προσωπικό που φέρει την ιδέα και την υλοποιεί. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. |

rules


- Το όραμα και οι αξίες που μας έδωσαν να φέρει το κομμάτι είναι ο στόχος μας. Ο στόχος μας είναι να φέρει το κομμάτι μας. Ο στόχος μας είναι να φέρει το κομμάτι μας.
- Είναι σημαντικό να έχουμε και να είμαστε ανοιχτοί με τους παλιότερους. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας.
- Επιπλέον, είναι σημαντικό να έχουμε και να είμαστε ανοιχτοί με τους παλιότερους. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας.
- Η επιλογή της υπηρεσίας μας είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας.
- Οι παλιότεροι είναι τα άτομα που φέρνουν με τους τους κομμάτια ή τους παλιότερους. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας. Μπορεί να είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουν στην υπηρεσία μας.

problems





change brought by people



Εικόνα 46 – Desktop System Mapping (The Loop Project Service re-design)

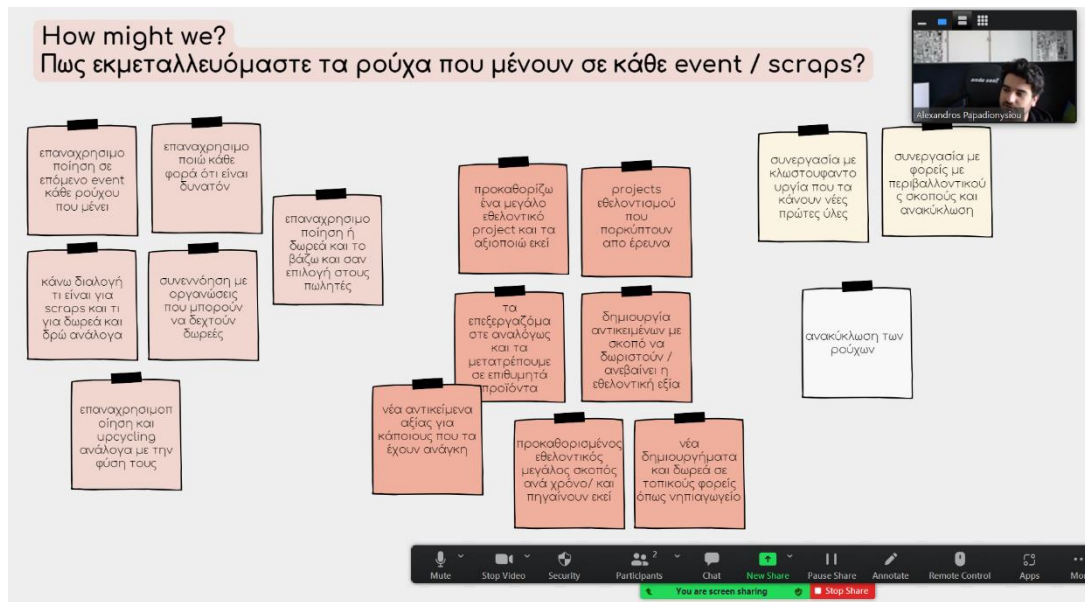
Σύμφωνα με το εργαλείο αυτό δημιουργήθηκε μια απεικόνιση της υπηρεσίας και των διαφορετικών εμπλεκόμενων της, των αλληλεπιδράσεων τους και των δραστηριοτήτων της. Έπειτα οι ιδέες που προτάθηκαν στο εργαστήριο ομαδοποιήθηκαν και κατηγοριοποιήθηκαν και τοποθετήθηκαν στα σημεία της νέας υπηρεσίας τα οποία αφορούν. Το υλικό αυτό οργανώθηκε σε μια παρουσίαση που χρησιμοποιήθηκε κατά την διεξαγωγή των συνεντεύξεων.



Εικόνα 47 – Παρουσίαση που δημιουργήθηκε για τους σκοπούς των συνεντεύξεων

Οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις ανήκουν στο είδος συνέντευξης που επιτρέπει τον εποικοδομητικό διάλογο και αποδίδει και στις δύο πλευρές (τον συντονιστή και τον χρήστη) βάθρο για έκφραση ιδεών. Επιπλέον αποτελούν το πιο ευρέως διαδεδομένο τρόπο ποιοτικής έρευνας και συλλογής δεδομένων μέσω της επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασης με χρήστες στον χώρο της Σχεδίασης.

Η δομή των συνεντεύξεων ήταν ελαφρώς ορισμένη και στο κομμάτι της αξιολόγησης υπήρχε ελευθερία στα θέματα συζήτησης καθώς και ανοικτός χώρος για επιπλέον ιδεασμό ή προτάσεις. Στο σύνολο εκτελέστηκαν 4 ατομικές συνεντεύξεις εκ των οποίων οι 3 έγιναν εξ αποστάσεως μέσω βιντεοκλήσης και η μία πρόσωπο με πρόσωπο. Όλες οι συνεντεύξεις διαρκέσαν γύρω στην 1 ώρα και ηχογραφήθηκαν συναινετικά για δευτερεύουσα ανάλυση της πληροφορίας. Τα άτομα που επιλέχθηκαν αυτήν την φορά για το μέρος αυτό της αξιολόγησης ήταν άτομα που ενδιαφέρονται ενεργά να είναι μέρος της νέας υπηρεσίας και φέρουν χαρακτηριστικά που τους τοποθετούν ως ειδικούς ή γνώστες σημαντικών σημείων της υπηρεσίας όπως παραδείγματος χάρη οι γνώσεις στην μόδα και το ράψιμο ή στην Σχεδίαση Υπηρεσιών. Το σύνολο των ηχογραφήσεων κατέληξε να είναι στις 5 ώρες και η δευτερεύουσα ανάλυση του διήρκεσε περίπου 7 ώρες.



Εικόνα 48 – Στιγμιότυπο από τις ημι-δομημένες συνεντεύξεις μέσω υπολογιστή

Αποτελέσματα semi-experts evaluation

Σε ανάλυση του ηχογραφημένου υλικού που εξάχθηκε από τις 4 συνεντεύξεις του οποίου όπως προαναφέραμε η επεξεργασία διήρκησε περίπου 7 ώρες καταλήξαμε στα εξής πορίσματα ανά συνέντευξη.

Στην πρώτη συνέντευξη ο χρήστης ήταν ιδιαίτερα εξοικειωμένος με την υπηρεσία The loop project καθώς γνώριζε για αυτήν και τις δράσεις που είχε στο παρελθόν. Επίσης το συγκεκριμένο άτομο κατέχει μεγάλη εμπειρία στο κομμάτι της χρήσης της ραπτομηχανής άρα και η γνώμη του στα ζητήματα που αφορούν το ρόλο του "ειδικού" έχει ιδιαίτερη βαρύτητα. Αφού λοιπόν το άτομο γνωρίζει την αρχική υπηρεσία αναλύθηκε κυρίως το πειραματικό κομμάτι του εργαστηρίου που έγινε στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας αυτής και των νέων ιδεών και διορθώσεων που πρότεινε η ομάδα του εργαστηρίου για την επανασχεδίαση της. Η ροή της συνέντευξης ήταν ιδιαίτερα ελεύθερη αλλά βασίστηκε κυρίως σε ανάλυση κάθε ζητήματος προς λύση που τέθηκε στο στάδιο του ιδεασμού στο εργαστήριο. Η συζήτηση είχε ιδιαίτερο ενδιαφέρον και η οπτική ενός ανθρώπου με τεχνικά skills στο χώρο της μόδας έδωσε νέες ιδέες και φρέσκια οπτική. Επιπρόσθετο ενδιαφέρον είχε η προσωπική μαρτυρία λόγων για τους οποίους θα συμμετείχε το άτομο ως ειδικός στην υπηρεσία εκ των οποίων βρισκόταν ο εθελοντισμός και το κοινωνικό και περιβαλλοντικό έργο καθώς και η

προβολή και ο διαμοιρασμός τεχνικών γνώσεων με άλλους. Στο τέλος της συνέντευξης συζητήθηκε για αρκετή ώρα το ενδεχόμενο προσθήκης ενός πιθανού μεγάλου εθελοντικού έργου στο τέλος κάθε χρόνου λειτουργίας της υπηρεσίας ως τρόπο ηθικής και αειφόρου αξιοποίησης των ρούχων που έχουν συλλεχθεί για δωρεά και επαναχρησιμοποίηση και δεν έχουν μεταβιβαστεί από χρήστη σε χρήστη. Αυτή η ιδέα προτάθηκε στο δημιουργικό εργαστήριο και ήταν ιδιαίτερα δημοφιλής στην ομάδα όμως λόγω έλλειψης χρόνου δεν συζητήθηκαν προτάσεις για αυτό το τελικό ετήσιο εθελοντικό έργο. Στην συνέντευξη αυτή λοιπόν μαζί με τις ειδικές γνώσεις του εθελοντή μας καταφέραμε να καταλήξουμε σε μια πολύ ενδιαφέρουσα λίστα προτάσεων που σίγουρα θα αποτελέσουν βάση για την νέα υπηρεσία.

| IDEA | DIFFICULTY LEVEL | BENEFIT LEVEL (communal, environmental, ethical) |
|--|------------------|---|
| Δημιουργία καινοτόμου προϊόντος που αξιοποιεί το ύφασμα σε συνεργασία με το ΤΜΣΠΣ | medium | medium |
| Δημιουργία προϊόντων καθαρισμού όπως σφουγγαρίστρες για δωρεά σε τοπικούς φορείς | easy | high |
| Δημιουργία πλατφόρμας δωρεάς σε τοπικούς καλλιτέχνες που έχουν ανάγκη υφάσματα | difficult | low |
| Σχεδιασμός και υλοποίηση στολών για παραστάσεις και δωρεά σε τοπικά σχολεία | difficult | medium |
| Σχεδιασμός και υλοποίηση παιχνιδιών από υφάσματα για παιδιά, εύρεση target group και δωρεά | difficult | medium |
| Δημιουργία κουβέρτας από scraps για δωρεά στους άστεγους | easy | high |
| Δημιουργία προϊόντων όπως κοκαλάκια και υφασμάτινες τσάντες με λογότυπα των οποίων τα έσοδα πηγαίνουν σε ειδικούς φορείς | medium | medium |

Εικόνα 49 – Λίστα ιδεών εθελοντικού έργου για την νέα υπηρεσία από τις ημι-δομημένες συνεντεύξεις μέσω υπολογιστή

Συνεχίζοντας στην δεύτερη εξ αποστάσεως συνέντευξη μέσω του υπολογιστή όπου αυτή τη φορά το άτομο περιγράφεται από ισχυρές και δομημένες στη θεωρία και την πράξη γνώσεις στις διαδικασίες της Σχεδίασης Υπηρεσιών. Η συζήτηση βασίστηκε ιδιαίτερα σε στρατηγικές λεπτομέρειες της επερχόμενης υπηρεσίας καθώς και σε ένα πολύ εποικοδομητικό διάλογο περί των βασικών αξιών και αρχών της. Καθώς το συγκεκριμένο άτομο δεν είχε την ευκαιρία να γνωρίζει με λεπτομέρεια τις προηγούμενες δράσεις της υπηρεσίας το εργαλείο *Desktop System Mapping* αποτέλεσε χρήσιμο οδηγό στην επεξήγηση τους. Αφού ενημερώθηκε για τα ευρήματα και τις ιδέες που προέκυψαν στο συνεργατικό εργαστήριο ο εθελοντής έδειξε ιδιαίτερο ενδιαφέρον στα τεχνικά ζητήματα διατήρησης της ομάδας. Μέσω της συζήτησης προτάθηκε μια νέα δυναμική εταιρικού χαρακτήρα όπου οι ρόλοι κάθε

ατόμου της ομάδας θα είναι προκαθορισμένοι ώστε το αποτέλεσμα να προκύπτει από ειδικούς σε κάθε κατηγορία. Οι νέοι ρόλοι μέσα στην ομάδα που προτάθηκαν ήταν ο υπεύθυνος ομάδας, ο γραφίστας, ο υπεύθυνος κοινωνικών δικτύων, ο υπεύθυνος οικονομικών και ο υπεύθυνος παραγωγής και σχεδιασμού του χώρου.

Οι ρόλοι αυτοί τέθηκαν σε ανάλυση και αποδόθηκαν με σκοπό η υπηρεσία να λειτουργεί πιο οργανωμένα. Επιπλέον όταν ένας εθελοντής αποφασίζει να αποχωρήσει η ομάδα θα αναζητά τον επόμενο με την αντίστοιχη ειδίκευση κάνοντας την διαδικασία πιο στοχευμένη και εύκολη. Έπειτα και βάση κάθε ρόλου συζητήθηκαν θέματα εύρεσης υλικοτεχνικών αγαθών και φαγητού για τις εκδηλώσεις μέσω τοπικών χορηγιών καθώς και τεχνικές λεπτομερείς και ιδέες επίτευξης ενός συνεργατικού οικονομικού μοντέλου με την τοπική κοινότητα της Σύρου.

Στην τρίτη συνέντευξη έχουμε την μοναδική περίπτωση που δεν έλαβε χώρα μέσω του υπολογιστή. Το συγκεκριμένο άτομο προσήλθε στο χώρο μου και η συνέντευξη ηχογραφήθηκε μέσω κινητού τηλεφώνου με συγκαταβατικό και διακριτικό τρόπο. Το κλίμα κρατήθηκε φιλικό και υποστηρικτικό ώστε να επιτευχθεί μια παραγωγική συζήτηση. Σε αυτή τη συνέντευξη το άτομο δεν είχε προηγούμενη εμπειρία με την συγκεκριμένη υπηρεσία και έτσι χρησιμοποιήθηκε κάποιος χρόνος για μια γρήγορη εισαγωγή και παρουσίαση στο θέμα της εργασίας αυτής και στις μέχρι τώρα ενέργειες της. Η συζήτηση αναπτύχθηκε κυρίως γύρω από την ίδια την εκδήλωση που θα οργανώνει η επανασχεδιασμένη υπηρεσία καθώς το συγκεκριμένο πρόσωπο ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για δράσεις στην κοινότητα της Σύρου και συγκεκριμένα γύρω από το κομμάτι της μόδας και δήλωσε πως θα συμμετείχε με ευχαρίστηση και ως επισκέπτης αλλά και ως οικοδεσπότης.

Υπήρξε επίσης μια ιδιαίτερη πρόταση και συζήτηση αφιερώθηκε στη για την εμπλοκή μεγαλύτερων σε ηλικία ατόμων σε μια εκδήλωση με θετικό κοινωνικό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα όπως αυτή του The loop project. Συγκεκριμένα λόγω ελεύθερου χρόνου και όρεξης για κοινωνικοποίηση καθώς και της παρατήρησης ύπαρξης ιδιαίτερων τεχνικών δεξιοτήτων στο κομμάτι του ραψίματος, μια νέα ομάδα ενδιαφερομένων αυτή των ηλικιωμένων κυρίων της τοπικής κοινότητας προτάθηκε προς εμπλοκή. Σε αυτή τη περίπτωση πέρα από πιθανό οικονομικό κέρδος εμπλέκονται ισχυροί συναισθηματικοί και κοινωνικοί παράγοντες που θα ωφελήσουν θετικά την υπηρεσία και τους συμμετέχοντες της.

Στην τέταρτη και τελευταία εξ αποστάσεως συνέντευξη αυτού του γύρου αξιολόγησης μιλήσαμε με ένα ιδιαίτερα ενημερωμένο άτομο,

συγκεκριμένα με την οικοδεσπότη της ιδρυτικής πρωτοτυποποίησης της υπηρεσίας *The loop project*. Η ανατροφοδότηση από ένα άτομο που έχει τέτοιου μεγέθους τριβή με τις αρχικές ενέργειες της υπηρεσίας ήταν κρίσιμη και ιδιαίτερα θεμιτή καθώς η γνώμη της για τις νέες ιδέες και την κατεύθυνση της επανασχεδίασης ήταν μεγάλης σημασίας.

Καθώς δεν χρειάστηκε επεξήγηση της αρχικής υπηρεσίας λόγω της εμπλοκής του ατόμου με αυτήν ο εισαγωγικός χρόνος αφιερώθηκε στην επεξήγηση του συνεργατικού εργαστηρίου και των αποτελεσμάτων που παρήγαγε για την επανασχεδίαση της. Τα γενικότερα σχόλια ήταν πάρα πολύ θετικά και συζητήθηκε η άμεση ανάγκη που οι υπηρεσίες που έχουν προκύψει σε στενά χρονικά περιθώρια έχουν για πραγματική εμπλοκή των χρηστών τους με σκοπό την βελτίωση και επανασχεδίαση τους ως καλύτερα ανθρωποκεντρικά μέσα αλλαγών και καινοτομίας.

Έπειτα συζητήθηκε η δημιουργία μιας ισχυρής προωθητικής στρατηγικής των ενεργειών της νέας υπηρεσίας η οποία θα εκτείνεται και σε ψηφιακά αλλά και σε φυσικά μέσα λόγω της ποικιλομορφίας του απευθυνόμενου κοινού και της τοπικής κοινότητας.

Τέλος συζητήθηκε το θέμα του μεγάλου εθελοντικού έργου που προτάθηκε στις προηγούμενες συνεντεύξεις και στο εργαστήριο με σκοπό την αύξηση του χαρακτήρα της κοινωνικής καινοτομίας της υπηρεσίας. Πέρα από τα θετικά σχόλια το άτομο και με προσωπική πλέον εμπειρία στο ράψιμο και την ηθική μόδα πρόσθεσε τα θέματα ανθρώπινου δυναμικού και χρόνου που θα χρειαστεί να δρομολογηθούν για να γίνει πραγματικότητα μια ενέργεια με μεγάλες διαστάσεις.

Συμπερασματικά η δευτερεύουσα αξιολόγηση των ιδεών του εργαστηρίου για την επανασχεδίαση της υπηρεσίας μέσω συνεντεύξεων με *semi-experts* ήταν μια ιδιαίτερα εποικοδομητική διαδικασία αφού προήγαγε τον παραγωγικό διάλογο προσφέροντας επιπλέον προοπτικές για καινοτομία και αειφορία στην υπηρεσία καθώς και μια φρέσκια ματιά στις ήδη υπάρχουσες. Τέλος η ημι-δομημένη μορφή τους αποτέλεσε μια ιδανική επιλογή ώστε να λάβω προσωπικά και ενεργό μέρος στη διαδικασία ιδεασμού μέσω της συζήτησης κάτι που απέφυγα στο εργαστήριο *co-design* που εξ ορισμού χρειάζεται να αφορά τους χρήστες οι οποίοι καθοδηγούνται συνήθως απλά από τον συντονιστή.

6.4. Πρόταση - Επανασχεδίαση Υπηρεσίας The Loop Project

6.4.1. Εισαγωγή

Μετά το πέρας του δεύτερου γύρου των αξιολογήσεων ολοκληρώθηκε και το κομμάτι της εξαγωγής δεδομένων και ιδεών από τους χρήστες. Συνολικά η Συνεργατική προσέγγιση που ακολουθήθηκε μεθοδολογικά με την σχεδίαση και δημιουργία του εργαστηρίου καθώς και με τις συνεντεύξεις των ημι-ειδικών έδωσε έδαφος για πολύ σημαντικά αποτελέσματα βασισμένα στις πραγματικές ανάγκες και τα θέλω των μελλοντικών χρηστών της υπηρεσίας. Στο τελικό αυτό στάδιο τα δεδομένα μετατράπηκαν σε στοιχεία της νέας υπηρεσίας και επιλέχθηκαν οι καλύτερες και πιο υποσχόμενες ιδέες οι οποίες και προσαρμόστηκαν μέσα στην δομή της αρχικής υπηρεσίας.

Στην πραγματικότητα αναμένεται η νέα επανασχεδιασμένη υπηρεσία να έχει ανθρωποκεντρικό και καινοτόμο χαρακτήρα ενώ ταυτόχρονα να εκτελεί το έργο για το οποίο σχεδιάστηκε εξ αρχής δηλαδή, να δίνει μια λύση βασισμένη στην κοινωνική καινοτομία για την κοινότητα της Σύρου γύρω από το κομμάτι της ηθικής και Αειφόρου διαχείρισης των ενδυμάτων τους.

6.4.2. Ομοιότητες με την αρχική υπηρεσία

Ξεκινώντας είναι σημαντικό να αναφέρουμε πως η πρόταση αυτή δεν αποτελεί μια νέα εξολοκλήρου υπηρεσία αλλά μια βελτιωμένη και περισσότερο ανθρωποκεντρική έκδοση της αρχικής ιδέας του The Loop Project. Η συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης εξάλλου επιλέχθηκε για αυτήν την διπλωματική εργασία ως μια πρωτοβουλία που ιδρύθηκε στα πλαίσια ενός μαθήματος στούντιο, πρωτοτυποποιήθηκε και δοκιμάστηκε στη τοπική κοινότητα και κρίθηκε πολύ θετικά από τους τότε συμμετέχοντες. Παρόλαυτα τα αρνητικά της στοιχεία κατέληξαν να την ορίσουν ως ανενεργή αφού οι δράσεις της σταμάτησαν. Έτσι και αφού τα στοιχεία αυτά αναλύθηκαν για τοποθετήθηκαν προς ιδεασμό στο συνεργατικό κομμάτι της επανασχεδίασης αυτής της υπηρεσίας, νέες υποσχόμενες λύσεις παράχθηκαν με σκοπό τον επαναπροσδιορισμό της στην κοινωνία.

Προτού όμως περιγράψουμε τα καινούργια αυτά σημεία της είναι πρέπον να ξανά αναφέρουμε τα στοιχεία που παρέμειναν ίδια, επειδή ανταποκρίνονταν στις αξίες και τους στόχους της υπηρεσίας.

Αρχικά, καθώς η έρευνα για το κομμάτι του πλαισίου της κοινότητας της Σύρου για την εύρεση των κοινωνικών ζητημάτων τα οποία η υπηρεσία θα απαντούσε ήταν ιδιαίτερα αναλυτική και στοχευμένη και επειδή επιπλέον τα ζητήματα που τότε αναδύθηκαν, δηλαδή η ανάγκη για κοινωνικοποίηση και διαχείριση του όγκου των αντικειμένων που μας ανήκουν και συγκεκριμένα των ενδυμάτων, παραμένουν ενεργά αποφασίστηκε το σχεδιαστικό brief και η πρόταση αξίας της υπηρεσίας να μείνουν τα ίδια. Επαναλαμβάνοντας η υπηρεσία The Loop Project στοχεύει στην εκπληρώσει των στόχων της κοινωνικής καινοτομίας μέσω της διοργάνωσης, της στέγασης και της υποστήριξης pop-up εκδηλώσεων που αφορούν την ανταλλαγή, επιδιόρθωση, μεταποίηση ενδυμάτων, αξεσουάρ και μικροαντικειμένων. Η τοποθεσία των εκδηλώσεων είναι μεταβαλλόμενη ενώ στεγάζεται και ορίζεται από τις ευκαιρίες που προκύπτουν στην τοπική κοινότητα της Σύρου. Ανατρέχοντας στο κεφάλαιο 4 όπου περιγράφεται αναλυτικά η μελέτη περίπτωσης θα παρατηρήσουμε μόνο αποφυγή ορισμού του απευθυνόμενου κοινού της νέας υπηρεσίας ως "νεανικό". Ο λόγος αυτής της παράληψης είναι η αναδυόμενη ανάγκη εμπλοκής περισσότερων ομάδων ανθρώπων στους ρόλους της υπηρεσίας με σκοπό την επέκταση των δυνατοτήτων της μια συνθήκη που θα επεξηγηθεί αναλυτικά στην επόμενη ενότητα. Τώρα όσο αφορά την πρόταση αξίας παραμένει σταθερή με κύριο περιεχόμενο της την διεύρυνση των κύκλων ζωής και της αξίας των ενδυμάτων που έχουμε στη κατοχή μας προωθώντας τις αξίες της κυκλικής οικονομίας και τοποθετώντας ευκαιρίες σε τοπικό πλαίσιο για μια ενεργή και συλλογική κοινότητα που δρα ενεργά κερδίζοντας υλικοτεχνικούς και πνευματικούς πόρους ενώ φροντίζει και σέβεται το περιβάλλον.

Επιπλέον σταθερότητα έχουμε και στους βασικούς ρόλους της υπηρεσίας (επισκέπτες, πωλητές, ειδικοί, οικοδεσπότης) με τις αλλαγές να επηρεάζουν μόνο την δυναμική της σχεδιαστικής ομάδας. Οι βασικοί κανόνες διατήρησης της ποιότητας των ρούχων, της καθαριότητας και της χρήσης επαναχρησιμοποιούμενων συσκευασιών παραμένουν επίσης αναλλοίωτοι και σημαντικοί.

Επιπλέον η δομή των ενεργειών πέρα από τις νέες πτυχές τις που θα συζητήσουμε παρακάτω θα κρατήσει κάποια από τα αρχικά της στοιχεία όπως την ημέρα συλλογής ρούχων που ορίζεται ως η προηγούμενη από αυτήν της εκδήλωσης. Εκείνη την ημέρα οι εθελοντές πωλητές καλούνται να συναντηθούν με την ομάδα και να παραδώσουν τα ρούχα προς πώληση. Για την σύνταξη αυτών των ενεργειών όπως και για την καταγραφή των συμμετεχόντων η ομάδα θα δημιουργεί φόρμες

συμμετοχής και κατάλογο συμμετεχόντων τον οποίο θα ανανεώνει σταθερά.

Τέλος μια ακόμη πλευρά της υπηρεσίας που θα παραμείνει στα ίδια δεδομένα και απλώς θα εξελιχθεί είναι η εταιρική της ταυτότητα και το όνομα της υπηρεσίας. Η εικόνα μιας υπηρεσίας, το λογότυπο και η παλέτα της συχνά αποτελούν σήμα κατατεθέν και αναγνωριστικό της στοιχείο. Έτσι είναι πολύ σημαντικό η νέες στρατηγικές που θα προταθούν για τα κοινωνικά δίκτυα και την διαφήμιση και την προβολή των ενεργειών του *The Loop Project* να κρατήσουν την ίδια - πάντα ανοικτή σε βελτιώσεις - αισθητική και εικόνα ιδιαίτερα από τη στιγμή που τα σχόλια των χρηστών για αυτήν ήταν ιδιαίτερα θετικά.

6.4.3. Περιγραφή νέας υπηρεσίας

Ξεκινώντας η νέα μορφή της υπηρεσίας *The Loop Project* συνεχίζοντας τις δράσεις της σε τοπικό κυρίως πλαίσιο αποσκοπεί όπως έχουμε καταλήξει και μέσω της βιβλιογραφικής ανάλυσης σε μια προσπάθεια δημιουργίας τοπικών ευκαιριών με γνώμονα την κοινωνική καινοτομία που προσφέρουν επιλογές για Αειφορία στο χώρο της μόδας στην Σύρο. Βασικοί λόγοι συμμετοχής του κοινού της είναι η αποφόρτιση του όγκου των ενδυμάτων που κατέχουν στις ντουλάπες τους, η αγορά οικονομικών ρούχων από δεύτερο χέρι υποστηρίζοντας τις ηθικές αγορές και απέχοντας από την γρήγορη μόδα, το ενδιαφέρον προς το *upcycling*, την επιδιόρθωση ενδυμάτων και τις τεχνικές δεξιότητες, η ανάγκη για κοινωνικοποίηση και η θέληση για εθελοντισμό και συμμετοχή σε πρωτοβουλίες που στηρίζουν περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς σκοπούς. Επιμένοντας στην κάλυψη αυτών των προϋποθέσεων η υπηρεσία παρουσιάζει εκδηλώσεις που υποστηρίζουν αυτές τις ενέργειες και όπως προείπαμε βασίζονται στις ίδιες τις ευκαιρίες που προκύπτουν από την κοινωνία όπως παραδείγματος χάρη την μετακόμιση ενός φοιτητή.

6.4.4. Νέα στοιχεία

Στο σημείο αυτό θα αναλύσουμε τις βασικές κατηγορίες και νέες ιδέες που προέκυψαν από το συνεργατικό εργαστήριο, τους δύο γύρους αξιολογήσεων και την προσπάθεια για εκπλήρωση των βασικών στόχων επιμένοντας στις αρχικές αξίες που τέθηκαν για την υπηρεσία. Τα καινούργια αυτά στοιχεία θα προσδιοριστούν με την μορφή συνολικών προτάσεων για άμεση υιοθέτηση από την υπηρεσία και τα αποτελέσματα τους σε αυτήν αναμένονται να είναι κρίσιμα, ενισχύοντας τον ανθρωποκεντρικό της χαρακτήρα, αφού σχεδιάστηκαν από τους ίδιους της τους χρήστες, και δυναμώνοντας την πρόταση αξίας της.

- **Η νέα σχεδιαστική ομάδα**

Οι άνθρωποι που τρέχουν και απαρτίζουν μια υπηρεσία είναι ο κορμός κάθε της κίνησης. Λόγο της σημαντικής φύσης της έννοιας ομάδα και λόγω της παρατήρησης της αποξένωσης της ιδρυτικής σχεδιαστικής ομάδας του *The Loop Project* κρίθηκε απαραίτητος ο επαναπροσδιορισμός της. Ιδιαίτερα στο σημείο των αξιολογήσεων μέσω *semi-expert interviews*, αλλά και στο συνεργατικό εργαστήριο η πιο πολυσυζητημένη εκδοχή ήταν αυτή της δημιουργίας ρόλων μέσα στην ομάδα. Έτσι ακολουθώντας και την λογική μιας σύγχρονης επιχείρησης ορίζονται έξι ρόλοι από τους οποίους θα αποτελείται και η συντονιστική ομάδα της υπηρεσίας. Οι ρόλοι θα είναι :

1. *Team Leader* – Υπεύθυνος ομάδας / Συντονιστής
2. *Social Media Specialist* – Υπεύθυνος Κοινωνικών δικτύων
3. *Branding and Graphic Designer* – Γραφίστας
4. *Finance and Sponsorships expert (food, materials etc.)* – Υπεύθυνος οικονομικών θεμάτων και χορηγιών
5. *Production Manager* – Υπεύθυνος παραγωγής και σχεδιασμού χώρου
6. *Project Manager* – Υπεύθυνος εθελοντικού έργου (εύρεσης και συντονισμού)

Οι έξι αυτοί ρόλοι θα καλυφθούν στην νέα υπηρεσία και σε κάθε περίπτωση παραίτησης ενός ατόμου, το άτομο αυτό σε συνεργασία με την υπόλοιπη ομάδα θα εκτελεί συνεντεύξεις και έρευνα κάλυψης της συγκεκριμένης θέσης. Αν οι ενδιαφερόμενοι για κάθε ρόλο είναι παραπάνω από έναν τότε ο ρόλος αυτός θα καλύπτεται από μια υποομάδα ανθρώπων μια συνθήκη που μπορεί να έχει μόνο θετικά αποτελέσματα στην υπηρεσία καθώς οι στόχοι κάθε ρόλου θα επιτυγχάνονται ευκολότερα και πιο αποτελεσματικά.

- **Η στρατηγική προώθησης της υπηρεσίας**

Η προώθηση και προβολή μιας υπηρεσίας είναι κρίσιμο σημείο για την επιτυχία της καθώς έχει τη δυνατότητα να αποδώσει αναλυτικά και με διαφάνεια τους σκοπούς και τις αξίες της και να προκαλέσει το ενδιαφέρον πιθανών συμμετεχόντων στις δράσεις της. Η πρόταση για την προώθηση της υπηρεσίας *The Loop Project* περιλαμβάνει και την διαδικτυακή προβολή μέσω των κοινωνικών δικτύων αλλά και την πρόσωπο με πρόσωπο προώθηση στην τοπική κοινωνία.

Στρατηγική προώθησης κοινωνικών δικτύων

Η προώθηση της υπηρεσίας στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια πολύ σημαντική πτυχή της επιτυχίας της καθώς έχει την δύναμη να διαφημίσει τις δράσεις της αλλά και να υπογραμμίσει τις αξίες της. Σε μια υπηρεσία που η κύρια δράση της βασίζεται στον εθελοντισμό και στην υποστήριξη αξιών όπως η αειφορία και η κοινωνική ευθύνη η διαφάνεια αποτελεί σημείο μέγιστης σημασίας. Έτσι κρίνεται απαραίτητη η περιγραφή των ρόλων, των κανόνων, της εσωτερικής δομής και όλων των δράσεων στα κοινωνικά δίκτυα με σκοπό την ενημέρωση και την προβολή.

Τώρα αναφορικά με την αισθητική τα προφίλ της υπηρεσίας στα διάφορα δίκτυα χρειάζεται να έχουν αισθητική συνοχή που θα ακολουθεί κοινή χρωματική παλέτα, γραμματοσειρές και καθαρή ολική ατμόσφαιρα. Την διατήρηση, την επικοινωνία με τους χρήστες και την συχνή ενεργοποίηση της υπηρεσίας σε αυτά τα μέσα θα αναλαμβάνει ο υπεύθυνος των *social media*.

Στρατηγική προώθησης φυσικών προσώπων

Πέρα από την προώθηση στα κοινωνικά δίκτυα προτείνεται και η προέκταση της προωθητικής στρατηγικής με φυσικά μέσα λόγω της ποικιλομορφίας του απευθυνόμενου κοινού που θέλουμε να περιέχει και άτομα της τοπικής κοινότητας που μπορεί να μην έχουν εξοικείωση με τα ψηφιακά μέσα. Συγκεκριμένα τα τοπικά μέσα στα οποία χρήστες ηλικιών 40-80 ετών εμφανίζεται μέσα από μία έρευνα στην κοινωνία της Σύρου να είναι ενεργοί είναι, η εφημερίδα, οι τοπικοί σύλλογοι (χορού, μαγειρικής, πολιτισμού) και τα τοπικά καταστήματα. Έτσι οι αγγελίες και τα άρθρα σε εφημερίδες και περιοδικά, η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία με επίσκεψη στους τοπικούς συλλόγους και η δημιουργία αφισών και *flyer* για διαμοιρασμό σε καταστήματα στην αγορά είναι κάποιες από τις προτεινόμενες ενέργειες προώθησης της υπηρεσίας.

- **Η ενίσχυση του εθελοντικού έργου**

Ίσως και η σημαντικότερη αξία της υπηρεσίας *The Loop Project* από την αρχή της μέχρι και τώρα είναι αυτή του εθελοντισμού. Ως μια υπηρεσία με μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα για τα μέλη της και ως ένας κοινοτικός θεσμός που υποστηρίζει δράσεις με αειφόρο και κοινωνικό χαρακτήρα, η υπηρεσία μας χρειάζεται να τονίζει στα νέα και παλιά μέλη της τον βασικό της σκοπό. Μέσω των συνεντεύξεων αλλά και του εργαστηρίου συνεργατικής σχεδίασης αναπτύχθηκε μια νέα ιδέα υποστήριξης του εθελοντικού σκοπού της υπηρεσίας. Συγκεκριμένα προτάθηκε η υιοθέτηση και υποστήριξη ενός ετησίου προγράμματος για ένα εθελοντικό έργο το οποίο η ομάδα θα επιλέγει στην αρχή του έτους και θα υποστηρίζει για όλο το χρόνο με τις ενέργειες της και τους πόρους που θα συλλέγει από τις εκδηλώσεις της. Ένας αρχικός ιδεασμός για τα ετήσια αυτά projects έλαβε μέρος σε μια από τις συνεντεύξεις με *semi-experts* και έχει ήδη αναρτηθεί ενδεικτικά στο προηγούμενο κεφάλαιο. Τα συστατικά τα οποία χρειάζεται να έχουν αυτά τα projects είναι κοινωνικός, περιβαλλοντικός και εθελοντικός χαρακτήρας καθώς και ευκαιρία για χρήση των υφασμάτων που συλλέγουμε στις εκδηλώσεις του *The Loop Project* με καινοτόμους και δημιουργικούς τρόπους που προάγουν την επαναχρησιμοποίηση, την ανακύκλωση και την επανασχεδίαση νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Λειτουργικά και για την πλήρη ενημέρωση και διαφάνεια προς τους συμμετέχοντες το ετήσιο αυτό project θα συν-αποφασίζεται από την ομάδα και τους ενδιαφερόμενους στην υπηρεσία στην αρχή του έτους και θα ανακοινώνεται στα κοινωνικά δίκτυα της υπηρεσίας. Στην συνέχεια και κατά τη διάρκεια του έτους κάθε σχετική πρόοδος και ενημέρωση θα ανακοινώνεται επίσης στα φυσικά και ψηφιακά κανάλια επικοινωνίας του *The Loop Project*. Τέλος τα αποτελέσματα του ετησίου εθελοντικού έργου θα δημοσιοποιούνται επίσης ώστε κάθε άτομο που έχει συνεισφέρει στις ενέργειες μας να καταφέρει να δει απτές αποδείξεις των πράξεων του προς την κοινότητα και τους σκοπούς και τις αξίες μας.

- **Ο ρόλος του ειδικού**

Ο ρόλος του ειδικού αποτελεί πυρήνα των εκδηλώσεων μας σαν υπηρεσία. Κύρια δραστηριότητα του ειδικού είναι η επιδιόρθωση και το *upcycling* των ρούχων που βρίσκονται στις εκδηλώσεις του *The Loop Project*. Επιπλέον όμως και ανάλογα και με τις προθέσεις και τις ικανότητες του κάθε εθελοντή ειδικού μπορούν να οργανωθούν και επιπρόσθετες δραστηριότητες όπως η δημιουργία μικρών

εργαστηρίων εκμάθησης ραπτικής. Στην ιδρυτική εκδήλωση της υπηρεσίας μας παραδείγματος χάρη ο ειδικός οργάνωσε ένα εργαστήριο δημιουργίας scrunchie (λαστιχάκια για τα μαλλιά) από τα υφάσματα που περισσεύανε από τις επιδιορθώσεις ρούχων. Τέτοιες δραστηριότητες προάγουν και υπογραμμίζουν αξίες της υπηρεσίας μας όπως την κυκλική οικονομία με δημιουργικό και συνεργατικό τρόπο.

Καθώς η απήχηση του ειδικού στην πρώτη εκδήλωση ήταν ιδιαίτερα μεγάλη και λόγω και της σημαντικότητας του ρόλου του στην προβολή των αξιών και την επίτευξη των στόχων μας η ανάγκη εμπλοκής περισσότερων ανθρώπων με αυτό το ρόλο σε κάθε εκδήλωση είναι πολύ κρίσιμη. Από τις συνεντεύξεις που έγιναν σε πιθανούς μελλοντικούς χρήστες με αυτό το ρόλο καθώς και από τον ιδεασμό που έγινε στο συνεργατικό εργαστήριο καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι για την προσέγγιση περισσότερων ειδικών χρειάζεται να τονιστούν οι εθελοντικές αξίες της εκδήλωσης και της υπηρεσίας με τους τρόπους που προαναφέραμε. Από τους 4 συνολικά πιθανούς εθελοντές για τον ρόλο του ειδικού που εμπλέξαμε στην διαδικασία του εργαστηρίου και των συνεντεύξεων οι 3 σημείωσαν πως το αίσθημα της προσφοράς και το κοινωνικό έργο είναι αρκετό κίνητρο για την συμμετοχή τους ενώ ο 1 δήλωσε πως η προώθηση της δουλειάς του αποτελεί εξίσου σημαντική κινητήρια δύναμη. Συγκεκριμένα το The Loop Project βασισμένο σε αυτό το ενδιαφέρον εισάγει και μια νέα παράμετρο για τον ρόλο του ειδικού αυτήν της προώθησης του έργου του. Έτσι με την εθελοντική συμμετοχή του στις εκδηλώσεις μας, προτείνουμε την υποστήριξη της δουλειάς του με δημιουργία επαγγελματικών καρτών ή προώθηση αυτών στις εκδηλώσεις εάν ήδη υπάρχουν, δημιουργία περιεχομένου στα κοινωνικά δίκτυα και γενικότερα προσφορά ενός ελεύθερου συλλογικού και δημιουργικού περιβάλλοντος για τους εθελοντές ώστε να αναδείξουν την δουλειά τους συνεισφέροντας στις αξίες της ηθικής μόδας.

Επιπλέον από τις συνεντεύξεις, εισάχθηκε και μια νέα παράμετρος για τον ρόλο του ειδικού που επεκτείνει το απευθυνόμενο κοινό της υπηρεσίας εντάσσοντας την ομάδα των ηλικιωμένων κατοίκων της Σύρου. Η πρόταση αυτή προκύπτει από την ανάγκη για ανθρώπινο δυναμικό στο ρόλο του ειδικού και από την σημαντικότητα εμπλοκής μεγαλύτερου μέρους της κοινότητας της Σύρου σε μια υπηρεσία κοινωνικής καινοτομίας. Η έρευνα πεδίου έδειξε μεγάλη πιθανότητα για την ηλικιακή αυτή ομάδα να εμπλακεί καθώς χαρακτηρίζονται από αρκετό ελεύθερο χρόνο, όρεξη για κοινωνικοποίηση και παρέα καθώς

και ειδικές δεξιότητες που τα παλαιότερα χρόνια ήταν πολύ συχνό να μαθαίνονται όπως η μοδιστρική τέχνη και η επιδιόρθωση ρούχων. Το νέο αυτό κοινό προτείνεται να προσεγγιστεί με την δεύτερη στρατηγική προώθησης της υπηρεσίας αυτήν των φυσικών προσώπων.

- **Η συλλογή πόρων**

Ένα άλλο ζήτημα που μας απασχόλησε κατά τη διάρκεια της εύρεσης του προβληματικού χώρου για την επανασχεδίαση της υπηρεσίας στο συνεργατικό εργαστήριο ήταν αυτό της συλλογής υλικοτεχνικών πόρων και φαγητού και καφέ για την υποστήριξη των pop-up εκδηλώσεων της. Καθώς η υπηρεσία έχει μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα, και η διαχειριστική ομάδα δεν έχει κέρδος από τις ενέργειες της η συλλογή αντικειμένων που θα πλαισιώσουν τις εκδηλώσεις της προσφέροντας ένα οικείο και φιλικό κλίμα αποτελούν αναμφίβολα μια πρόκληση. Η πρόταση επίλυσης αυτού του ζητήματος ήρθε συνολικά και από το εργαστήριο, και από τις συνεντεύξεις αλλά και από συνολική έρευνα πεδίου σε παραπλήσιες εκδηλώσεις και θεσμούς στην κοινωνία της Σύρου. Έτσι προτείνεται η αναζήτηση χορηγών στο κομμάτι των υλικοτεχνικών αγαθών (κρεμάστρες, ράφια) και στο κομμάτι του φαγητού και των ροφημάτων της εκδήλωσης. Η τοπική κοινωνία έχει επανειλημμένα υποστηρίζει παρόμοιες εκδηλώσεις και φεστιβάλ οπότε αναμένεται ενεργή συμμετοχή ιδιαίτερα σε ένα σκοπό με εθελοντικό έργο. Η προσέγγιση των χορηγών θα εκτελείται από τον *Finance and Sponsorships expert* για κάθε εκδήλωση του *The Loop Project*. Κάθε συνεργαζόμενο κατάσταση θα μπορεί να συνεισφέρει με όποιον τρόπο επιθυμεί σε μία από τις 2 επιλεγμένες κατηγορίες.

Basic sponsor

Σε αυτό το επίπεδο ο χορηγός μπορεί να προσφέρει αντικείμενα αξίας μέχρι 10 ευρώ που να χρειάζονται στην εκδήλωση. Το δικό του κέρδος θα είναι συμμετοχή στην αφίσα της εκδήλωσης και παροχή των επαγγελματικών του καρτών ή στοιχείων στους επισκέπτες της εκδήλωσης.

Golden sponsor

Στο χρυσό επίπεδο ο χορηγός προσφέρει αντικείμενα αξίας από 10 μέχρι 50 ευρώ. Το κέρδος αυτής της βαθμίδας χορηγού είναι συμμετοχή στην αφίσα της εκδήλωσης, παροχή επαγγελματικών καρτών του στους επισκέπτες, δύο post προώθησης στα κοινωνικά δίκτυα της υπηρεσίας (μια φωτογραφία / γραφιστικό και ένα

προωθητικό βίντεο) και ευχαριστήρια αναφορά στο εθελοντικό έργο για το οποίο θα συζητήσουμε παρακάτω.

- **Η αντικειμενική κοστολόγηση**

Τέλος ένα ακόμη ζήτημα που απασχόλησε τους συμμετέχοντες στις εκδηλώσεις μας από την πρώτη κιόλας πρωτοτυποποίηση του ήταν η αντικειμενική κοστολόγηση των ρούχων των πωλητών και του οικοδεσπότη. Αυτή είναι και η μοναδική δραστηριότητα που εμπλέκει χρηματικές συναλλαγές στην υπηρεσία μας, λόγω της διατήρησης της αξίας των ρούχων και της προτροπής για καλής ποιότητας αντικείμενα, της ενίσχυσης της κουλτούρας των αγορών από δεύτερο χέρι και της προσφοράς μιας εναλλακτικής αγοράς ρούχων στη κοινότητα της Σύρου με πιο αειφόρο χαρακτήρα. Έτσι και καθώς αναφερόμαστε σε μια επιχειρηματική δραστηριότητα μέσα στην υπηρεσία, ο σχεδιασμός της με προσοχή και σεβασμό προς όλους τους συμμετέχοντες είναι κρίσιμης σημασίας.

Στη πρώτη εκδήλωση της υπηρεσίας ορίστηκε μια μέρα πριν την ημέρα της εκδήλωσης για συλλογή των αγαθών και κοστολόγηση τους με τους πωλητές μια διαδικασία που εκτός από χρονοβόρα κατέληξε να κριθεί αρνητικά σε δεύτερο χρόνο καθώς ο κάθε πωλητής δεν είχε τα ίδια κριτήρια κοστολόγησης με αποτέλεσμα να υπάρχουν μεγάλες διαφορές στις τιμές των ρούχων της εκδήλωσης με πολλές φορές μη πραγματιστικό χαρακτήρα. Έτσι και ενώ η μέρα συλλογής πρωταρχικά από την εκδήλωση προτείνεται να κρατηθεί σαν λειτουργικό στοιχείο η κοστολόγηση δεν είναι σοφό να γίνει με τους ίδιους τους πωλητές, αφήνοντας όμως εννοείται την ελευθερία να αποσύρουν κάποια από τα κομμάτια τους εάν κρίνουν πως δεν κοστολογήθηκαν σοφά όπως και να αφήσουνε προσωπικές σημειώσεις και παρατηρήσεις για την ομάδα κοστολόγησης.

Η πρόταση που επιλέγεται για την κοστολόγηση αποτελεί μια ολιστική στρατηγική που προκύπτει από τις συνεντεύξεις με τους χρήστες και την βιβλιογραφική έρευνα και συμβαδίζει με τις προηγούμενες προτάσεις για αλλαγή που αναλύθηκαν σε αυτή την ενότητα. Ο ορισμένος Υπεύθυνος Οικονομικών θεμάτων επιλέγεται να ορίσει μια σχετική επιτροπή εθελοντών που αποτελείται από τον/την ίδιο/α, έναν εθελοντή με εμπειρία στην πώληση και έναν εθελοντή με εμπειρία στην ποιότητα των ρούχων – πιθανότητα ο ρόλος αυτός μπορεί να καλυφθεί από τον ειδικό. Η ομάδα αυτή θα είναι υπεύθυνη για την αντικειμενική κοστολόγηση κάθε κομματιού που οι πωλητές θα παρέχουν στην υπηρεσία κατά την συλλογή τους την προηγούμενη

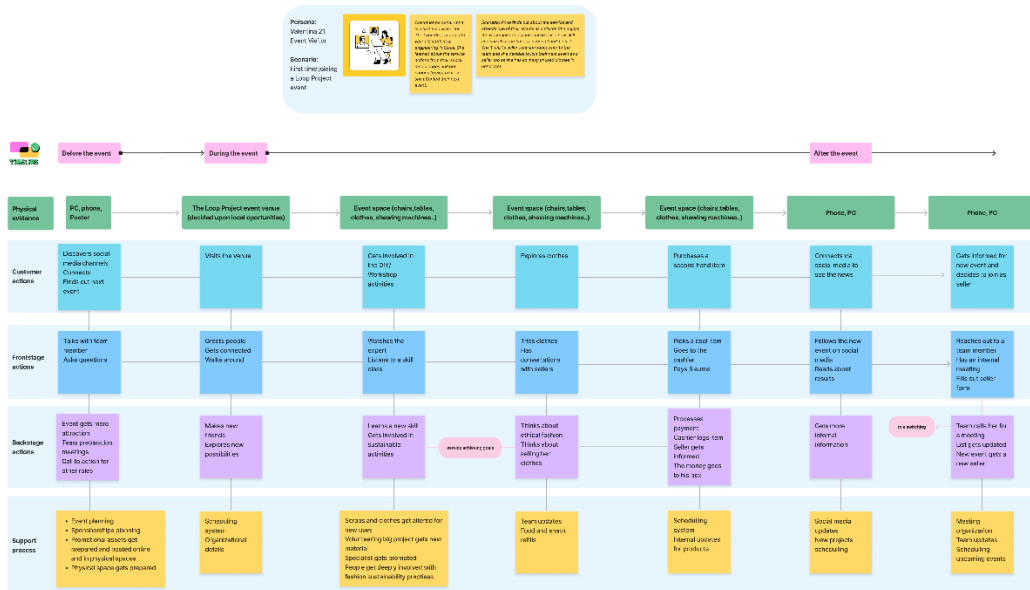
μέρα και μετά από ποιοτικό έλεγχο θα ορίζουν την τελική του τιμή. Τέλος για λόγους ομοιογένειας και για να κρατηθεί το εθελοντικό κλίμα μια αρχική κλίμακα από 0-50 ευρώ εκτός ακραίων περιπτώσεων ορίζεται ως κανόνας για την κοστολόγηση των αντικειμένων σε κάθε εκδήλωση του *The Loop Project*.

6.4.5. Εργαλεία

Ως επεξήγηση της νέας πρότασης που συντάχθηκε για την υπηρεσία *The Loop Project* κρίνεται απαραίτητη η συμπλήρωση κάποιων βασικών εργαλείων της Σχεδίασης Υπηρεσιών που στοχεύουν στην ανάλυση των πλευρών μιας υπηρεσίας που αφορούν στο ανθρώπινο δυναμικό της, τις ενέργειες της, τα *rain points* και τις αλληλεπιδράσεις των εμπλεκομένων της. Στην συγκεκριμένη ενότητα επιλέξαμε τρία από τα πιο γνωστά εργαλεία του επιστημονικού κλάδου, το *Service Blueprint*, το *Business model canvas* και το *Stakeholder mapping*. Εάν ανατρέξουμε και στην τέταρτη ενότητα της εργασίας αυτής όπου παρουσιάστηκε για πρώτη φορά η υπηρεσία *The Loop Project* μπορούμε να δούμε με διαφάνεια τις διαφορές που προέκυψαν στην επανασχεδίαση συγκρίνοντας τα εργαλεία μεταξύ τους.

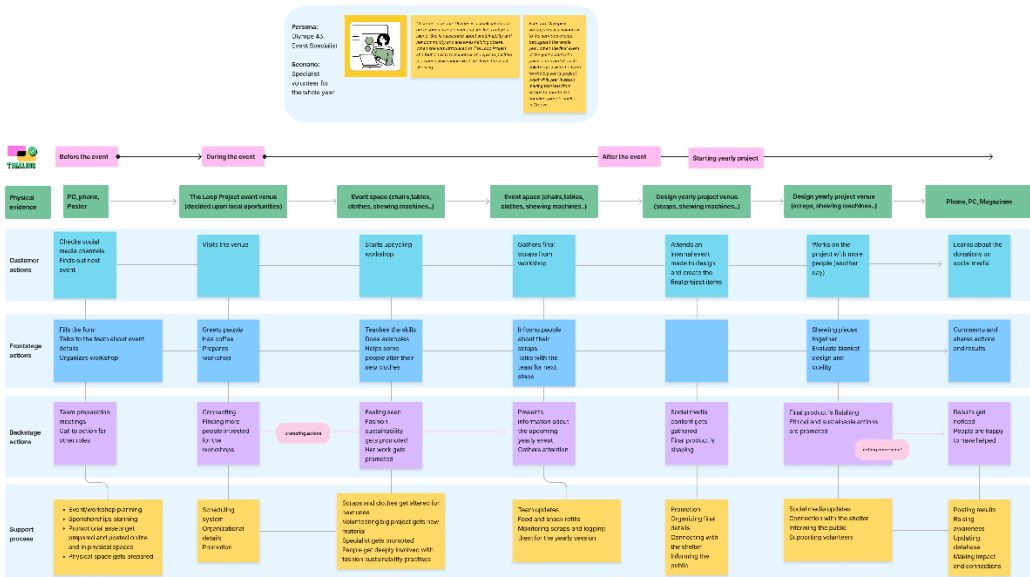
Service Blueprints

Για το εργαλείο αυτό επιλέχθηκαν να παρουσιαστούν δύο εναλλακτικές οπτικές για δύο διαφορετικούς χρήστες και σενάρια χρήσης με σκοπό την βαθύτερη κατανόηση της υπηρεσίας. Στο πρώτο *Service Blueprint* αναφερόμαστε σε έναν επισκέπτη που συμμετέχει για πρώτη φορά σε μια από τις ενέργειες της υπηρεσίας. Στο σενάριο χρήσης μπορούμε να ανακαλύψουμε τις πρώτες επαφές του με τα βασικά σημεία της υπηρεσίας με χρονολογική σειρά καθώς και να δούμε τις φανερές και μη υποστηρικτικές ενέργειες κάθε σημείο επαφής. Στο σενάριο που επιλέχθηκε ο χρήστης έχει μια θετική πρώτη εμπειρία με την υπηρεσία και έτσι τελικά αποφασίζει να συμμετάσχει πιο ενεργά αλλάζοντας τον ρόλο του σε πωλητή σε μία από τις επόμενες εκδηλώσεις.



Εικόνα 50 – Service Blueprint για τον ρόλο του επισκέπτη με ειδικό σενάριο (The Loop Project Service re-design)

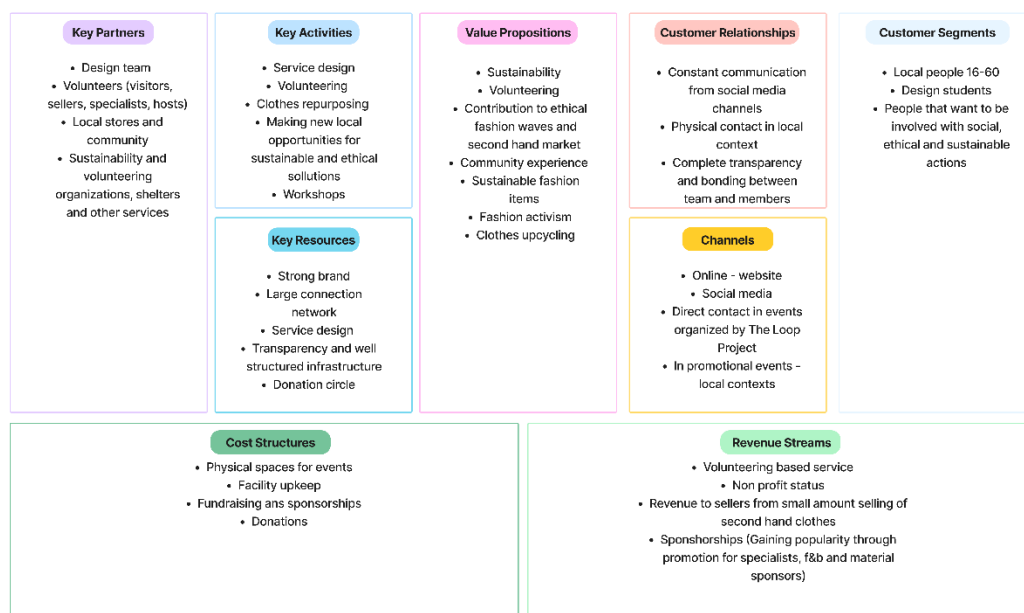
Στο δεύτερο σενάριο επιλέχθηκε ένας συχνός χρήστης με τον ρόλο του ειδικού που έπειτα από την συνεχή συμμετοχή του στις ενέργειες τις υπηρεσίας θα συνεισφέρει ενεργά και στο ετήσιο εθελοντικό έργο που αναλύσαμε στην νέα πρόταση. Το σενάριο αυτό επιλέχθηκε με σκοπό να παρουσιαστούν και οι αλληλεπιδράσεις ενός τακτικού χρήστη με την υπηρεσία καθώς και τα νέα σημεία που εισάγει η προσθήκη του ετησίου εθελοντικού έργου του The Loop Project.



Εικόνα 51 – Service Blueprint για τον ρόλο του ειδικού με ειδικό σενάριο (The Loop Project Service re-design)

Business model canvas

Το εργαλείο *Business model canvas* χρησιμοποιείται συχνά από εταιρίες και οργανισμούς με στόχο την μελέτη και παρουσίαση του επιχειρηματικού τους μοντέλου και των βασικών στρατηγικών στοιχείων των παροχών τους. Αν και η υπηρεσία μας αποτελεί μια κυρίως μη κερδοσκοπική εθελοντική οργάνωση, κρίνεται ιδιαίτερα ενδιαφέρον να παρουσιαστεί σε επιχειρηματική μορφή καθώς ως μια λειτουργική υπηρεσία, με χορηγούς και κανάλια επικοινωνίας, χαρακτηρίζεται από μια επιχειρηματική λογική και έτσι έχει σχεδιαστεί ώστε να επιβιώνει και να εξελίσσεται με το χρόνο.



Εικόνα 52 – Business model canvas για την ανανεωμένη υπηρεσία The Loop Project

Stakeholders map

Τέλος ως μια ανθρωποκεντρική υπηρεσία που έχει σχεδιαστεί μαζί και για τους χρήστες της το *The Loop Project* στηρίζεται και ανατροφοδοτείται από αυτούς. Στο εργαλείο αυτό μπορούμε να δούμε αναλυτικά και με βάση το επίπεδο εμπλοκής τους όλους τους συμμετέχοντες (άτομα και ομάδες) που απαρτίζουν την υπηρεσία μας.



Εικόνα 53 – Stakeholder map (The Loop Project Service re-design)

7. Κεφάλαιο 7 : Συμπεράσματα και Μελλοντικές Εξελίξεις

Στην διπλωματική αυτή εργασία μελετήθηκε ο ρόλος της Συνεργατικής Σχεδίασης στην Επανασχεδίαση Υπηρεσιών κοινωνικής καινοτομίας με γενικό στόχο την βελτίωση υπάρχοντων ζητημάτων και την πρόταση ανθρωποκεντρικών και καινοτόμων ιδεών που θα οδηγήσουν σε μόνιμα θετικά αποτελέσματα για την κοινωνία, το περιβάλλον και τους ανθρώπους στις οποίες τοποθετούνται οι υπηρεσίες.

Αρχικά αναλύθηκε η έννοια της Αειφορίας στην Σχεδίαση και στον χώρο της μόδας καθώς η υπό μελέτη υπηρεσία ανήκει σε αυτόν, και έπειτα ορίστηκε και διερευνήθηκε η έννοια της Κοινωνικής καινοτομίας ως πλαίσιο και ευκαιρία για πρωτοβουλίες βασισμένες στην Σχεδίαση Υπηρεσιών. Η βιβλιογραφική ανάλυση των εννοιών αυτών έδειξε πως η Αειφορία αποτελεί ένα μείζων χαρακτηριστικό που πρέπει να περιγράφει μια σύγχρονη υπηρεσία και η Σχεδίαση μπορεί να αποφέρει σημαντικές ευκαιρίες για έναν οργανισμό να πετύχει αυτούς τους στόχους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Όσο αναφορά την κοινωνική καινοτομία ως πλαίσιο για Σχεδίαση, η τοπική κλίμακα, η δύναμη της ομαδικότητας και η

κοινωνική φύση των ζητημάτων με τα οποία απασχολείται αποκαλύπτουν μια πιθανή συνεργασία με την Σχεδίαση Υπηρεσιών σκοπεύοντας στην παραγωγή λύσεων για περίπλοκα κοινωνικά προβλήματα που αφορούν την σύγχρονη κοινωνία.

Έπειτα και αφού εξετάστηκε η Σχεδίαση Υπηρεσιών ως κλάδος της Σχεδίασης, παρουσιάστηκαν νέα κύματα και πεδία όπως και νέοι ρόλοι του Σχεδιαστή. Ένα από αυτά είναι η Συνεργατική Σχεδίαση που φέρνει την Συμμετοχική Σχεδίαση ένα βήμα παρακάτω εμπλέκοντας τους πιθανούς χρήστες μιας υπηρεσίας βαθιά στην Σχεδιαστική διαδικασία και δίνοντας τους βάθρο για έκφραση και πειραματισμό. Με αυτό τον τρόπο η υπηρεσία υπό Σχεδίαση αναμένεται να έχει ακλόνητο ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα ενώ οι μέθοδοι και οι διαδικασίες της Σχεδίασης να χαρακτηρίζονται από διαδραστικότητα, δημιουργικότητα και καινοτομία.

Αφού μελετήθηκαν όλες οι έννοιες που μας απασχόλησαν στην παρούσα διπλωματική εργασία, προχωρήσαμε στην παρουσίαση της μελέτης περίπτωσης που θα χρησιμοποιούσαμε αργότερα στο πειραματικό κομμάτι της Συνεργατικής επανασχεδίασης Υπηρεσιών. Η συγκεκριμένη υπηρεσία επιλέχθηκε λόγω της τριβής του συγγραφέα ως μέλος της ιδρυτικής της ομάδας και επιπλέον ως μια υπηρεσία που ενώ οι βάσεις της και ο σκοπός της είναι ισχυρά, τα αρνητικά της στοιχεία υπερίσχυσαν οδηγώντας την σε διακοπή. Έτσι παρουσιάζεται το *The Loop Project* που είναι μια υπηρεσία με κέντρο την δημιουργία εκδηλώσεων ανταλλαγής, επαναπροσδιορισμού και ανακύκλωσης ρούχων και αξεσουάρ με κέντρο αξίες όπως η Αειφορία, η ηθική μόδα και η κοινωνική καινοτομία στην Σύρο.

Στην συνέχεια και μετά την ανάλυση της υπηρεσίας προχωρήσαμε στο πειραματικό στάδιο της εργασίας όπου σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε ένα συνεργατικό εργαστήριο με σκοπό την επανασχεδίαση της με πιθανούς χρήστες και εμπλεκόμενους. Η δομή του εργαστηρίου αποτελεί μια συλλογή και πρόταση γνωστών εργαλείων του χώρου, συνδεδεμένα με τέτοιο τρόπο ώστε σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα να καταλήξουμε σε νέες, καινοτόμες και δημιουργικές ιδέες που θα πλαισιώσουν την νέα μας πρόταση για την υπηρεσία υπό μελέτη. Το εργαστήριο αποδείχθηκε επιτυχημένο καθώς κατά την ενδελεχή του αξιολόγηση από τους συμμετέχοντες λήφθηκαν θετικά σχόλια και οι ιδέες που παράχθηκαν είναι ιδιαίτερα υποσχόμενες και πρόκειται και εμπλουτίσουν και να τροποποιήσουν την υπηρεσία με ριζικό τρόπο ώστε οι επόμενες της δράσεις να πετύχουν τους στόχους τους και να υιοθετηθεί από την κοινότητα της Σύρου αβίαστα και με επιτυχία.

Μετά το συνεργατικό εργαστήριο ακολούθησαν 3 γύροι αξιολόγησης, αυτός του ίδιου του εργαστηρίου και της δομής του από τους συμμετέχοντες, αυτός των ιδεών που παράχθηκαν στο εργαστήριο από τους συμμετέχοντες και ένας γύρος συνεντεύξεων ανοικτής δομής με ημι-ειδικούς για κριτική των ιδεών που προτάθηκαν στο εργαστήριο αλλά και εμπλουτισμό τους με καινούργιες πτυχές και παραμέτρους.

Αφού ολοκληρώθηκαν όλα τα παραπάνω στάδια συντάχθηκε η τελική νέα πρόταση για την υπηρεσία *The Loop Project* η οποία απαρτίζεται από έξι βασικές αλλαγές που επηρεάζουν την εσωτερική της δομή, τις ενέργειες της και την ισχυροποίηση των στόχων και των αξιών της. Σκοπός αυτών των αλλαγών είναι να ενισχύσουν την υπηρεσία βάζοντας στο επίκεντρο τον χρήστη και προωθώντας την Αειφορία και την ηθική μόδα σε ένα τοπικό πλαίσιο συνεργασίας και εθελοντικού πνεύματος.

Ανατρέχοντας στους στόχους που τέθηκαν στην αρχή της διπλωματικής αυτής εργασίας η μελέτη και διερεύνηση των σχετικών εννοιών, η επιλογή του *The Loop Project* ως μελέτη περίπτωσης και η διοργάνωση και διεξαγωγή του συνεργατικού εργαστηρίου λειτούργησαν συνολικά και ολιστικά στην παραγωγή της τελικής πρότασης της υπηρεσίας η νέα της μορφή αναμένεται να είναι καινοτόμα, ανθρωποκεντρική και αειφόρα.

Το μεθοδολογικό μοντέλο που συντάχθηκε αποτελεί επίσης πρόταση για υιοθέτηση από Σχεδιαστές για την επανασχεδίαση υπηρεσιών ιδιαίτερα εάν αναζητούν μια προσέγγιση βασισμένη στις ανάγκες των χρηστών καθώς και πηγή έμπνευσης για νέες ιδέες. Προφανώς το μοντέλο που ακολουθήθηκε σε αυτή την εργασία συντάχθηκε με τρόπο που να ικανοποιεί τις ανάγκες και τους περιορισμούς του συγκεκριμένου project οπότε θα λέγαμε πως αποτελεί χρήσιμο παράδειγμα για τις δυνατότητες της Συνεργατικής σχεδίασης. Μελλοντικά θα μπορούσε να δοκιμαστεί σε παραπάνω από ένα πειράματα και να τεθεί σε επιπλέον αξιολόγηση έτσι ώστε να μπορέσει να πάρει μια πιο γενική και ολιστική μορφή και να δοθεί σαν συγκεκριμένη μεθοδολογία για κάθε πιθανή επανασχεδίαση υπηρεσιών.

Ένα ακόμη στοιχείο που κρίνεται ύψιστης σημασίας και αποτελεί το επόμενο βήμα για την συγκεκριμένη υπηρεσία είναι η πρωτοτυποποίηση της νέας της μορφή σε πλαίσια εκδήλωσης με σκοπό την παραπάνω αξιολόγηση της νέας πρότασης και την παρατήρηση των αλλαγών από την παλιά της μορφή. Λόγο περιορισμού χρόνου αυτό το βήμα τίθεται δυστυχώς στα επόμενα στάδια αν και τα αποτελέσματα του αναμένονται με ανυπομονησία και το απευθυνόμενο κοινό της υπηρεσίας έχει ήδη

εκδηλώσει ενδιαφέρον ενεργής συμμετοχής στο ανανεωμένο *The Loop Project*.

Τέλος κρίνεται πολύ σημαντική η σταδιακή μελέτη της νέας υπηρεσίας με το πέρασμα του χρόνου καθώς οι βασικές τις αξίες όπως η συμβολή στην ηθική μόδα, η προσθήκη μιας πρωτοβουλίας κοινωνικής καινοτομίας στο τοπικό πλαίσιο της Σύρου, η Αειφορία και ο εθελοντισμός είναι στοιχεία που δεν μπορούν να επιτευχθούν μέσα σε λίγες μέρες αλλά απαιτούν συνεχή προσπάθεια και συνεργασία των μελών της υπηρεσίας. Η συλλογικότητα είναι μια λέξη κλειδί σε όλη την διάρκεια της παρούσας διπλωματικής εργασίας και αποτελεί κανόνα για σπουδαία κοινωνική, περιβαλλοντική και συστημική ανάπτυξη της κοινότητας στην οποία απευθύνεται.

8. Αναφορές

Βιβλιογραφία

Anheier, H. K., Krlev, G., & Mildenerger, G. (2019). *Social innovation - Comparative perspectives*. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315158020>

Arowoshegbe, A. O., Emmanuel, U., & Gina, A. (2016). *Sustainability and triple bottom line: An overview of two interrelated concepts*. *Igbinedion University Journal of Accounting*, 2(16), 88-126.

Boylston, S. (2019). *Designing with society: a capabilities approach to design, systems thinking and social innovation*. Routledge.

Breds, D. (2002). *Guidelines: a handbook on the environment for the textile and fashion industry*. Sustainable Solution Design Association.

Bridgens B, Powell M, Farmer G, Walsh CL, Reed E, Royapoor M, Gosling P, Hall J, Heidrich O. *Creative upcycling: reconnecting people, materials and place through making*. *Journal of Cleaner Production* 2018, 189, 145-154.

Buchenau, M., & Suri, J. F. (2000). "Experience Prototyping." In *Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques* (pp. 424-433). ACM

Carvalho, L., & Yeoman, P. (2017). *A toolkit for action: Translating theory into practice*. In *Proceedings of the 25th International Conference on Computers in Education (New Zealand, Asia-Pacific Society for Computers in Education)*.

Council, D. (2015). *Design methods for developing services*. Keeping Connected Business Challenge competition material.

Cramer, J. (2011). *Made to keep: Product longevity through participatory design in fashion*. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/292352095>

Cruickshank, L., Coupe, G., & Hennessy, D. (2013). *Co-Design: fundamental issues and guidelines for designers: Beyond the Castle Case Study*. *Swedish Design Research Journal*, 10, 48-57.

Cumbula, S & Sabiescu, A & Cantoni, L. (2013). *Co-design with communities. A reflection on the literature*. Doi: [10.13140/RG.2.1.2309.9365](https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2309.9365).

Darras, B. (2019). *Creativity and Creative Communities*. *The International Encyclopedia of Art and Design Education*, 1-12.

Donetto, S., Pierri, P., Tsiannakas, V., & Robert, G. (2015). Experience-based co-design and healthcare improvement: realizing participatory design in the public sector. *The Design Journal*, 18(2), 227-248.

Elizabeth B.-N. Sanders & Pieter Jan Stappers (2014) Probes, toolkits and prototypes: three approaches to making in codesigning, *CoDesign*, 10:1, 5-14, doi: [10.1080/15710882.2014.888183](https://doi.org/10.1080/15710882.2014.888183)

Fassi, D & Meroni, A & Simeone, G. (2013). *Design for Social Innovation as a form of Design Activism: An action format.*

Fiore, F. D. (2007). Communities Versus Networks: The Implications on Innovation and Social Change. *American Behavioral Scientist*, 50(7), 857-866. <https://doi.org/10.1177/0002764206298311>

Fletcher, K., & Grose, L. (2012). *Fashion & sustainability: Design for change.* Hachette UK.

Fletcher, K. (2013). *Sustainable fashion and textiles: design journeys.* Routledge.

Fuad-Luke, A. G. R., Hirscher, A., & Moebus, K. (2015). Agents of alternatives: Re-designing our realities. *Agents of Alternatives.*

Fuad-Luke, A. (2013). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world.* Routledge.

Gaver, W & Dunne, A & Pacenti, E. (1999). *Design: Cultural Probes.* *Interactions*. 6. 21-29. Doi: [10.1145/291224.291235](https://doi.org/10.1145/291224.291235)

Gwilt, A., & Rissanen, T. (2012). *Shaping sustainable fashion: Changing the way we make and use clothes.* Routledge.

Herrmann, S. (2017). *A new textiles economy: redesigning fashion's future.* Circular Fibres Initiative.

Howell, K. E. (2012). *An introduction to the philosophy of methodology.* Sage. Doi: <https://dx.doi.org/10.4135/9781473957633>

Jégou, F., & Manzini, E. (2008). *Collaborative services. Social innovation and design for sustainability (Vol. 1).* Polidesign.

Jönsson, L., & Lensskjold, T. U. (2015). *Stakes at the edge of participation: where words and things are the entirely serious title of a problem.*

Kimbell, L., & Julier, J. (2012). *The social design methods menu.* perpetual beta.

- Kvarnäck, K. (2017). *Mentality of a Throw-Away Society: A study on sustainable consumption and the millennial perception of post-retail initiatives.*
- Leavy, P. (Ed.). (2014). *The Oxford handbook of qualitative research.* Oxford University Press, USA.
- Light, A., & Akama, Y. (2018). *The nature of 'obligation 'in doing design with communities: Participation, politics and care.*
- Mager, B., & Sung, T. J. (2011). *Special issue editorial: Designing for services. International Journal of Design, 5(2), 1-3*
- Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation.* MIT press. Doi: <https://doi.org/10.7551/mitpress/9873.001.0001>
- Mazzarella, F. (2018). *Crafting situated services: meaningful design for social innovation with textile artisan communities (Doctoral dissertation, Loughborough University).*
- Mazzarella, F., May, A., & Mitchell, V. (2021). *A methodological framework for crafting situated services. Journal of Service Management.*
- McDonough, W., & Braungart, M. (2010). *Cradle to cradle: Remaking the way we make things.* North point press.
- Niinimäki, K. (2017). *Sustainable Fashion in a Circular Economy.*
- Payne, A. (2018). *Teaching sustainable fashion through ethics and encounters. Journal of the Home Economics Institute of Australia, 25(1), pp. 2-9*
- Polaine, A., Løvlie, L., & Reason, B. (2013). *Service design: From insight to implementation.* Rosenfeld media.
- Retegi, A., & Predan, B. (2019). *The CO-CREATE Handbook for creative professionals. Co-create. Retrieved from: <http://www.cocreate.training/>*
- Sanders, A., & Seager, K. (2009). *Junky styling: Wardrobe surgery.* A&C Black.
- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2012). *Convivial toolbox: Generative research for the front end of design.* Bis.
- Schiavone, F., Leone, D., Sorrentino, A., & Scaletti, A. (2020). *Re-designing the service experience in the value co-creation process: an exploratory study of a healthcare network. Retrieved from: <https://www.emerald.com/insight/1463-7154.htm>*

Shedroff, N. (2009). *Design is the Problem: The Future of Design Must be Sustainable*. Retrieved from: [Design Is The Problem: The Future of Design Must Be Sustainable - Nathan Shedroff - Βιβλία Google](#)

Steen, M., Manschot, M., & De Koning, N. (2011). Benefits of co-design in service design projects. *International Journal of Design*, 5(2), 53-60.

Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: applying service design thinking in the real world*.

The Young Foundation (2012) *Social Innovation Overview: A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*, European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research

Vink, J., Wetter-Edman, K., Edvardsson, B., & Tronvoll, B. (2016, May). *Understanding the influence of the co-design process on well-being*. In *Service design geographies*. Linköping University Electronic Press.

Westerlund, B. (2009). *Design Space Exploration: co-operative creation of proposals for desired interactions with future artefacts (Doctoral dissertation)*.

Westerlund, B., & Wetter-Edman, K. (2017). Dealing with wicked problems, in messy contexts, through prototyping. *The Design Journal*, 20(sup1), S886-S899.

Wetter-Edman, K. (2014). *Design for Service: A framework for articulating designers' contribution as interpreter of users' experience*. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/269078496>

Toolkits

<https://toolbox.hyperisland.com/>

<https://servicedesigntools.org/>

<https://designsprintkit.withgoogle.com/>

[Empowering Communities with Collective Action Toolkit | frog, part of Capgemini Invent](#)

[Development Impact and You \(diytoolkit.org\)](#)

Thesis

<http://hdl.handle.net/11610/21781>

Μαυρουδή Δήμητρα (2020), Δημιουργία μεθοδολογικού μοντέλου για την δημιουργία χώρων κατανάλωσης όπου η αίσθηση της οσμής θα έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα στην εμπειρία των καταναλωτών.

<http://hdl.handle.net/11610/21675>

Άντζελ Σοφία (2019), Ο ρόλος του σχεδιαστή στην σύγχρονη βιομηχανία της μόδας: μελέτη και ανάπτυξη υπηρεσίας μεταποίησης ρούχων που να ενσωματώνει τις αρχές της Αειφορίας.

Αβραμίδου Αγγελική (2020), Σχεδίαση κοινοτικής υπηρεσίας με σκοπό την κυκλικότητα (ανταλλαγή, επαναχρησιμοποίηση) ειδών ένδυσης, αξεσουάρ και μικροαντικειμένων.

Πηγές εικόνων

Εικόνα 1 – Our planet is dying, Δημιουργικό κολλάζ

Unknown. (2021). UN says national climate targets 'fall far short' [Photograph]. DW. <https://www.dw.com/en/emissions-gap-report-unep-climate-change-ndcs/a-59628267>

Unknown. (2021). Climate change: The IPCC environmental warning India cannot ignore [Photograph]. Getty Images. [Climate change: The IPCC environmental warning India cannot ignore - BBC News](#)

Chase, D. (2021). Wild-Life Images [Photograph]. Moment --Getty Images Plus. Retrieved from : <https://www.nytimes.com/2019/09/19/>

SURACHET1. (2020). The 2000–2018 drought that stretched across southwestern North America. [Photograph]. Getty Images. Retrieved from: <https://www.sciencenews.org>

Unknown. (2019). The Winnipeg Climate Strike, inspired by Greta Thunberg. [Photograph]. Retrieved from: <https://news.umanitoba.ca>

Εικόνα 3 – Fast fashion madness, Δημιουργικό κολλάζ για το χώρο της μόδας

Ziga, P. (2021). More than half of fashion is incinerated or landlilled within a year. [Photograph]. iStock. Retrieved from: <https://www.businessgreen.com>

Zabed, H, C. (2020). Garment workers were deemed essential employees during Bangladesh's lockdown and some resumed work in Dhaka last month. [Photograph]. Getty Images. Retrieved from: <https://www.npr.org>

Unknown. (2021). Rising for 1st time in 2 decades, child labor hits 160M. [Photograph]. Retrieved from: <https://www.aa.com.tr>

Unknown. (2017). People go crazy at a mall for sales. [Photograph]. Capitol Hill Blue. Retrieved from: <https://thebite.org>

Διάφορα links

[Service Design 101 \(nngroup.com\)](#)

[Workshop Facilitation 101 \(nngroup.com\)](#)

[Service Blueprints \(nngroup.com\)](#)

[How might we questions. \(nngroup.com\)](#)

<https://www.ideo.com/>

[Η τεχνική της ανάλυσης SWOT - Youthnest](#)

<https://www.experimenta.es/en/in-depth/collaborative-services-social-innovation-and-design-sustainability-3715/>

<https://www.service-design-network.org/chapters/greece>

<https://www.youtube.com/watch?v=BeEUemtdoJQ&t=55s>

<https://greenliving.gr/2019/07/07/fast-fashion/>

<https://www.thenationalnews.com/world/2022/04/21/earth-day-2022-what-are-the-biggest-threats-to-our-planet/>

<https://www.livescience.com/ghastly-future-global-crises.html>

Παράρτημα ερωτηματολογίου εργαστηρίου

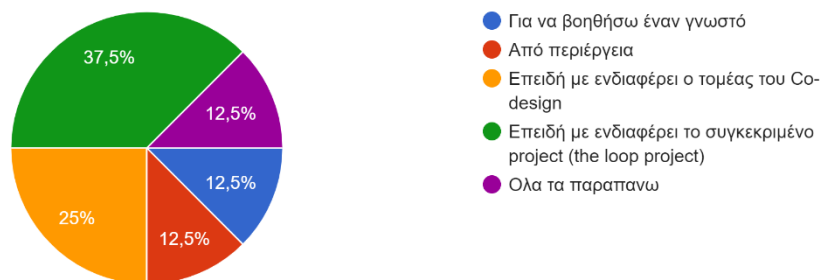
Ερωτήσεις:

- 1-Γιατί συμμετείχατε στο workshop;
- 2-Πως σου φάνηκε το κλίμα της εκδήλωσης;
- 3-Τι εντύπωση σου έδωσε ο διοργανωτής;
- 4-Πως σου φάνηκαν οι δραστηριότητες του workshop;
- 5-Πιο σημείο της διαδικασίας σου άρεσε περισσότερο;
- 6-Ήταν αρκετά τα διαλείμματα και η ώρα γνωριμίας;
- 7-Σε πιο σημείο της διαδικασίας ένιωσες εξάντληση;
- 8-Θα συμμετείχες ξανά σε παρόμοια δράση;
- 9-Θα διοργάνωνες παρόμοιο workshop για ένα δικό σου project;
- 10-Ποιο ήταν το αγαπημένο σου κομμάτι της διαδικασίας;
- 11-Τι θα έκανες διαφορετικό στη θέση του διοργανωτή;

Αποτελέσματα:

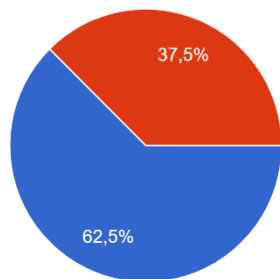
1-

Γιατί συμμετείχατε στο workshop;
8 απαντήσεις



2-

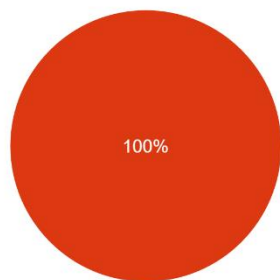
Πως σου φάνηκε το κλίμα της εκδήλωσης;
8 απαντήσεις



- Φιλικό
- Διασκεδαστικό
- Άβολο

3-

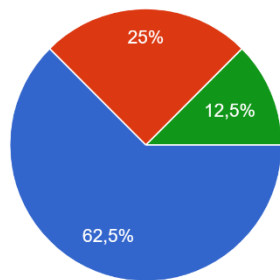
Τι εντύπωση σου έδωσε ο διοργανωτής;
8 απαντήσεις



- Ουδέτερη - κρατούσε τα προσχήματα
- Φιλική
- Ηγετική

4-

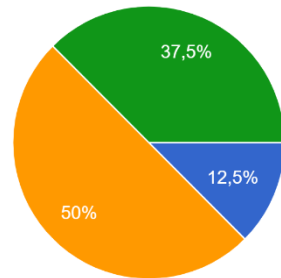
Πως σου φάνηκαν οι δραστηριότητες του workshop;
8 απαντήσεις



- Δημιουργικές
- Ευχάριστες
- Κουραστικές
- Ενδιαφέρουσες

5-

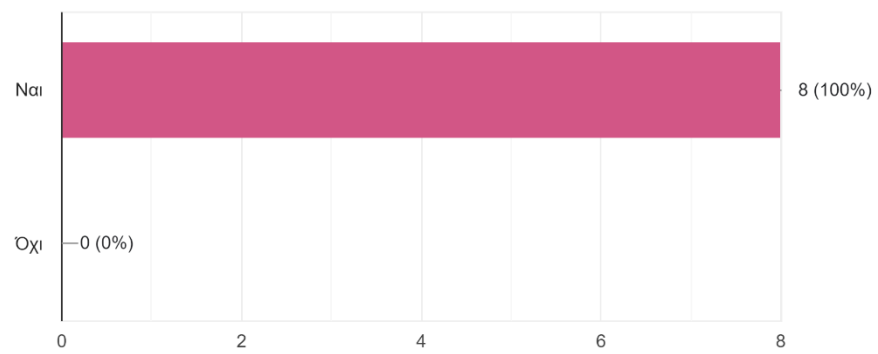
Πιο σημείο της διαδικασίας σου άρεσε περισσότερο;
8 απαντήσεις



- Η εισαγωγή και το αρχικό παιχνίδι
- Η κατανόηση του χρήστη
- Η εύρεση και η συζήτηση των προβλημάτων για επανασχεδίαση
- Ο ιδεασμός νέων λύσεων

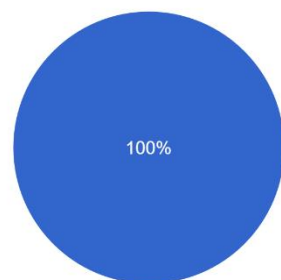
6-

Ήταν αρκετά τα διαλείμματα και η ώρα γνωριμίας;
8 απαντήσεις



7-

Σε πιο σημείο της διαδικασίας ένιωσες εξάντληση;
8 απαντήσεις

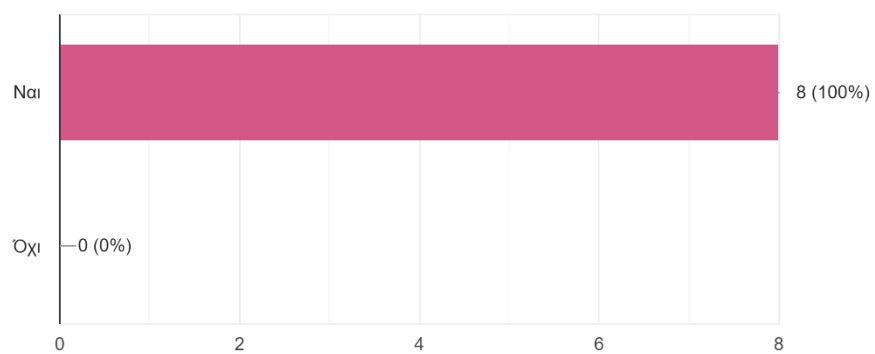


- Μόνο στο τέλος
- Στη μέση
- Από την αρχή

8-

Θα συμμετείχες ξανά σε παρόμοια δράση;

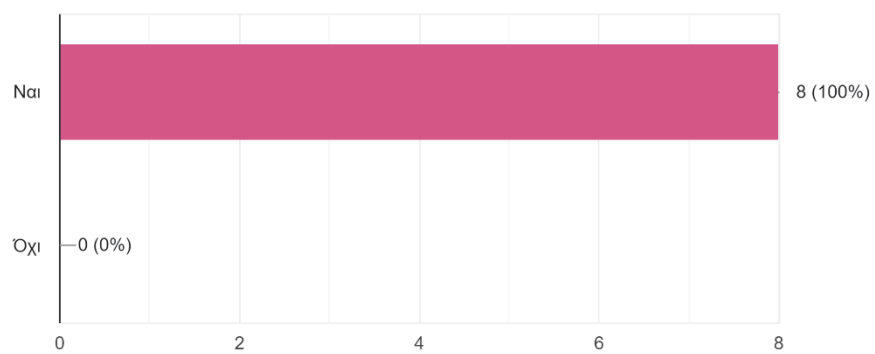
8 απαντήσεις



9-

Θα διοργάνωνες παρόμοιο workshop για ένα δικό σου project?

8 απαντήσεις



10-

Ποιο ήταν το αγαπημένο σου κομμάτι της διαδικασίας;

7 απαντήσεις

Όταν εγραφε ο καθενας τη δικη του προταση και στο τελος τοποθετουσαμε τις καρδουλες σε οσες προτασεις μας αρεσαν.

Η επιλογή των λυσεων

Η διαδικασία με τα post-it

η συμμετοχή στη διαδικασία σχεδιασμού από μια υπηρεσία που με ενδιαφέρει σαν χρήστη

Οι απαντησεις που δινανε με τα post it προς το τελος

Το empathy map.

η εύρεση προβλημάτων και ο ιδεασμός για την εύρεση λύσεων

11-

Τι θα έκανες διαφορετικό στη θέση του διοργανωτή;

8 απαντήσεις

Θα εθετα ακριβως την τελικη προταση του προτζεκτ (τι θα κατασκευαζοταν απο το loop) ωστε ο hoost, ο seller κλπ να ηξεραν για ποιο λογο και σκοπο αξιζει να παρευρεθουν σε ενα τετοιο event και τι το διαφοροποιει απο οποιοδηποτε αλλο αντίστοιχο φιλανθρωπικο event.

Δεν ξέρω , ήταν αρκετά οργανωμενο

Δεν θα άλλαζα κάτι

Τίποτα

δεν θα άλλαζα κάτι

Δεν θα εκανα κατι διαφορετικο. Η ολη διαδικασια ηταν πολυ ευχαριστη

ολα ήταν πολύ καλά σχεδιασμένα απο την αρχή μέχρι και το τέλος.

ίσως να έκανα το ίδιο workshop με τελείως άγνωστα πρόσωπα, (τελείως διαφορετικός τρόπος σκέψης) χωρίς να σημαίνει ότι κι έτσι δεν λειτούργησε.