



建築設計與圖書館建築

吳可久博士



大綱

1. 專業分工、建築設計之功用
2. 創造「好」的圖書館建築 - 創意特色之提出
3. 做好業主、建築師與圖書館員之立場 - 創意人與管理人間的激盪
4. 設計思考. 共創所需面對之課題





公共圖書館空間之改善

標 題：教育部98~99年公共圖書館閱讀環境與設備升級實施計畫
評核結果揭曉

公 告 時 間：2011.4.25

教育部公共圖書館閱讀環境與設備升級實施計畫係屬4年計畫(98-101年)，本次評核(100年1-2月)是針對98-99年執行環讀環境改善圖書館辦理評核！

教育部亦於100年4月22日辦理頒獎表揚！

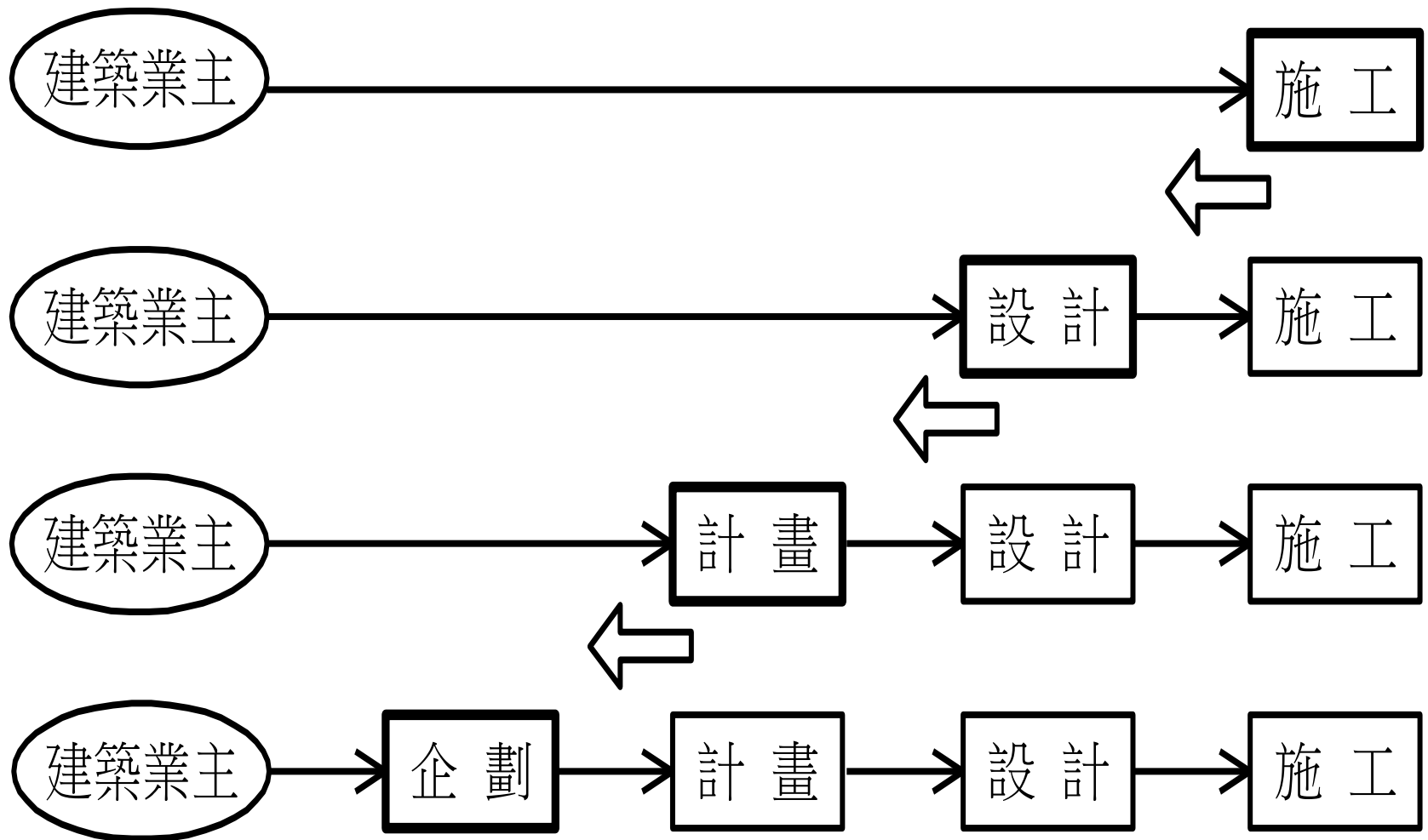
圖書館員看到此訊息 可能會問自己

要不要申請？

如何申請？

從另一個行政角度來看。

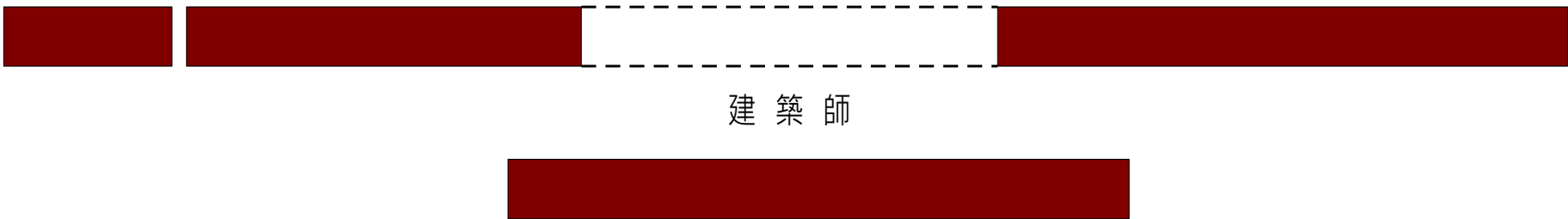
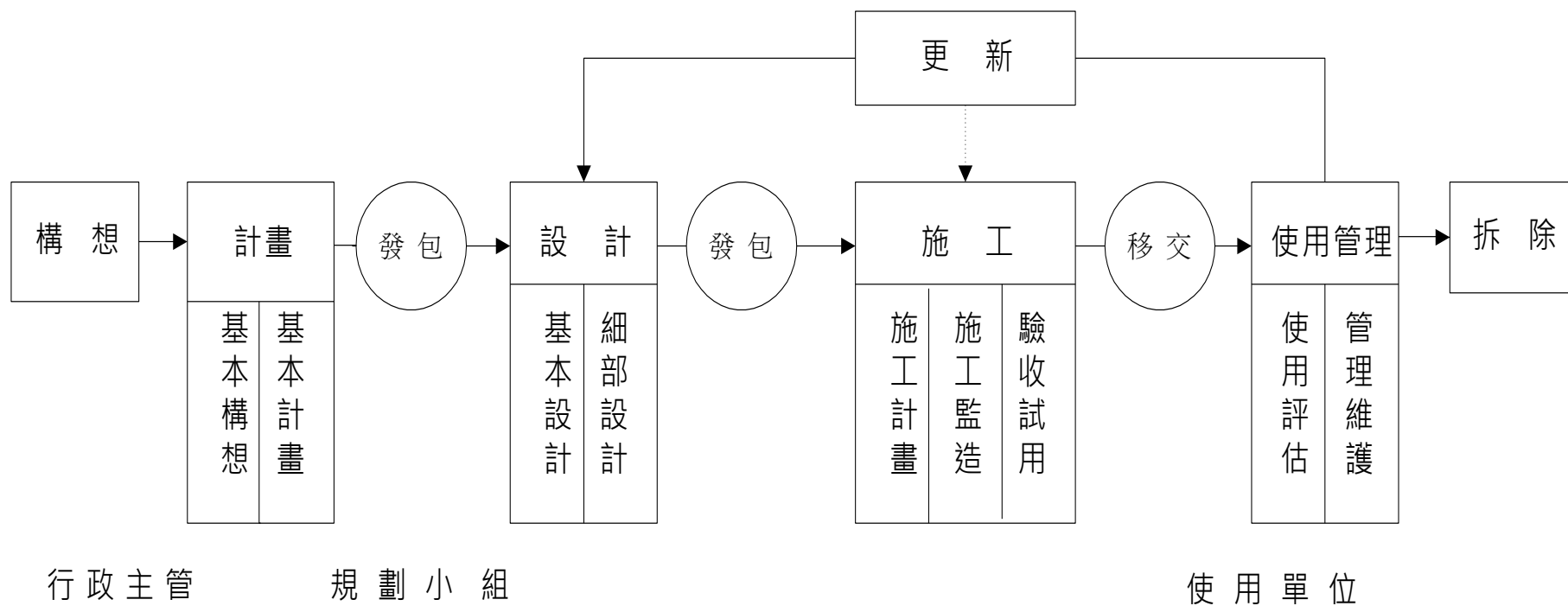
教育部108年至111年辦理公共建設「建構合作共享的公共圖書館系統中長程個案計畫」，其子計畫「建立縣市圖書館中心」為補助地方政府興建中心圖書館。108年將補助縣市：花蓮縣、新竹縣、新竹市、宜蘭縣、屏東縣、臺東縣及金門縣。依據行政院公共工程委員會「政府公共工程計畫與經費審議作業要點」辦理，將成立基本設計審查小組，協助審查各縣市所送基本設計規劃。



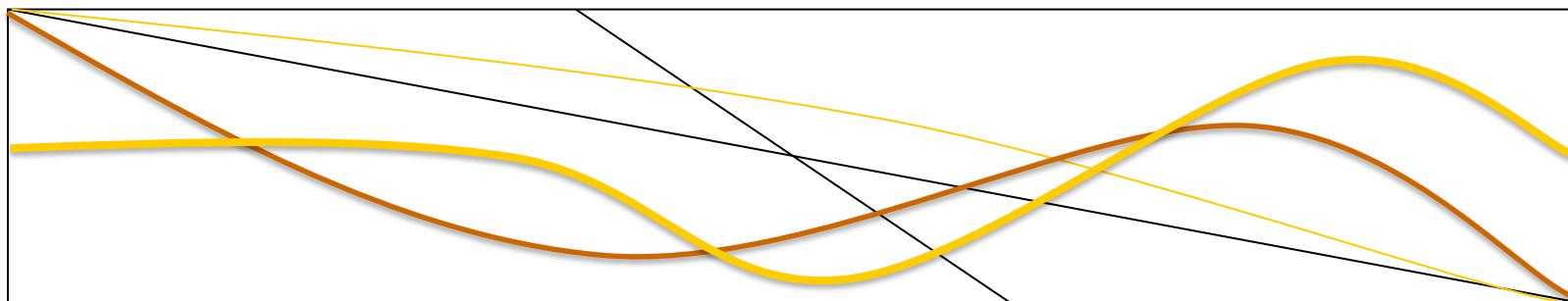
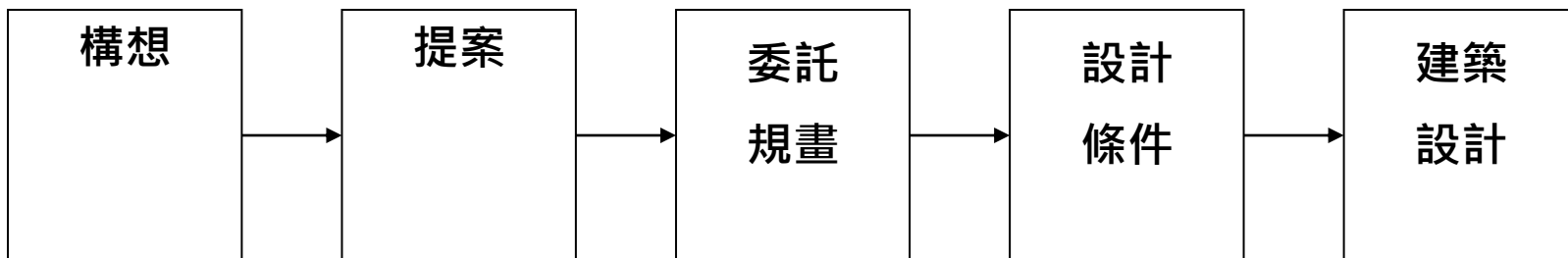
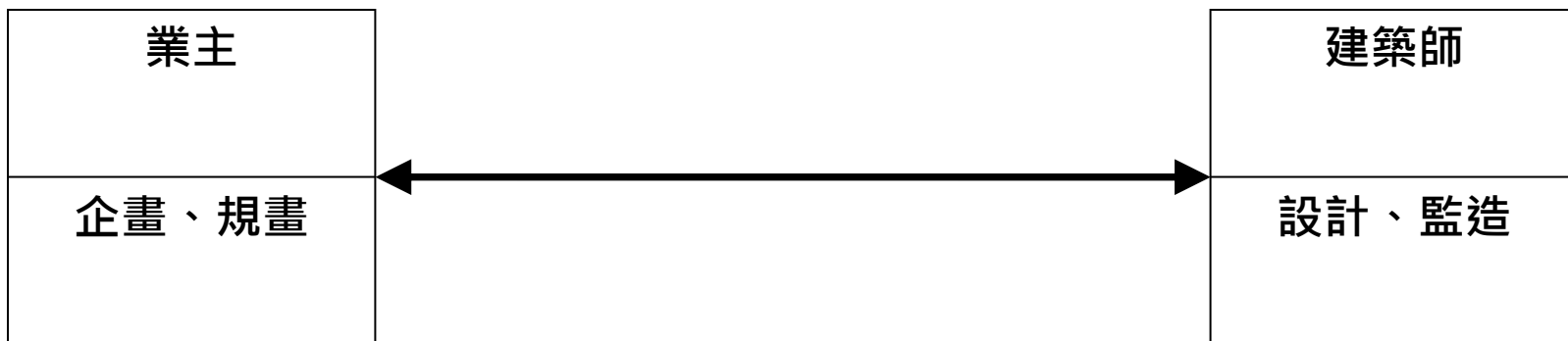
建築發展啟動機制之變遷



建築生命週期的專業分工與銜續



建築行為從構想、企劃迄使用、拆除之流程



決策程度與所負責任之整體百分比



業主的責任與能力

- 資源的掌握與供給
 - 錢、工期、土地
- 選合作的對象
 - 建築師、營造廠
- 法定行為之代表
 - 作為與不作為





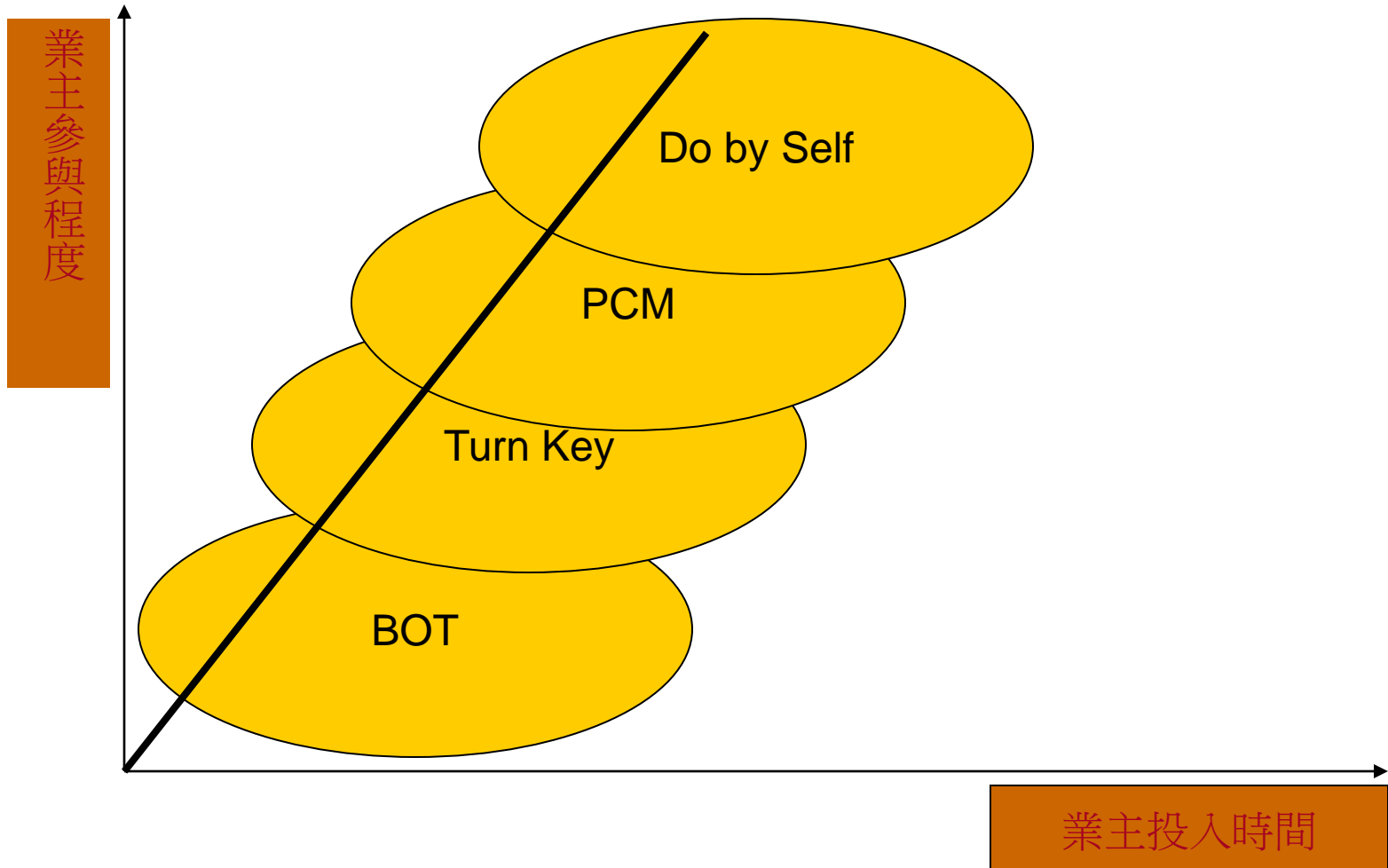
選賢與能後的問題

- 業主能力不足
 - 專業營建管理不是萬能藥
- 代理人之問題
 - 業主與專業營建管理的衝突
- 專業之間的衝突
 - 建築師與專業營建管理的衝突



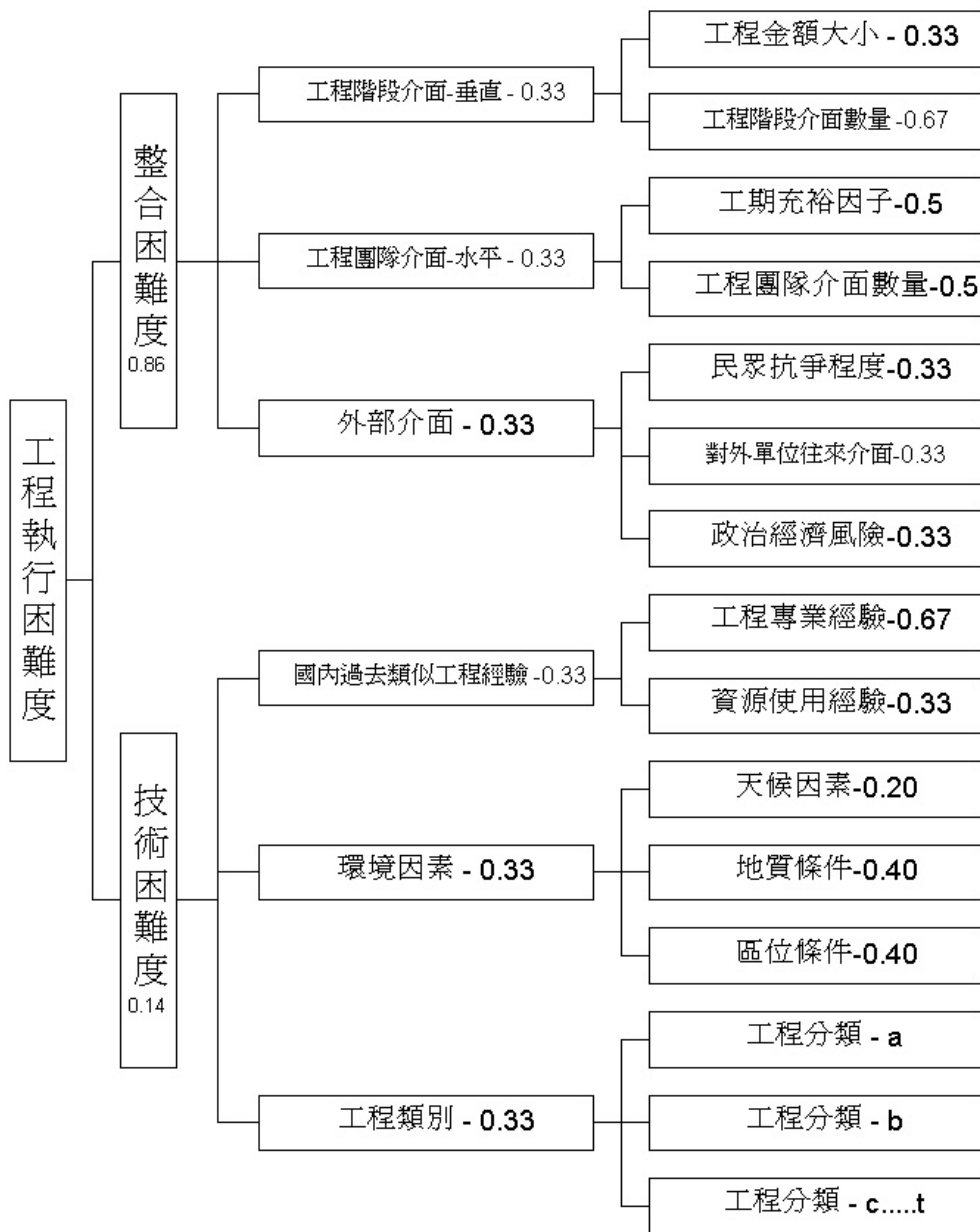


各項工程管理之業主參與程度

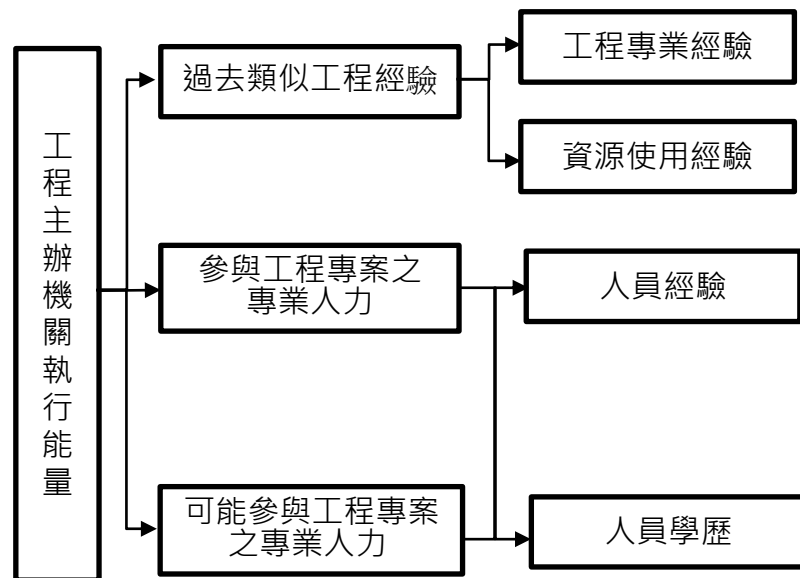




工程執行困難程度



主管機關執行工程之能力





表二 專案管理之廣義與狹義諮詢顧問及技術服務之概念

(A) 全程專案管理	(B) 工程專案管理	(C) 工程施工管理	經營規劃	擬定業主需求 業主預算之初估 規劃構想與營建效益之分析 招標承商條件之擬定	狹義之管理	廣義之管理
			規劃設計	建築師與專業技師之選定 建築基本設計、建築細部設計(草案) 工程發包文件之製作 工程估價與預算之審核 投標與議價作業事項		
	施工監造		成本控制 (資源管理、財務計畫等) 進度控制 (進度督導、時間成本之調整等) 品質控制 (材料實驗等)			
	使用管理		工程竣工與驗收 建築設施移交 營運人員訓練 維護管理			

資料來源：陸雄建築師事務所



教育部98~99年公共圖書館閱讀環境與設備升級實施計畫評核

地區	得獎名單	改善前	改善後
北區	第一名：新北市淡水區圖書館		
	第二名：基隆市安樂區圖書館		
	第三名：新竹縣關西鎮立圖書館		
	第四名：桃園縣八德市立圖書館		

中區	第一名：臺中市霧峰區以文圖書館		
	第二名：南投縣草屯鎮立圖書館		
	第三名：彰化縣秀水鄉立圖書館		

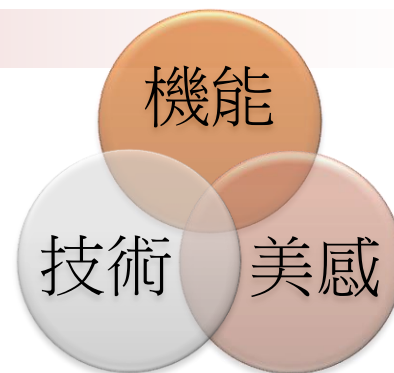


教育部98~99年公共圖書館閱讀環境與設備升級實施計畫評核

南區	第一名：高雄市立圖書館陽明分館			東區	第一名：屏東縣恆春鎮圖書館		
	第二名：臺南市關廟區圖書館				第二名：宜蘭縣三星鄉圖書館		
	第三名：澎湖縣政府文化局澎湖南圖書分館				第三名：臺東縣成功鎮圖書館		
	第四名：嘉義縣鹿草鄉立圖書館				第四名：宜蘭縣五結鄉圖書館		



初步審視後之課題



- 館員服務輔助與便利
- 經費限制與館功能發揮
- 館員努力與軟體經營
- 圖書館功能定位



- 讀者使用方便與美觀
- 城鄉差距與土地利用
- 地方特色與複合功能競合
- 表現重點與成果展示



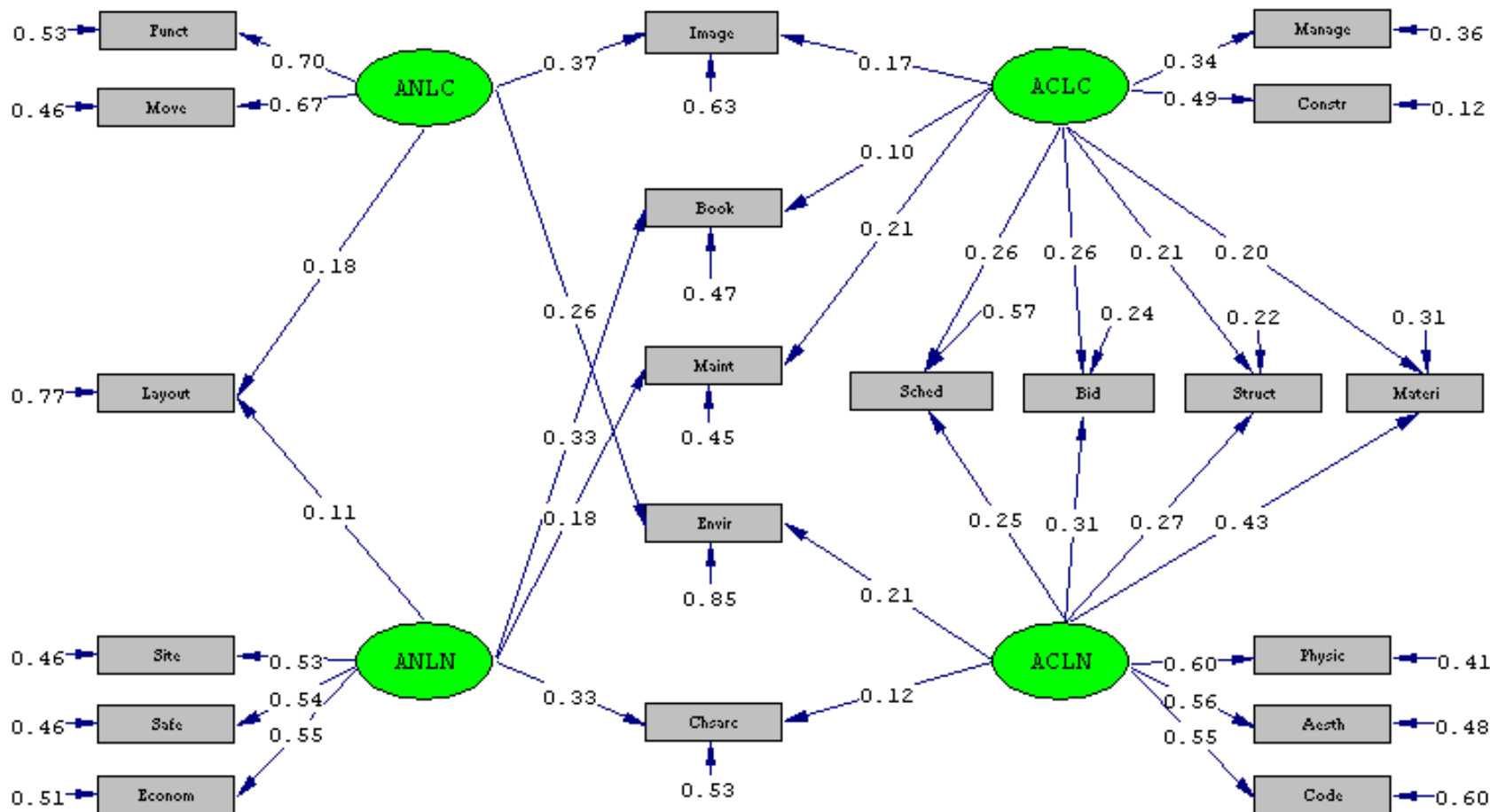
- 數位技術與管理整合
- 整體經費配比與工程施作
- 其他預算經費配整
- 附帶設施改善想法
- 設計施作水準



潛在變項	問卷題目	觀察變項
ACLC	圖書館營運管理規劃應由圖書館員負責	Manage
ACLC	營建技術與施工限制應由建築師負責	Constr
ACLC	營建工期與時程規劃應由建築師負責	Sched
ACLC	整理館藏量及建築規模大小應由圖書館員負責	Book
ACLC	建築材料規劃與費用應由建築師負責	Materi
ACLC	圖書館維護清潔計畫應由圖書館員負責	Maint
ACLN	空間美感與品質水準應由建築師負責	Aesth
ACLN	建築結構模矩應由建築師負責	Struct
ACLN	空調照明環境控制應由建築師負責	Physic
ACLN	徵選建築師策略應由圖書館員負責	Chsarc
ACLN	圖書館建築法規應用檢討應由建築師負責	Code
ACLN	營建分包策略及前後包商協調應由建築師負責	Bid
ANLC	圖書館與周圍環境配合議題應由建築師負責	Envir
ANLC	建築意像與造型應由建築師負責	Image
ANLC	建築機能使用分區平面配置應由建築師負責	Funct
ANLC	建築物內部動線安排應由建築師負責	Move
ANLN	興建圖書館所達成之經濟效益與預算應由圖書館員負責	Econom
ANLN	圖書館保全及管制議題應由圖書館員負責	Safe
ANLN	圖書館選址應由圖書館員負責	Site
ANLN	內部空間家俱配置應由圖書館員負責	Layout



圖書館與建築兩專業對建築規劃主題關注面向



Chi-Square=287.47, df=154, P-value=0.00000, RMSEA=0.049

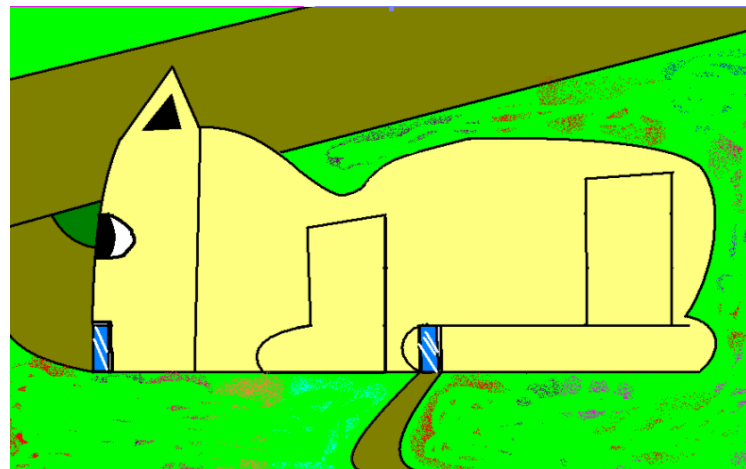


創意人與管理人間的激盪



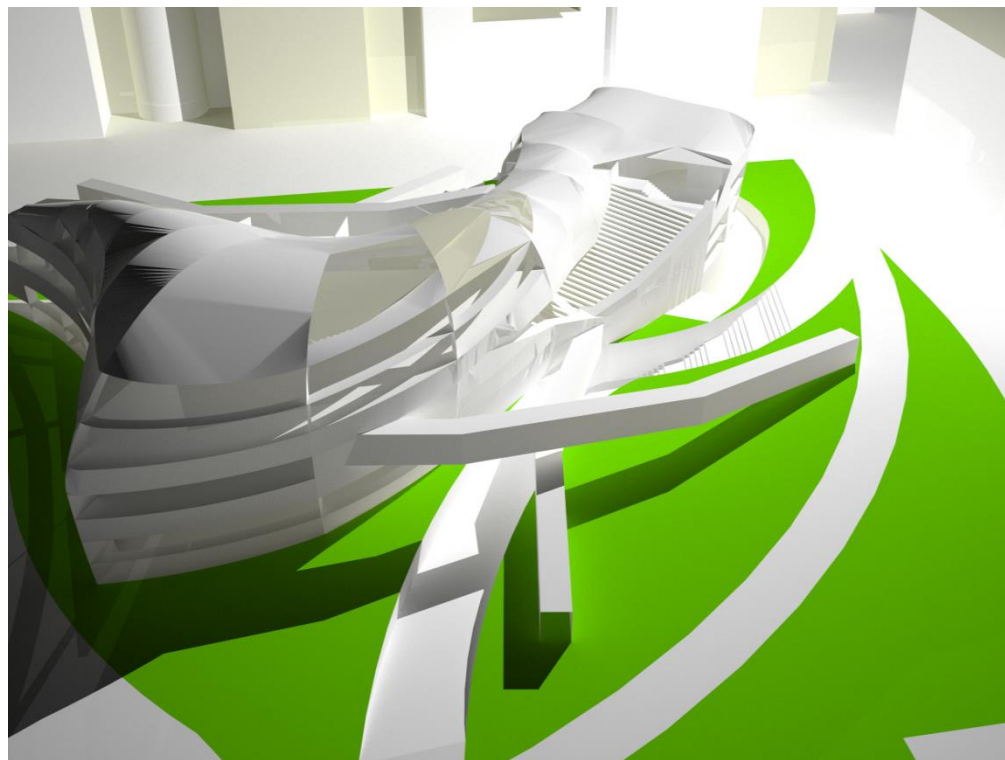
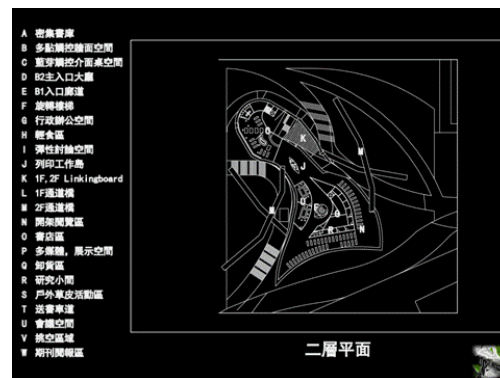
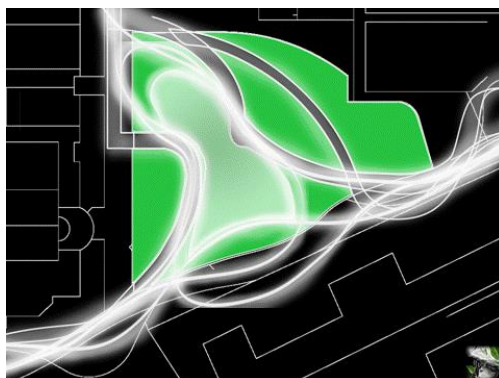
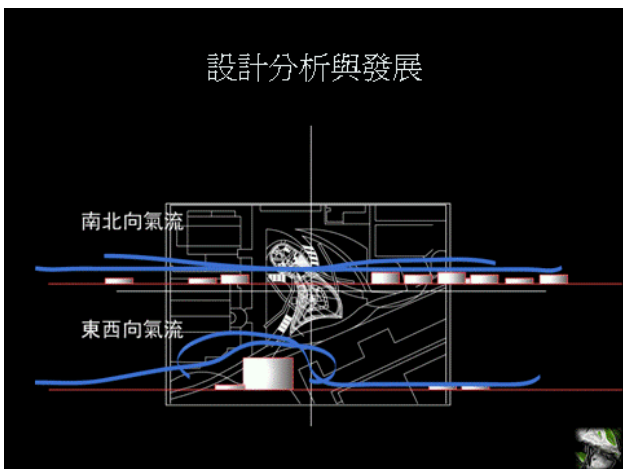
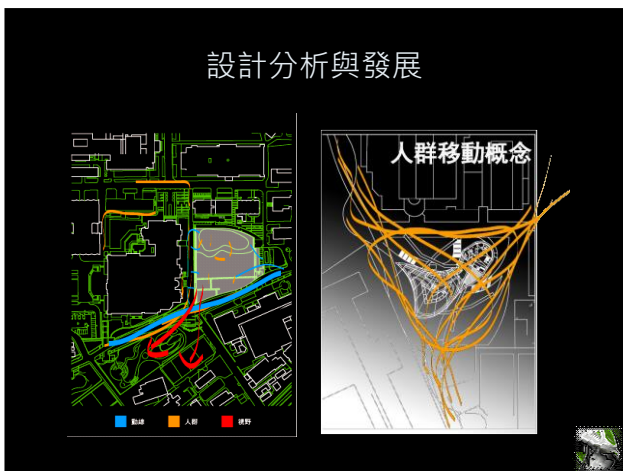
貓言貓語休閒圖書館

- B95106001 圖資二 鄭逸寧
- B95106007 圖資二 蒲碩瑩
- B95106014 圖資二 黃怡凡
- B95106045 圖資二 司昀璟
- B93701249 工管四 李羽信



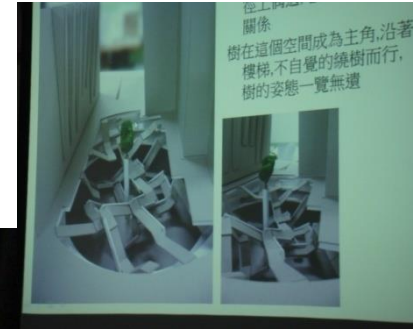
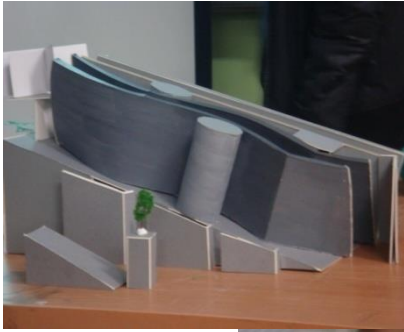


流動之空間-台大圖書館增建-施立元作品





一年級 基本設計 細部DETAIL



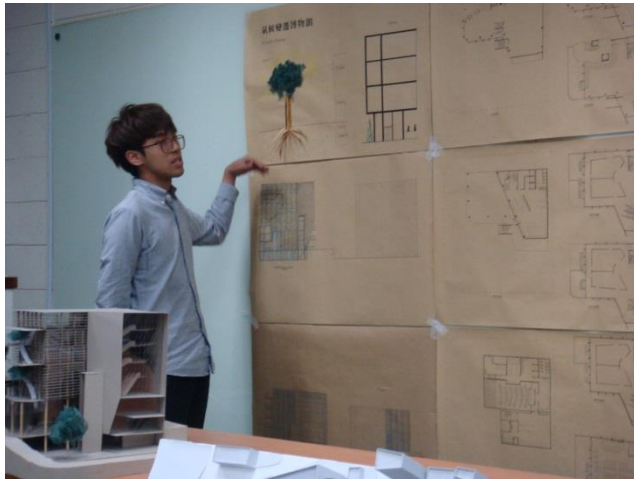


一年級 基本設計 人為的萬物尺度





面對不一樣之對手與對自己負責的方式

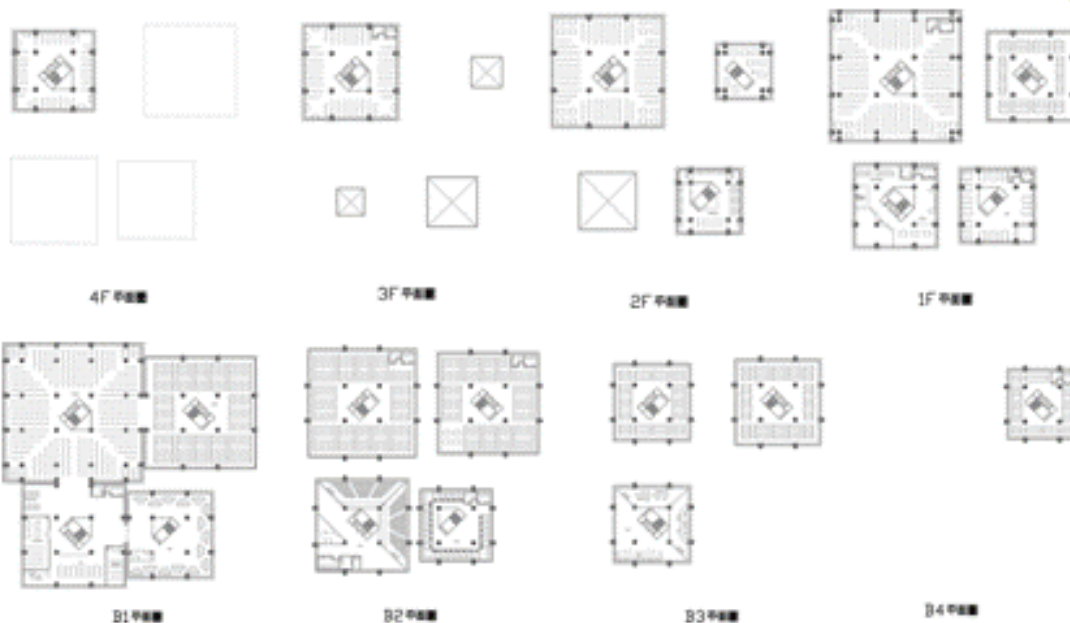
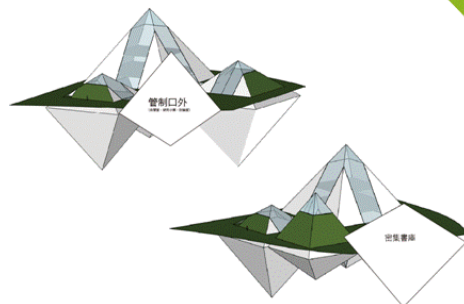
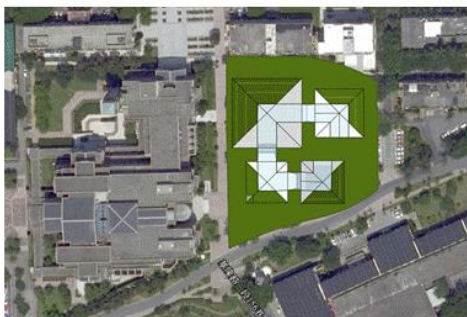
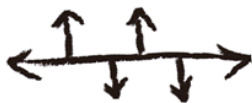




金字塔-台大圖書館增建-黃致禎作品

設計理念

1. 轉換圖書館沉重的印象
2. 界定使用機能與使用者的關係，將空間機能獨立
3. 綠地景觀



平面圖



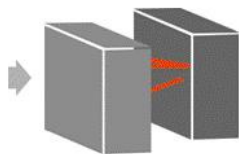
數位交換與交集-台大圖書館增建-黃綉珍作

品

知識生態系

INFORMATION COMMON

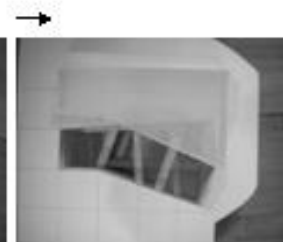
概念發想



決定量體之形式與空間分區

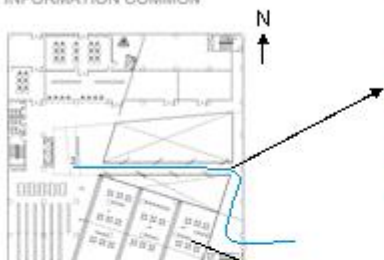
知識生態系

INFORMATION COMMON

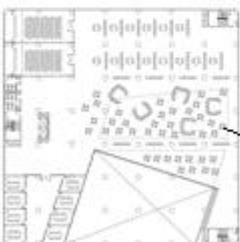


知識生態系

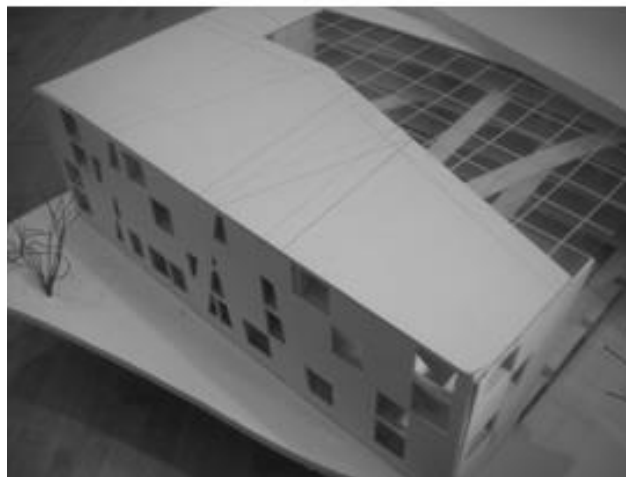
INFORMATION COMMON




1F



B1

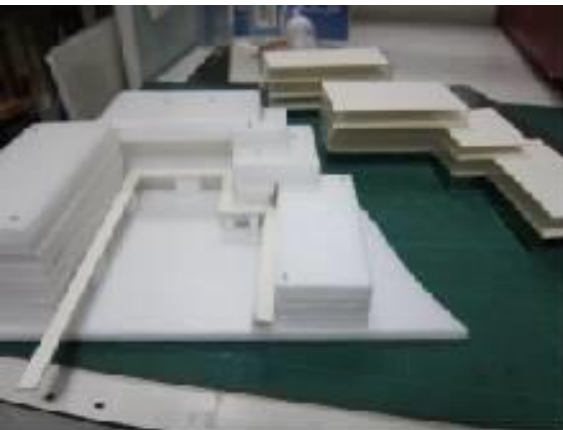




機能



- §地理環境與區域特色
- →舟山路與椰林大道交會
- →使用人口目標複雜
- →台大的大面積綠地之一
- →主要人口來向清楚



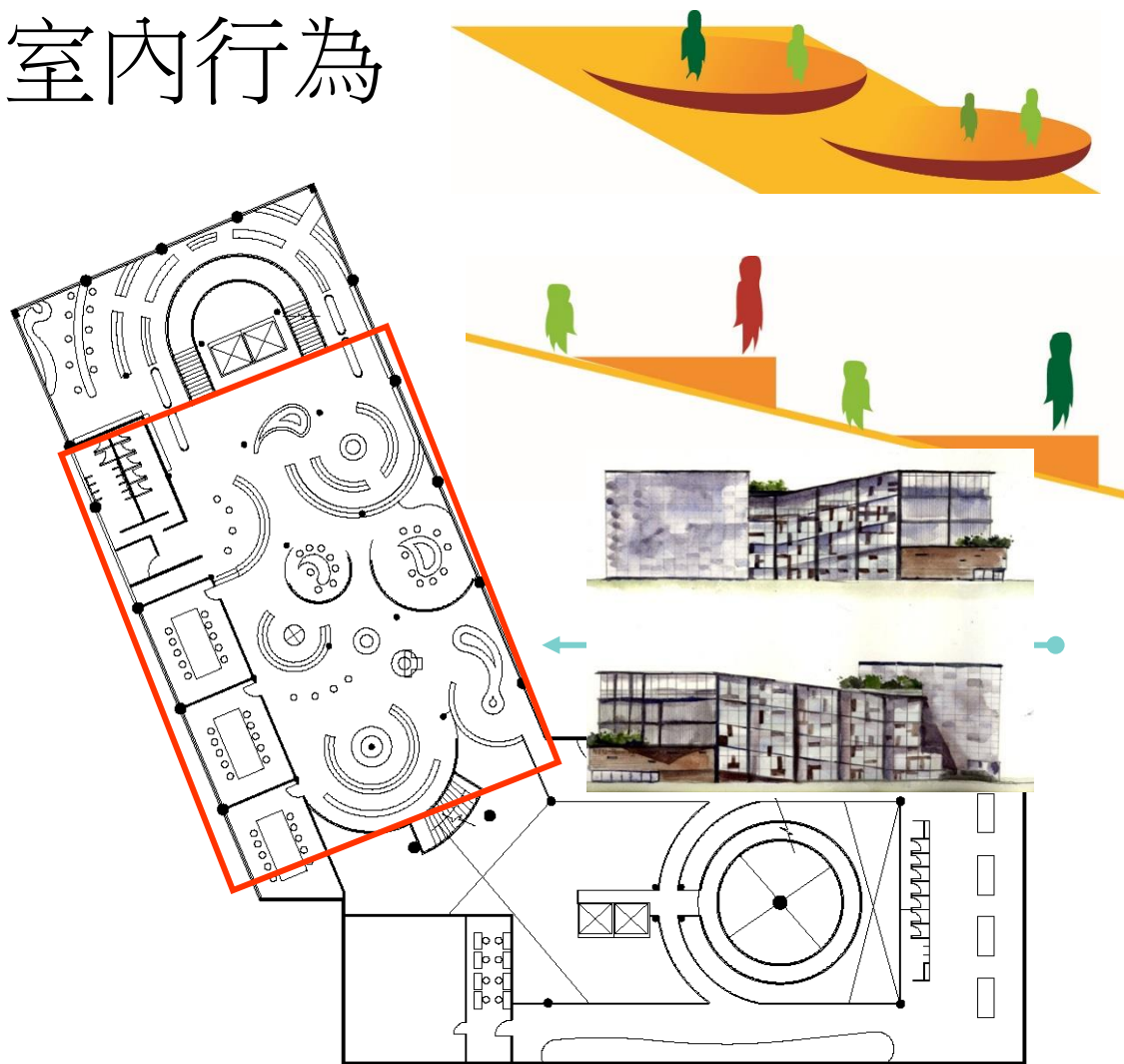
機能導向型



- 總圖書館的印象與基地的對比分析
- 基地 總圖
- 無線的陽光←→陰暗深沉
- 迎接新事物←→傳統教化
- 數位化←→實體書
- 生動的思考←→安靜的閱讀
- 自然的體會←→人與自然環境的隔絕



室內行為



(B) 斜坡+平台

利用斜坡走道來產生一種流動性，使用平台來使人閱讀休憩。利用這兩種形式產生有趣的閱讀空間。

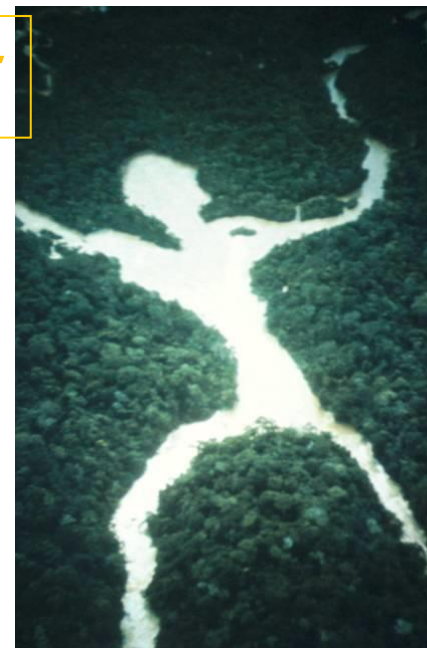
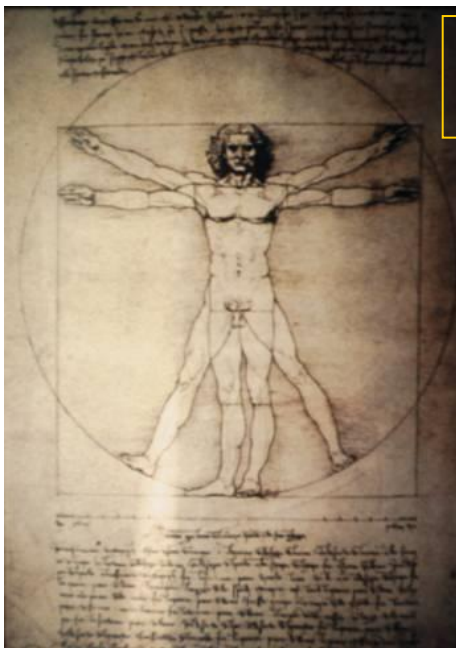
新概念閱讀中心
NTU-Reading Center



人的感性與理性 鐘擺

理性

感性



人-來回激發

- 人有**理性**，也有**感性**的一面，然而現代社會專業分工之特質，卻促使各行專業有所偏重，一般**藝術家**總給人「感性」的印象，而**經濟學家、管理學家**給人「理性」的感覺。各類專業人員如果各行其是，當然可以在其專業中有很好的表現。然而當需要跨領域合作時，所激發之正向或負向火花常常讓人稱奇。



創意與管理人間的激盪

- 「文創產業」(Creative Industries)就是讓藝術家與管理專家共處，激發創意與共創火花的現代產業。
- 文創產業中，藉契約達成**藝術與商業媒合**之諸般現象，藝術「產業化」下，市場並非萬能，但沒有市場卻萬萬不能的特點。
- 文創產業中的管理人與創意人都該因應產業環境改變，而調整自己理性與感性的一面與運作模式，創造「創意加值，管理儲值」的台灣新世代產業。





文創_產業

轉變 創作者自我欣賞的藝術品 為
創作者與購買者間 合意行為之成果

- 行銷行為
 - 買賣
- 小眾範圍
 - 名聲
- 那麼購買者想要什麼?
 - 作品之外





創作的本質-「構想」與「滿足」 就是一種設計,不見得需要專業者的設計

夢 !

- 不管從何而來,是誰想出來的
- 夢會感染他人 有夢最美.

容許夢想者保有自我之空間實現「夢」





組織管理間之溝通問題

大象的每一隻腿均是
大象的一部份

- 哪一隻腿才是真實的「現
」**「現**
」「象」？
- 瞎子摸象溝通
- 資訊不對稱
- 外部資源爭取
- 利益分配





創意人如何與管理人溝通?

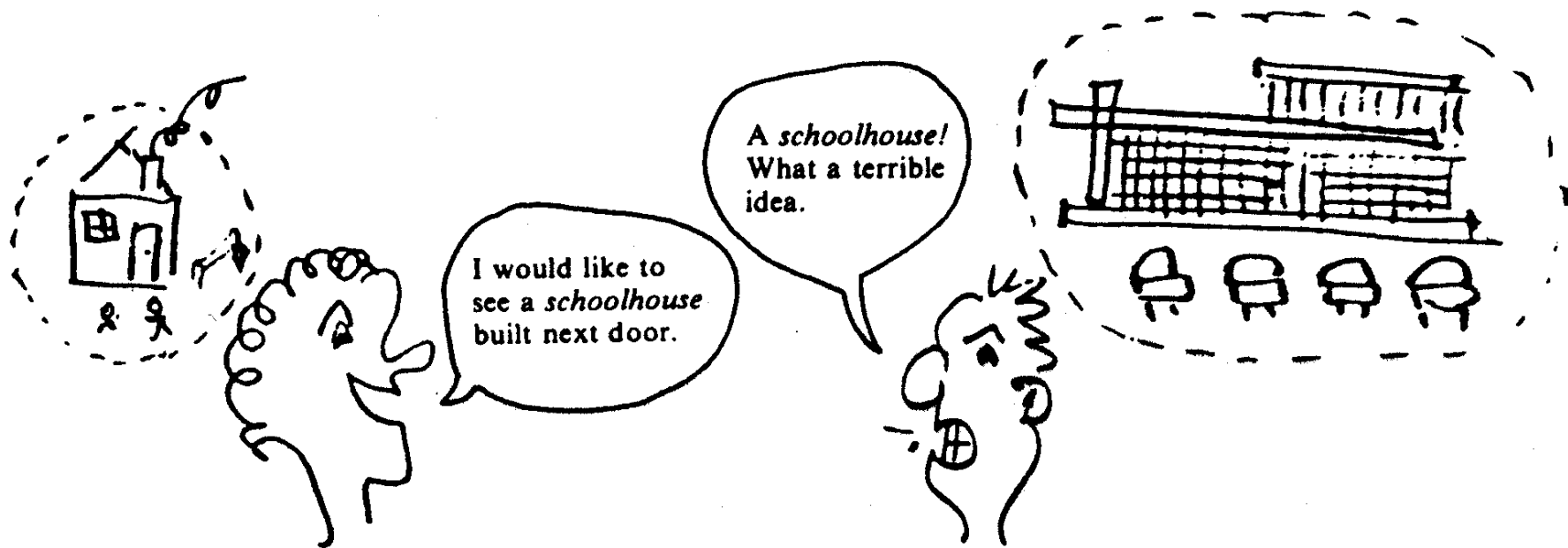
- 溝通之主體
- 文化之背景
- 溝通之意圖
- 溝通之行為
- 溝通之成果





Zeisel 溝通意念

- 溝通雙方經由語言媒介，而在心中產生不同意象

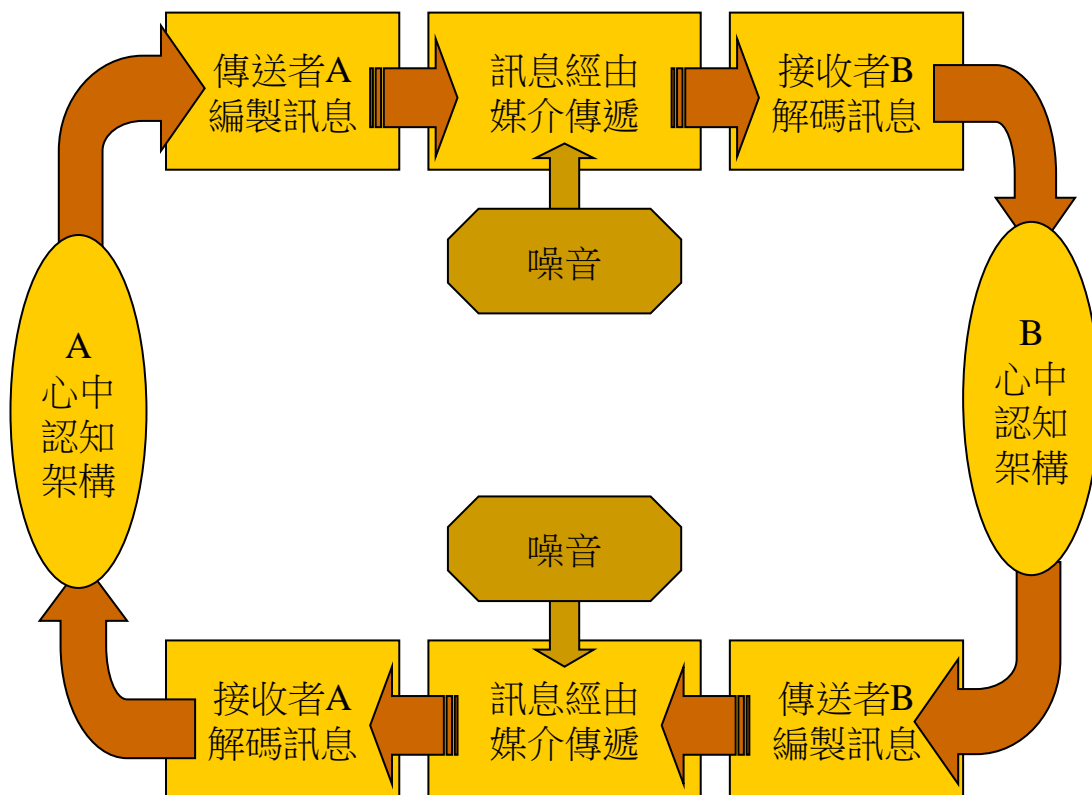


Negotiating a shared image (from Zeisel, 1976b)



溝通的{心理}模式

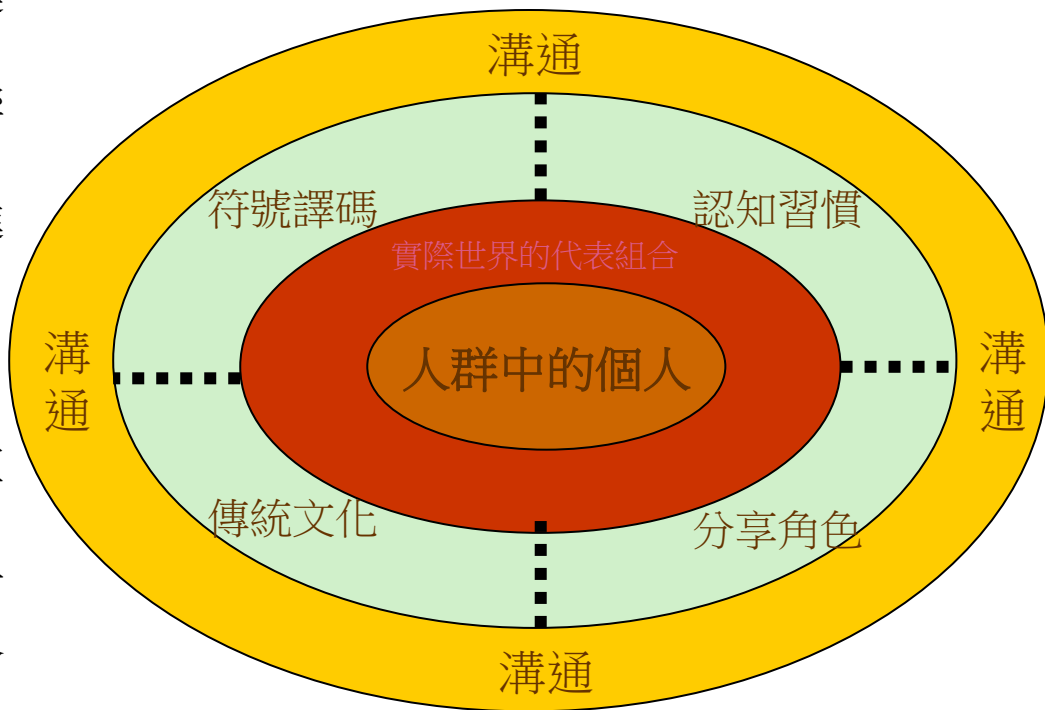
- 心理模式溝通失敗之可能
 - 接收與傳送者心中價值不同
 - 傳播媒介不為接收者熟悉
 - 傳播失真
 - 回饋無法傳遞給傳送者
 - 接收者拒絕溝通
- 心理模式之缺失
 - 著重個人
 - 非常機制化
 - 暗示完美溝通需要心靈之契合Meeting of minds
 - 那麼創造性了?





溝通的{社會建構}模式

- 社會建構模式溝通之假設
 - 我們所見的世界是被建構的
 - 被建構的文化體系影響我們的認知
 - 溝通是在文化約制下進行
- 社會建構模式之缺失
 - 好的溝通只是社會合宜之行為?
 - 本體論與認識論之紛爭
 - 太重視社會而忽略個人





溝通的{賽局}模式

- 賽局模式溝通之假設
 - 著重找出溝通之模式化Pattern
 - 猜測彼此的下一步行為
 - 著重交流行為而忽視人格特質
- 賽局模式的缺失
 - 不問為何別人行為原因
 - 只關注與棋局有關係的行為
 - 下棋者為誰?做人的那份情欠缺.





蘇于倫 與 蘇鏡澄

微軟 Image Cup First Prize

與企業主溝通的兒童

2010 Image Cup -For Kids in the Future



[For Kids in the Future](#)

3:29 分鐘

2010年10月15日

www.youtube.com



市場經濟下文創產業面臨之組織管理課題

市場經濟下文創企業所面臨挑戰，分析文創產業中組織管理特色，而呈現創意人(藝術家)與管理人(管理專家)在面對諸多市場的運作規則下形成的回應，並建議可行創意組織管理技巧。

多層次作品定價下專案經理分工與創作人報酬

A、B咖名單間替代與管理人之品味風險

流行與時間就是金錢給雙方之壓力

三級功能組織成員觀點差異與溝通

產業組織整合與文化產業園區簇群效應



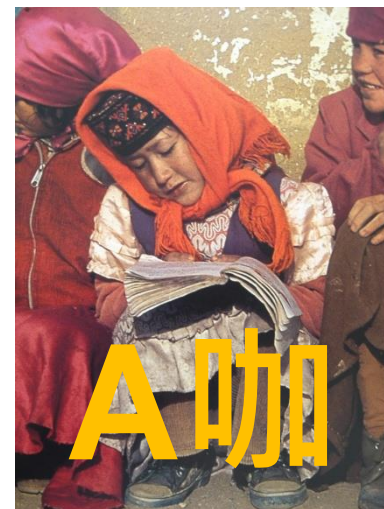
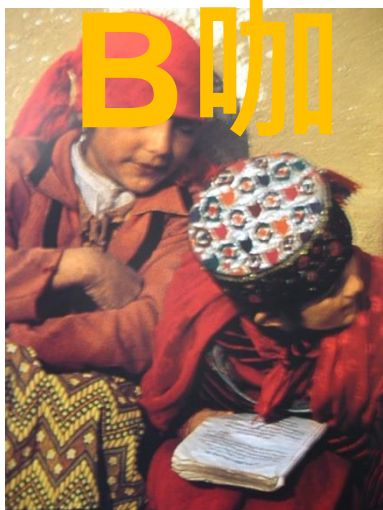
多層次作品定價下專案經理分工 與創作人報酬

- 處於創意加值的世代，文創產業擁有「**個人化**」、「**創新性**」，曲高和寡的藝術作品流傳日廣。
- 在設計與藝術領域中「**文創產品**」涉及的領域廣泛，在流轉的過程中，除了少數如畫廊與音樂會售票代理商，能藉由較單純的機制直接分配作品與服務外，其他如設計廠商、出版商、電影及電視製作商、發行商都是經由**多樣的行銷創意**投入，並透過大型的機制進行販售。
- 市場經濟下為藝術及設計作品「**定價**」是文創產業公司所面臨之首要挑戰。
- **作品定價並非由公司內部主管、專案經理唯一決定**，雖然他們有第一階段之決定權，然而出手後，在市場機制運作下，由諸多參與人(含消費者、觀眾、博物館等)共同決定作品之**最終價值(含經濟及藝術價值)**。
- 多層次作品定價立基於**創作分工、選擇權機制與市場消費**，創作者**主觀之創作價值**一轉為市場上客觀衡量，造成創意人無法衡量自己的想法與貢獻，並收取**相對應合理報酬**的現象。





A、B咖名單替代與管理人之品味風險



- 複雜的**創意商品**需要一系列的組裝並快速配送給消費者，因此在過程中通常得透過一家或數家公司完成，而此類公司只是一般利潤的追求者，創意商品的基本特質會不斷形塑公司間的交易，
- 文化創意產業市場「**無法預料**」**不完美資訊**特質，創意人與零售商皆在**作品需求量不確定**的情況下工作，因此會產生**如何選擇**，及處理少數**尖端客戶**，及類似「無窮變化」的**代替性產品**問題，也產生誰在產品與市場間扮演**品位代言人**、**支配性**與**負擔風險**的角色課題。
- 創作團隊內部管理時，會針對不同市場需求及供需，而將創意人區分為A咖、B咖名單，當第一線之A咖無法滿足創作任務時，則由B咖進行創作。**決定A、B咖**是需要管理人來擔任社會品味代言人，其所需的**眼光及專業知識**，其實是**高壓力**與**權力**之工作。



流行與時間就是金錢給雙方之壓力

- 流行在促銷大部分文創產品中扮演相當重要的催化劑，
- 文創產品是複合團隊之產出，也因此常需要多元人才在短時間密集合作，管理人必須在一定時間內完成所有專案工作之統籌及執行。
- A咖創意人時間能否配合即成為管理人所面臨合作之另一個挑戰，
- 在專案執行後必須執行完畢，否則半成品無法獲利回收，以及訴求短時間內快速獲利之經濟依賴特質，
- 創作文創產品之時間管控異常重要，
- 對創意人與管理人之合作及默契，產生很大的挑戰。





三級功能組織成員觀點差異與溝通



組織整合



- 文創產業市場經濟快速變通現象，促使顧客對產品的整合性解決方案要求增加，也促使位於組織最上層的「決策者」，需要以創意的策略找到解決事情的方法，在不同創新策略的組合模式下，讓下面的員工能在最短的時間滿足客戶的要求。
- 「跨層級溝通會」(Skip Level Meeting)，從高階主管到低階的基層員工，可以直接面對面溝通，以防中間傳達訊息錯誤的機會，一來上意不會被扭曲，下情可直接傳達給上司。
- 文創產業特別強調產品之立意觀點，組織中因應主管、經理與技術人員的專業分工不同，不同年齡世代的觀點差距容易造成組織運作的阻力，「協調」可以說是專案團隊與組織內部重要執行步驟。
- 巨大快速變動需要「動態」組織，在組織層級或特定部門推動變革，快速變革為從事組織再造之機會。



產業組織整合與文化產業園區簇群效應



文蘭鐵刀店



金門文化園區



蠶業博物館



- 創意製作的內化及個人化特質，很難與制式、條規大型官僚組織配合，文創產品之製作便傾向集中於小型專業公司間整合，
- 如果市場中各公司產品不太雷同，則可以將彼此競爭之公司整合成一個群體，利用不同產品特質及組織製作，產生簇群效益。
- 文化產業園區之推廣，可以變成為一個政府施行的策略。
- 文創產品是由公司間的借由臂距原則接力合作，抑或何時該由公司內部資源填補整合提供，其實端看長期商譽、關係契約、監督成本等等參數影響。
- 管理人與創意人如何協調在公司內、外而分別展現其才華及分工，是雙方合作之另一個挑戰。



創意管理團隊之目標



- (1). 塑造激發創作熱情與夢想的氛圍
- (2). 試圖寬容以降低潛藏偏見
- (3). 創意不在打敗競爭者而在取悅消費者





我浮不起來-可是我很顯眼的創作 -參賽的目標多元化



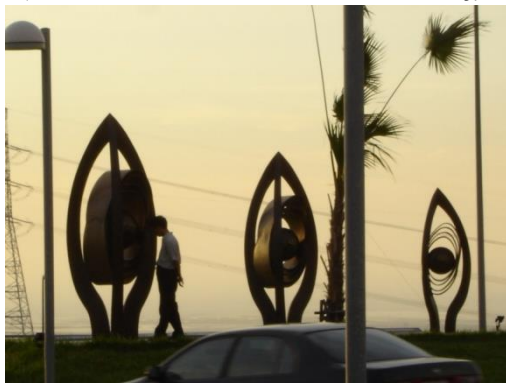


創意管理團隊之管理技巧

- (1). 激勵新想法、價值鏈與創意報酬
- (2). 容許探險與合作之工作設計
- (3). 促進團隊多元化與彈性A、B咖名單
- (4). 讓員工發揮與時間管理
- (5). 創造資訊知識匯流平台與促進溝通
- (6). 可供良好冥思創意的空間與產業協調



激勵新想法、價值鏈與創意報酬



- 多層次定價市場現象、價值鏈管理下須要有**快速變通之創意對應**。
- 創意很脆弱，只要創意一萌芽，管理人就要去灌溉它，才能讓更多創意萌芽為企業帶來有用效益。
- 「何必改變多年來為我們帶來成功的做法？」抱持這種態度的組織或管理人，會僵化組織之回應，也降低創意人「**自我實現需要**」(馬斯洛之需要層級理論)的報酬。
- 管理者必須秉持著一個精神：「**也許還有更好的方法，讓我們再想想！**」
- 激勵新想法的產生，過程中就會有更多創新的氛圍渲染，將會不斷的蘊釀發酵回饋創意人自我實現報酬，帶動創造力思考的運作。



高速公路的時間觀 清水休息站





容許探險與合作之工作設計



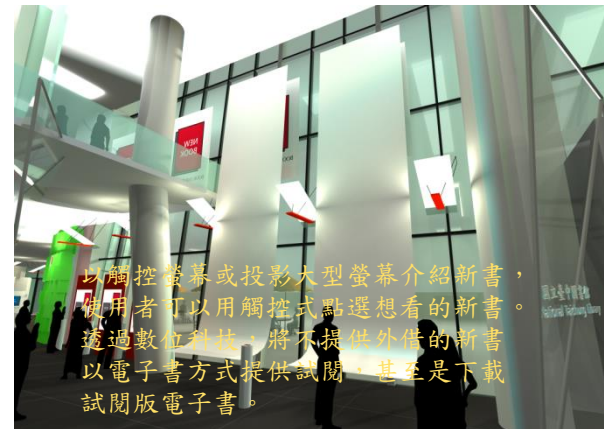
工研院 巢向未來入圍 國中圖數位入口

- 企業三級組織分工容易產生遏制創意人實踐創意理念。
- 「反正高層會否決，那又何必為新點子而傷腦筋？」，工作設計應掌握領導與充分信任之原則，容許創意人探險及合作。
- 「冒險」與「失敗」是創新發明成功的背後最重要的過程。
- 羅傑·馮·歐克(Roger von Oech, 2004)指出-突破和冒險、失敗，根本就是密不可分的生命共同體，如果一個管理人不敢或不願讓員工去做嘗試，並認為「犯錯是不被允許的」，那麼就會形成一個思想封閉、保守的工作文化。
- 創意人的思考通常趨向天馬行空，當要把具創新性的點子融入現實生活中的過程中，勢必會經過一些失敗與反覆嘗試與合作學習。
- 在管理人某種寬鬆的控制下，創意人找到打破慣例的新想法，相對於管理人控制成本，會為公司創造更好的機會點與發展。





促進團隊多元化與彈性A、B咖名單



以觸控螢幕或投影大型螢幕介紹新書，讀者可以用觸控式點選想看的新書。透過數位科技，將不提供外借的新書以電子書方式提供試閱，甚至是下載試閱版電子書。



- 利用**組織或團隊多元化**來增加思考廣度、發掘特殊想法，是解決文創產業**市場多層不完美資訊**現象影響的方案之一。
- 一個團隊中每個人的思考方式與背景都很類似，想法就會大同小異，無法提出不同的觀點出來。
- 專案團隊要有多元組合，新興的**互動設計**專業領域，團隊中須擁有**藝術、設計、機電與資訊**等不同背景的成員，不同的思維與觀點的激盪下，再加上整合的專案經理才能保持完整的專案運作流程。
- 專案運作過程中，**A、B咖名單**隨時因應**專案運作**之需要而調整及更新，從而保持運作彈性，並將各自的經驗、技術、觀點集結起來產生新的火花。



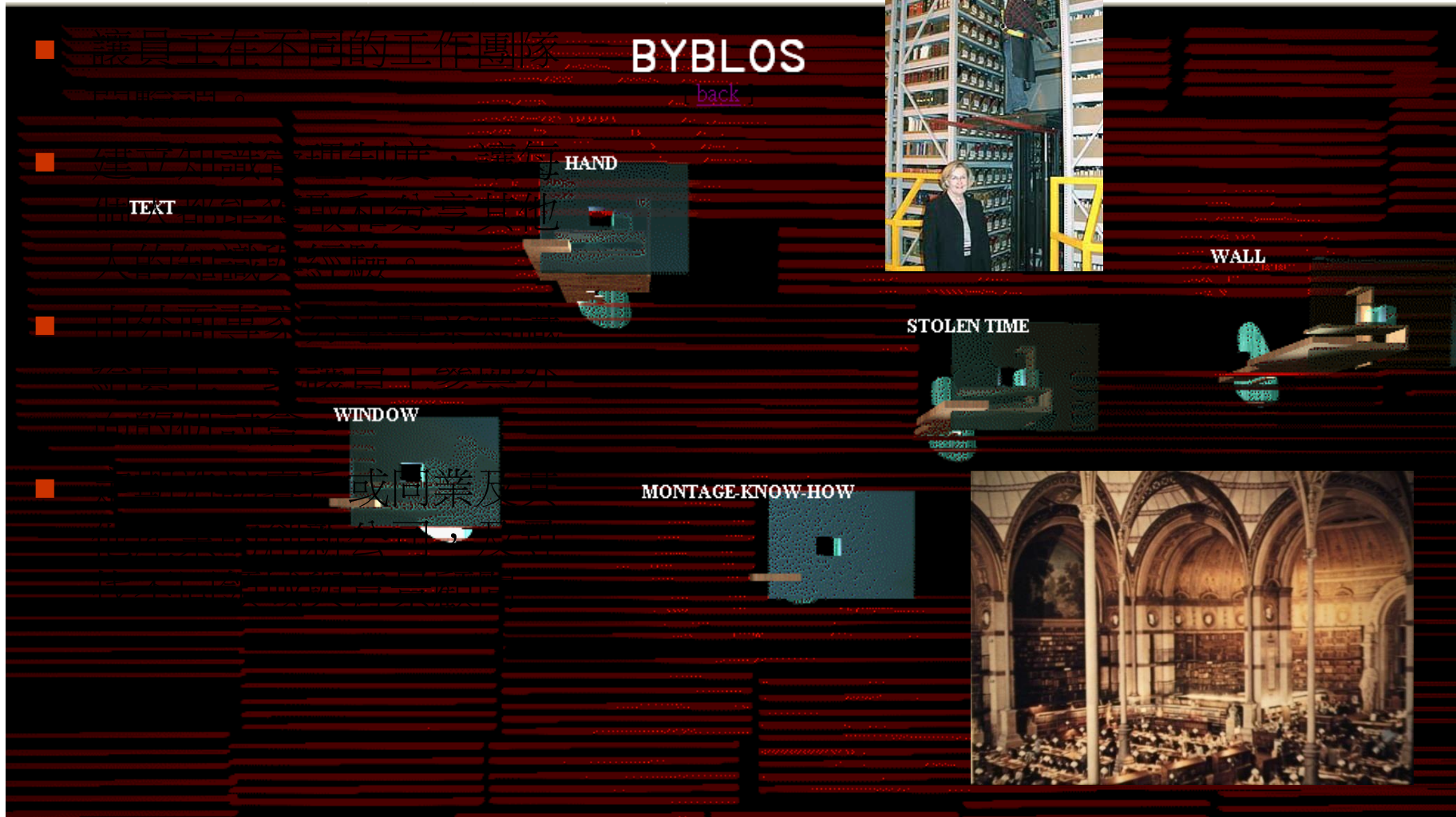
讓員工發揮與時間管理

- 在組織管理中，創意往往與管理人給員工之自由度成正比。
- Jeff Mauzy & Richard Harrimam(2003)認為，提供「**自制權**」是企業引導創意與創新風氣的重要手段。
- 公司的組織模式，都由一人發號司令、權利獨斷的方式，很容易抑制獨立思考與創意行為發生。
- 文創產業中高時間壓力，更促成在達成專案目標壓力下隊**時間管控衝突**所在。
- 因管理人應容許創意人對自我時間的掌控，然而**標竿管理、群體控制、走動管理**等間接管理方式，及適當採用**事前、事中、事後控制**，以對應**相關情境變數**如**組織規模、地位、分權程度、專案重要性**等，將可以有好的時間管理方式與合作。





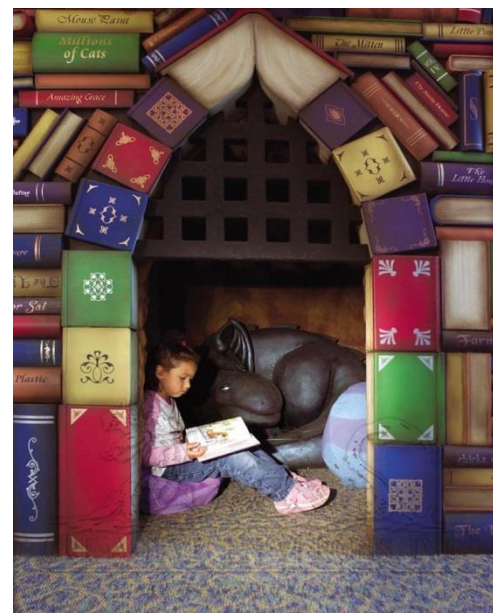
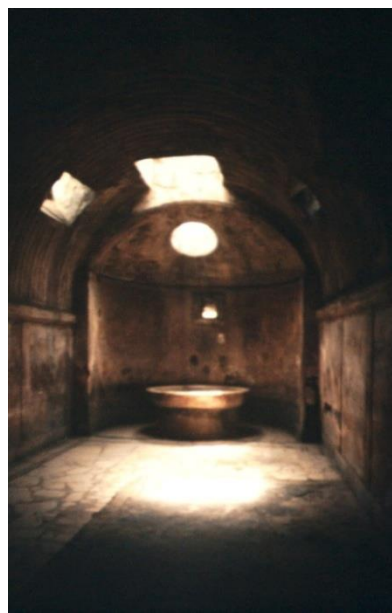
創造資訊知識匯流平台與促進溝通





可供良好冥思創意的空間與產業協調

- 工作環境會對思考造成影響，如果能夠在環境空間加入促進聯繫、刺激感官的設計，則能夠有助於創造性思考以及整合。
- 高健(John Kao, 1998)建議設定激發創意環境：
 - 增加刺激思考的物品，如提供不同領域的期刊、擺放藝術品等，以及用來溝通和表達想法的工具，如皮克斯工作室(Pixar Studio)，到處都可以畫下角色的動作或故事情節storyboard供即時分享。
 - 製造接觸的機會，如設置可以討論事情的空間，或安靜的空間讓員工可冥想，或休閒的地方，讓創意人解放壓力，並從娛樂中獲得更多的靈感。



小結

圖書館轉型

「轉型」表示一個新機會的開始與磨合契機

台灣社會變遷與價值觀之調適

多元化之挑戰

文創產業特質與引發之合作

改變管理人與創意人之角色定位

Talking Tree
Thank you for everything.





『設計思考』是甚麼？

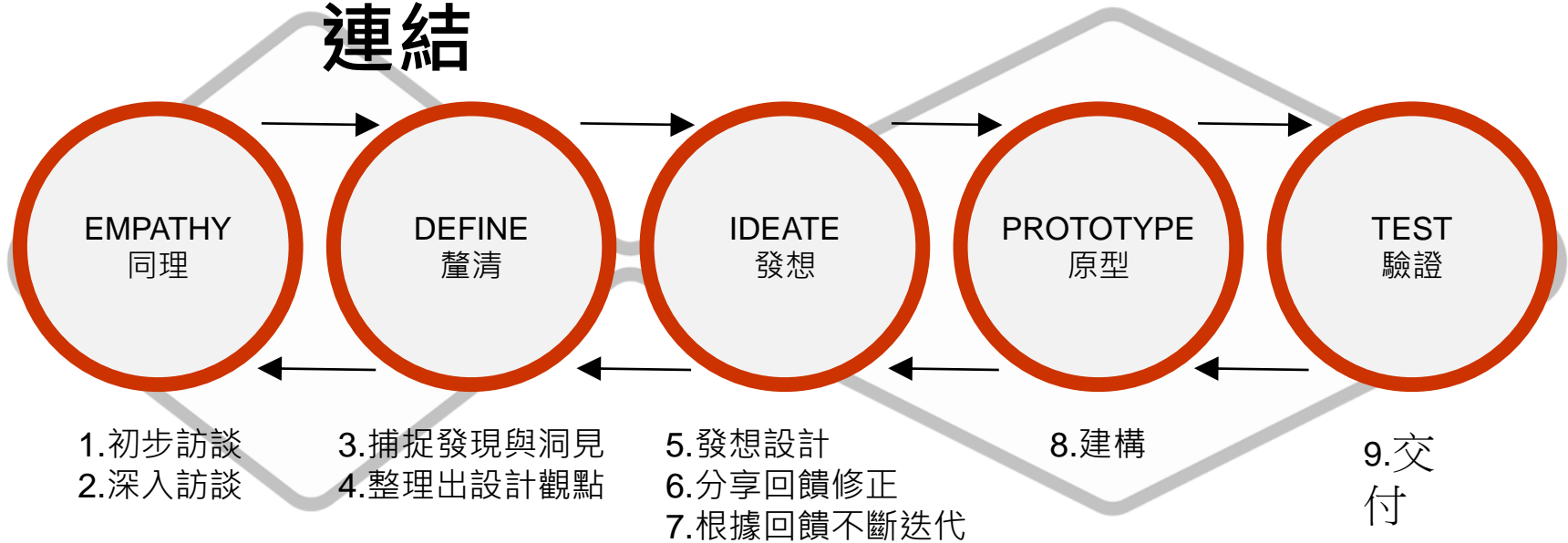
設計思考是**以人為本**的設計精神與方法，考慮人的**需求、行為**，也考量**科技或商業**的可行性。

～提姆·布朗 **IDEO**設計公司總裁

設計思考分析式思考(analytical thinking)在理性分析層面是有很大不同。設計思考是一種較為「感性分析」，並注重「**了解**」、「**發想**」、「**構思**」、「**執行**」的過程。



夢幻尋書旅程與設計思考的 連結



同理：要創造有意義的創新，需要知道你的使用者、並關心他們的生活。



課上練習

破題& 腳色 夢幻圖書館設計需求





設計挑戰

你也可以是個設計人...
尋找你的腳色



1. 2人 一組 一為設計師 一為圖書館員
2. 跟上，每個步驟 “在時間內” 動腦想 (Thinking)
動手做 (Doing)
3. 有時自己想、自己做，有時跟組員一起想一起做
(Team)
4. 聽到鈴聲，停止動作，往下走
5. 玩一下，享受充實設計挑戰



3:00

觀察你的夥伴，用**形容詞**描述你的夥伴 (3分鐘)

Notes from your first observation 第一次觀察的筆記

我的夥伴是保守的/活潑的/有活力的/快樂的



1. 依照自己心中的觀察與想法進行描述
2. 不需與隊友對話與討論



3:00

請為你的隊友設計一個 “夢幻圖書館尋書旅程

”請畫(Sketch) 出你的想法，並可用文字註解說明！



1. 依照自己心中的想法進行繪製尋書旅程
2. 不需與隊友對話與討論



現在我們都已
經為隊友畫了
一個尋書旅程



開始體驗 設計思考歷程



6:00

1. 初步訪談

步驟1 初步訪談

6分鐘 (2 人 x 每人3 分鐘)

請寫下第一次訪談內容 (關於尋書旅程你想問組員什麼問題?)

- 你好奇什麼? 隊友在想什麼?
- 關於尋書旅程有沒有擔心什麼?

多/廣

角色互換 & 輪流訪談



一邊對話討論，一邊要記錄寫下！

步驟2 深入訪談

6分鐘 (2 人 x 每人3分鐘)

請寫下第二次訪談內容

角色互換 & 輪流訪談



2. 深入訪談

步驟1 訪談

6分鐘 (2 人 x 每人3 分鐘)

請寫下第一次訪談內容

角色互換 & 輪流訪談



一邊對話討論，一邊要記錄寫下！

步驟2 深入訪談

6分鐘 (2 人 x 每人3分鐘)

請寫下第二次訪談內容(從剛剛的訪談中探索，有沒有發現什麼值得再深入討論的議題?)

- 很重要的
- 很有趣的
- 更細微的
- 值得討論的
-

深/獨特

角色互換 & 輪流訪談



3:00

3. 捕捉發現與洞見

步驟3

捕捉訪談發現(Findings) 3分鐘

* * 目標與願望 * *

根據前頁資料，列出你的組員想要/需要什麼？

* * 洞見 * *

(從組員分享訊息中，嘗試推論一些他沒提及的點？)

步驟4

採用設計觀點 (POV) 3分鐘

組員姓名/描述

想要/需要 _____
使用者需要

因為 (或 但是、出乎意料...)

洞見



3:00

4.整理出設計觀點

步驟3

捕捉訪談發現(Findings) 3分鐘

* * 目標與願望 * *

根據前頁資料，列出你的組員想要/需要什麼？

* * 洞見 * *

(從組員分享訊息中，嘗試推論一些他沒提及的點?)

步驟4

採用設計觀點 (POV) 3分鐘



_____ <組員姓名/描述>

想要/需要_____ <使用者需要>

因為 (或 但是、出乎意料....)

<洞見>



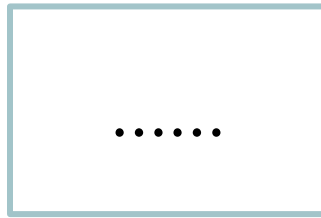
5:00

5.發想設計

步驟5 以使用者需求為基礎，畫(Sketch)出至少5個解決方案 5分鐘

想要一個在OOOO可以XXXX的尋書旅程..... (請先在左

邊先描述你發現與設定的問題)



步驟6 方案分享與回饋 6分鐘

(2人 x 每人3分鐘)

角色互換 & 輪流訪談



6:00

6. 分享回饋修正

步驟5 為使用者需求，草擬至少5個基本方案 5分鐘

請描述你的問題

--	--	--	--	--

步驟6 方案分享與回饋 6分鐘

(2人 x 每人3分鐘) 依據步驟五所提出的5個基本方案與隊友進行說明分享、回饋與討論

角色互換 & 輪流訪談



3:00

7. 根據回饋不斷迭代

步驟7

反思與產生**1個新的方案** 3分鐘

畫(Sketch)出偉大想法，畫的越詳細越好!



5:00

8.建構

步驟8 動手建構最終的解決方案 5分鐘

實際建構某些能讓組員互動的事物
(動手製作出你設計的原型-Prototype)

- 要有**功能**(晶片位置、防盜功能.....)
- 要可以**操作**(可以打開，可以折疊...)
- 要**具體呈現**(呈現越細節越好)
- 哪裡是什麼功能就要表現出來？(摺出來、畫出來)



步驟9 方案分享與意見回饋 6分鐘

可行的地方	可以改進的地方
問題	想法

(2人 x 每人43分鐘)



6:00

9.交付

步驟8 動手建構最終的解決方案 7分鐘

步驟9 方案分享與意見回饋 6分鐘

可行的地方	可以改進的地方
問題	想法

(2人 x 每人3分鐘)



給彼此一個掌聲

謝謝他為你動手

做了夢幻尋書旅程



相較於
第一個想像尋書旅程
你比較
愛夢幻尋書旅程嗎？



反 思