

## PARADIGMA DESIGNULUI ÎN ACTIVITATEA BIBLIOTECONOMICĂ

*Conf. univ. dr. Lidia KULIKOVSKI*

### **Abstract**

*The deep changes in the last decade have imposed the need to revive, reinvent the infodocumentary environment. The public libraries need to take a new way, to create new services innovative and valuable. The approach of the design paradigm in the library activity is built on the supposition that the design thinking transform libraries and inspires innovation.*

*The „B.P. Hasdeu” Municipal Library is the institution that understands the design. The library uses the transforming design, the design that brings users and leads the library to new dimensions. The author demonstrates that the library is responsive to the design by presenting examples. And the people outside the library recognize the design thinking in the library activity.*

*The article provides to the librarians a set of necessities tools to help them to implement the design in library activity.*

**Keywords:** *public libraries, „B.P. Hasdeu” Municipal Library, innovation, analytical thinking, intuitive thinking, librarian designer.*

\* \* \*

Gândirea design transformă bibliotecile și inspiră inovarea. Este supoziția pe care mi-am construit demersul / pledoaria pentru paradigma design în activitatea biblioteconomică. Mai mult de un deceniu, asistăm la o schimbare profundă în mediul infodocumentar cu (de) sorginte socială, prin deplasarea accentului de la stabilitatea seculară și ofertele anacronice la piețe

de servicii informaționale și către sporirea considerabilă a implicării energice a utilizatorului în activitatea noastră, în contrast cu rolul lui pasiv din trecut. În acest context, înțelegerea și găsirea răspunsurilor adecvate la necesitățile utilizatorului constituie răspunsul cel mai potrivit pentru transformarea bibliotecilor, adică schimbarea, adică inovarea. Suntem constrânși să evoluăm odată cu mediile aflate în schimbare. Nu întâmplător, un principiu al lumii de azi este: „Schimbă-te sau... dispari.”

Bibliotecile publice au nevoie de acțiuni care ar revigora, reinventa activitățile lor, au nevoie de un nou drum, de servicii care aduc, creează valoare. Modelul de creare a valorii solicită un echilibru între două perspective: analitică și intuitivă. Perspectiva *gândirii analitice* este perfecționarea, cu ajutorul unor procese analitice riguroase, repetate continuu. A doua perspectivă este centrată pe primatul creativității și al inovației și are la bază *gândirea intuitivă*. Traduse și raportate aceste două modele, la activitatea bibliotecii: (1) bibliotecile care susțin gândirea analitică sunt construite pentru a lucra așa cum au făcut-o dintotdeauna; se opun ideii de a se reinventa, reconstrui dinamic rămânând pe lucruri experimentate și validate; (2) bibliotecile conduse după gândirea intuitivă produc inovații rapid, dar tradiția, în acest caz, reprezintă o provocare.

Așadar, Analiza din prima perspectivă și Intuiția din a doua nu sunt de ajuns. Pentru a performa, biblioteca astăzi are

nevoie atât de elemente ale gândirii analitice, cât și de elemente ale gândirii intuitive. Combinarea abilităților analitice cu originalitatea intuitivă emerg o nouă paradigmă – *paradigma designului*. Concept relativ nou, despre care ne-am propus să discutăm în scopul echipării bibliotecarilor cu cunoștințe despre paradigma designului. Paradigma designului este acea formă de gândire care permite transformări (or, acesta este cuvântul tot mai prezent la BM). Bibliotecile care îmbrățișează paradigma designului se disting prin dorința de a-și reconfigura continuu activitatea (or, asta vrem toți, la BM „B.P. Hasdeu”!).

Specific gândirii analitice este exploatarea – căutăm modele din trecut și le exploatăm; gândirii intuitive îi e specifică explorarea – căutăm analogii, lucruri noi pentru a modifica activitatea. Echilibrul între aceste două îl asigură o a treia formă a gândirii – gândirea design. Adepții paradigmei designului permit bibliotecii să echilibreze exploatarea și explorarea, inventarea și administrarea, originalitatea și perfecționarea.

Ca și concept, paradigma designului s-a încheșat de-a lungul deceniului trecut. O definiție comună este aceea că paradigma designului înseamnă să gândești așa cum face un designer. Într-o versiune academică, paradigma designului reprezintă *o disciplină care folosește sensibilitatea și metodele designerului pentru a satisface nevoile oamenilor prin ceea ce este fezabil din punct de vedere tehnologic și prin ceea ce o strategie viabilă ar putea converti în aprecierea utilizatorilor și în oportunitate de piață*.

Or, asta își dorește fiecare bibliotecă. Cum sa ne transformăm în „designeri”?

Chiar dacă noi, inovatori aspiranți, am participat la câteva instruirii, am învățat câte ceva din inovare, rareori întâlnim materializarea cunoștințelor acumulate sub forma unor noi produse, servicii sau strategii; nu le prea întâlnim în domeniul

nostru, nemaivorbind de lumea largă, în care ar trebui să ajungem cu toate acestea. Avem nevoie de o abordare asupra inovației capabilă să fie puternică, eficientă și accesibilă, care să poată fi integrată în toate aspectele activității biblioteconomice. Gândirea design oferă o astfel de abordare. Gândirea design se bazează pe capacități pe care le avem cu toții, dar care sunt neglijate de către practicile biblioteconomice; se bazează pe abilitatea noastră de a fi intuitivi, de a recunoaște tipare, de a construi idei care au semnificație emoțională și totodată funcționalitate; de a ne exprima prin intermediul altor mijloace, în afară de cuvinte și simboluri.

Putem utiliza, chiar este recomandabil, dezvoltarea propriului sistem de cunoaștere<sup>1</sup> de designer. Roger Martin a introdus în cartea sa *The Oppozable Mind* conceptul de *sistem personal de cunoaștere* de designer ca metodă de gândire despre cum dobândim cunoaștere și expertiză. Deci, fiecare dintre noi are un sistem propriu de cunoaștere, fie că îl conștientizăm, fie nu. Unii dintre noi își dezvoltă sistemul propriu de cunoaștere orientat pe exploatare, alții pe explorare. Diferența e mare... Prin aceasta ne diferențiem.

Sistemul propriu de cunoaștere are trei componente care se susțin reciproc: *viziunea, instrumentele, experiența*.

Cel mai larg și, totodată, cel mai abstract element al acestui sistem este viziunea noastră, a fiecăruia, nu instituțională. Este cea parte a cunoașterii prin care ne definim cum vedem lumea din jurul nostru și cum ne vedem, pe noi, în această lume. Un bibliotecar „designer” vede lumea și biblioteca ca pe un loc care agreează ideile noi și nu condamnă schimbarea.

<sup>1</sup> Despre acest sistem, mai detaliat, și din alt punct de vedere citiți și: Kulikovski, Lidia. *Legile perfecționării între bibliotecă-formator-bibliotecar. Incursiune teoretică cu excurs praxiologic*. În: *BiblioPolis*. 2013, 50, (4), 84-89.

Etosul acestor bibliotecari este să producă activități semnificative. Ei pleacă de la convingerea că biblioteca se poate schimba și ei ca manageri sau bibliotecari pot contribui la această schimbare. Este un excelent mod de a aborda activitatea.

Designerul are o viziune care-l împinge către căutarea necunoscutului la acceptarea surprizei și este familiarizat cu sondarea dificultăților fără să știe ce va rezulta de acolo. Designul nu este artă. Să ne între asta în cap! Este mai aproape de un compromis pragmatic decât de perfecțiune. Adoptarea viziunii designerului ne conduce la descoperirea echilibrului între validitate și fiabilitate.

Pentru noi, managerii, primul pas în adoptarea viziunii designerului este să devenim conștienți de propria atitudine. Gândiți-vă la deciziile pe care le luați și întrebați-vă explicit în legătură cu presupunerile și supozițiile din spatele lor. Apoi comparați atitudinea cu pasiunea designerului pentru dificultate și cu dorința sa de a fi surprins. Vedeți vreo șansă de a vă apropia de viziunea designerului? Prima mișcare în acea direcție este să repeți neîncetat până când ideea devine a doua dvs. natură: „Rolul meu, munca mea constă în a echilibra fiabilitatea cu validitatea.”

Instrumentele-cheie ale designerului sunt observația, imaginația, configurația. Această triadă rezultă consecvent din adoptarea paradigmei designului. Observația – observația profundă, atentă și receptivă. Designerul caută noi abordări care i-ar putea permite să producă progrese în cunoaștere din acest motiv trebuie să fie capabil să vadă lucruri pe care alții nu le văd (de exemplu, modele care ar putea ajuta la transformarea unui mister într-o euristică). Acest lucru presupune să analizezi un subiect rezonând cu el. De exemplu, dacă vrei să înțelegi utilizatorii, necesitățile lor, gândește-te la ce fel de informații dorești să obții și modul în care preferi să le obții. Un sondaj cu trei-patru în-

trebări (de ce vii la bibliotecă, de când citești, ce citești și ce dorești să citești?) din start este compromis. Dar, de regulă, așa proiectăm și începem noi sondajele utilizatorilor. Ca designer acceptă ideea că vei petrece mai mult timp cu utilizatorii. Imaginează-ți că ești utilizator, că ascuți ce au de spus despre experiența de utilizare a bibliotecii, cum simt ei serviciile sau relația cu angajații bibliotecii. Numai așa veți putea distila abordări mai profunde ale misterului utilizatorilor dvs. schimbători, nelocali, nerecunosători, indiferenți decât ai putea vreodată cu ajutorul gândirii analitice – or, sondajul este o metodă analitică, cantitativă.

Al doilea instrument al designerului este imaginația. La prima vedere, ar putea părea că imaginația este mai degrabă un act natural al minții umane decât un instrument. Noi toți avem imaginație. Dar în cazul multora dintre noi, observația este subdezvoltată. Designerii transformă sistematic imaginația într-un instrument puternic, unul compus din indiferență și testare – adică produce imediat, imaginativ, un prototip, și se gândește dacă poate lucra sau nu...

Al treilea instrument este configurația. Adică, transformarea ideii într-un sistem de acțiune care va produce rezultatul dorit în activitate. Este acel design al activității care va transforma abordarea creată abductiv în roade. Fără asta, nici observația, și nici imaginația nu vor fi răsplătite.

Pentru un manager, pasul configurației înseamnă să te întrebi cum se integrează abordarea și noua ta soluție în schema mai largă a activității bibliotecii pentru care lucrezi. Acest sistem de activitate pe care îl crezi ar putea fi potrivit numai pentru un departament sau proiect. Însă, chiar și înăuntrul acelei sfere limitate, poți construi un model pe care îl poți testa și verifica.

Ultima componentă a sistemului personal de cunoaștere este experiența. Experiența noastră reprezintă cea mai practică și mai tangibilă formă de cunoaștere.

Experiențele pe care le acumulăm sunt produsul viziunii și al instrumentelor noastre, care ne îndreaptă către niște experiențe și ne îndepărtează de altele.

Pentru a fi un designer bun, folosește-ți conștient experiențele pentru a-ți întări competența și pentru a-ți hrăni originalitatea. Originalitatea cere disponibilitate pentru experiment, răspunsuri spontane pentru o situație nouă, flexibilitatea de a schimba direcțiile după cum o cer datele, contextul și reacția la oportunități. Este important să devii familiar cu exercițiile de încercare și eroare și cele de concepere a prototipurilor, astfel vei fi tentat să te concentrezi asupra soluției mai puțin riscante a competenței, până la excluderea originalității. Ciocan, ace, imagine... Specialistul care nu încearcă niciodată să gândească în feluri noi continuă să vadă același lucru în același fel. Originalitatea fără competență este o ciudățenie. Soluția este combinarea lor.

Designerii de succes își dedică timp desăvârșirii instrumentelor și competențelor; caută conștient și explicit oportunități pentru a încerca lucruri noi și pentru a le testa limitele lor. Deci, fă un efort continuu și conștient, antrenează-ți mușchii creativi, angajează-te să ieși din aria expertizei tale și lărgeste-ți aria competenței.

Per ansamblu, sistemul de cunoaștere al designerului – cineva obișnuit mai degrabă să conceapă designul unei activități decât să îl itereze pe cel existent – este compus din viziuni, instrumente și experiențe unice.

Cei de la „Procter & Gambel” realizează paradigma design pe trei dimensiuni esențiale: (1) înțelegerea profundă și holistică a utilizatorului; (2) conceperea de noi posibilități și modele și perfecționarea lor; (3) crearea unui sistem de lucru care să transforme ideea nouă în realitate și în activități valoroase. (Strategia este un exercițiu de design!) Bibliotecile trebuie să înțeleagă designul activității lor așa cum

înțelege designul mobilierului din bibliotecă. În urmă cu 10-15 ani, companiile se băteau prin prețuri. Astăzi, prin calitate. Măine, prin design (Robert Hayes, profesor, Harvard Business School).

Designul rămâne un tărâm necunoscut pentru unii bibliotecari, neexploatat și neexplorat, necunoscut pentru alții. De ce? Greu de răspuns. Are substrat individual, personal... creează decomodificare, derutinizare, neangajare... Unele biblioteci l-au descoperit, au înțeles, intuitiv că e timpul designului! Au înțeles... exemplele și au câștigat prin design. Pot face la fel și toate celelalte.

Noi, managerii bibliotecii, trebuie să plecăm de la premisa că toate produsele, serviciile altor biblioteci sunt aceleași – gratuite, cu aceleași performanțe, aceeași tehnologie, aceleași caracteristici. Designul este singurul lucru care ne diferențiază. „*La Biblioteca Municipală «B.P. Hasdeu» îmi place... aici e altă atmosferă... modernă, altă metodologie, totul este altfel*”, este părerea unui utilizator / scriitor, care așa a motivat de ce alege BM pentru a-și lansa cartea. Pentru el e metodologie, modernitate, dar pentru noi este design. Cuvântul care lipsește, dar se subînțelege că e designul.

Gândirea specifică designului este aplicabilă cu succes produselor, procesului de inovație în sine și nivelului conceptual. De ce design? Pentru că designul este centrat pe oameni. Designul ține cont de tehnologie, de rațiuni financiare, dar pleacă de la nevoile umane și necesită o anumită exigență în raport cu fiecare detaliu al experienței utilizatorilor. Deci, noi, bibliotecarii, pentru a ne reinventa, trebuie să ne concentrăm atenția asupra dimensiunii umane a instituțiilor noastre. În același mod gândirea specifică designului, centrată pe experiența umană, ne poate îndruma spre următorul pas: transferul abilității de a crea produse către generarea unei adevărate experiențe pentru utilizatori. O perspecti-

vă pur tehnocentrică asupra inovației nu e sustenabilă; o filosofie bazată pe strategiile existente va fi curând depășită de descoperiri, schimbări pe plan național și global. Avem nevoie de noi alegeri – de produse noi ca să echilibreze necesitățile utilizatorilor și a bibliotecii în ansamblu; de idei noi care să abordeze provocările globale sau naționale măcar; de strategii noi care să producă diferențe semnificative.

Design nu înseamnă doar înfrumusețare. Designul este o competență, astăzi, o competență-cheie. Când bibliotecarii vor avea această competență vor înțelege designul. Atunci designul face diferența, atunci designul devine un stil de activitate, un stil de viață.

Designul este astăzi avantaj distinct. Înțelegerea designului trebuie să fie prezentă în toate aspectele activității. Ilustrăm mai jos câteva exemple de sesizare a gândirii design în activitatea bibliotecii noastre:

#### **Mihail Vakulovski**

Felicitări pentru premiul TIUK! ([http://www.tiuk.reea.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2725](http://www.tiuk.reea.net/index.php?option=com_content&view=article&id=2725))

#### **Lidia Kulikovski**

Mihai, surpriza surprizelor!!! Da ce înseamnă asta? Noi cum să ne comportăm ca TIUK-iști?? Toată ziua o să zbor... de bucurie... Dar sunt dintre cei care se trezesc ușor. Numai nebunii se bucură de bucurie. Eu, nu sunt cu totul nebună, doar ies mai ușor și mai des din context și din cotidian. Oare pentru asta? Pentru că nu sunt cu totul nebună în astfel de cazuri mă responsabilizez nu știu pentru ce, mă angajez în nu știu în ce, mă autoevaluez (ca instituție) și mă gândesc cum să port acest premiu? Mihai, te-ai legat cu noi, iar noi... suntem serioși... Suntem și bătrâni – 136 de ani – și m-am uitat, printre premianți... tot tinerei și tinerei... Mă bucur pentru toți câștigătorii premiilor TIUK! Dar, mai ales, mă bucur pentru TIUK, care încurajează și susține talente tinere, nonconformismul, originalitatea, ineditul, atitudinea! Felicitări și tuturor TIUK-iștilor!

#### **Mihail Vakulovski**

He-he, păi nici noi nu mai suntem tinerei, TIUK e prima revistă web din România, am făcut-o în 2000, când am venit din București la Brașov și simțeam nevoia de ceva nou-nou, iar primul nr. a apărut iarna, în 2001 deja, așa că suntem și noi vechi. Mi-a plăcut mult tot ce am văzut la Dvs., apoi v-am urmărit de la distanță și mi s-a părut incredibil ce puteți să faceți la bibliotecă... Din păcate, am ținut TIUK departe de bani, deși am avut propuneri, fac revista fără salariu, de plăcere, așa că și premiile sunt simbolice, de recunoaștere. La început premiul era un sac de cartofi și prietenia noastră, Brașovul fiind o zonă foarte bună pentru cartofi și – surpriză – toată lumea se bucura de cartofi, inclusiv scriitori mari și bătrâni, cum e Nora Iuga, Daniel Pișcu etc., de poezii tinere ce să mai vorbim... Acum vor fi diplome (sper să v-o aduc în scurt timp, dacă nu vă găsesc i-o las lui Crudu – ciudat că nu v-a spus de premiu), în viitor poate voi găsi un sponsor pentru pasul următor. Mă bucur că vă bucurați de premiu. Multă sănătate, bucurii și numai bine!

Mihai, cu prietenie, respect și admirație (scuze de așa scrisoare lungă, așa a ieșit...)

#### **Conversații pe Facebook**

##### **Svetlana Cernega**

Doamna Lidia permanent ne uimește cu lucruri frumoase, utile pentru noi, bibliotecarii, pregătite minuțios și cu chibzuință, conform standardelor europene. Am avut ocazia să asist și eu la o întrunire la Crihana, unde am avut o deosebită plăcere și satisfacție sufletească. Sănătate și putere de muncă.

##### **Silvia Lozinschi**

Culoarea galbenă și albastră se potrivește de minune! E super!

##### **Lenuța Ursachi**

O lecție pentru noi toți. Felicitări!

##### **Mariana Harjevschi**

Dna Lidia Kulikovski, designer...

##### **Hasmik Galstyan**

Lovely design!

##### **Svetlana Suveică**

Cu cât gust este amenajată sala!

**Lidia Kulikovski**, mă bucur că ați sesizat designul... Asta înseamnă că aveți gândire-design... și e mare lucru...

Apariția albumului *Chișinăul în pictură* însumează voința de a clădi durabil a unor oameni (inițiatori, finanțatori, truditatori la acest proiect) care și-au înțeles exact misiunea: aceea de a pune în valoare nucleul de forță al bogatului tezaur artistic de pictură al acestui habitat binecuvântat de Dumnezeu și de a-l transmite generațiilor următoare. Autorii reprezentați dau culorii șansa de a comunica mesajul lor specific, inspirat de peisajul natural, arhitectural, dar și uman al locurilor de care se simt legați cu toată ființa. Materialul biobibliografic impresionant, acuratețea desăvârșită a reproducerilor fac, din însuși acest album, o operă de artă ce cumulează, pe lângă înalta dimensiune culturală și pe cea educativă și turistică. Un obiect cultural de cunoaștere și recunoaștere ce poate sta, fără niciun complex, pe raftul oricărei biblioteci din lume...

(A Xenia Hoge, Tulcea, România, 6.02.2013)

Catalogul-bibliografie *Chișinăul în pictură* este o lucrare interesantă, se poate spune că este un unicat. Ceva asemănător eu nu am întâlnit. Cartea este perfect prezentată! Ilustrațiile color spun multe fără cuvinte, dar articolul de prezentare generală ne ajută să înțelegem mai bine misiunea artiștilor. Lucrarea este utilă, în primul rând, pentru profesioniști, dar este accesibilă și publicului larg. Este admirabil, că s-au găsit mijloace pentru editare. Îi felicit pe autorii-entuziaști în frunte cu directorul Bibliotecii Municipale!

(Tatiana Timofeiov, jurnalist, Suceava, România)

Consider că BM, în mare, este instituția care înțelege designul. Folosește designul care transformă, care aduce utilizatori și duce biblioteca pe noi dimensiuni. BM nu se mulțumește cu calificativul „bun”. BM își rezervă angajamentul pentru calificativul „foarte bun”, „surpriză”, „Wow”!

Un designer celebru, Dewys Lasdon, a spus: „Treaba noastră este să oferim utilizatorului... ceea ce nu a visat niciodată că ar dori; iar când o va primi, va recunoaște că este exact ceea ce și-a dorit întotdeauna.”

Se pot aventura bibliotecile să sub-scrie la aceste cuvinte? Să utilizăm de-

signul pentru surpriză? Designul pentru surpriză... ne reprezintă? Reprezintă cumva proiectele la care lucrăm chiar acum? Dacă nu ratăm o mare oportunitate. Șocul recunoașterii „Wow!” este scopul suprem al designului. Este, recunosc, un standard suprem, dar singurul standard, teoretic, care merită a fi asumat în această lume-piață foarte, foarte aglomerată. Altfel cum ne-am face loc?

Oamenii, în general, și bibliotecarii, în particular, spun că nu înțeleg designul, dar știu sigur când designul este vinovat: vă cumpărați pantalonii și nu vă simțiți bine în ei (buzunare mici, se ridică între picioare) – designerul e de vină; am cumpărat scaune în sala de lectură, ne așezăm și stabilim că sunt incomode, nesigure – designerul de vină; ați fost prin hotel – ați putut citi vreodată pe sticlele expuse în baie ce scrie? Eu, nu! Intuiesc care-i șampon, care-i body locion, care-i săpun. Îmi amintesc că în delegația Novateca am stat la Hotelul „Cișmigiu” din inima Bucureștiului. Design interior de poveste. Dar o colegă ne-a mărturisit: în baie scrie că este șampon, dar eu nu l-am găsit, să nu zică că noi, basarabienii, l-am luat acasă... Ceilalți dintre noi, mai frecvenți prin hotel, au intuit și s-au folosit – de vină sunt designerii. De ce nu toate softurile sunt pe înțelesul utilizatorului? – de vină e designerul. În momentul când începem să învinuim designerul și nu mai dăm vina pe noi că ceva nu funcționează, am făcut primul pas către înțelegerea designului (colega de la hotelul „Cișmigiu” e încă prea departe de design și va rămâne foarte mult timp pe această dimensiune de neștire, de neînțelegere – ea și-a asumat vina...).

Întâi ne mâniem pe designul întâlnit în lucrurile comune, necesare vieții și apoi traducem această furie și nemulțumire pentru munca noastră! Ne asigurăm că ceea ce facem, producem, proiectăm să producem (formulare, sondaje, lucrări, ac-

tivități, politici, servicii) nu va stârni o reacție furioasă din partea utilizatorilor interni și externi. Asta-i ideea! Să utilizăm mecanismul **ce ție nu-ți place altuia nu-i face** – principiul călăuzitor în activitatea noastră, dar mai amănunțit la atelierul *Loalizarea utilizatorului*. Designul este un avantaj fenomenal dacă suntem continuu preocupați de el, în special, de cele mai minore manifestări ale lui, pe care le putem înlătura fără efort mare. Deci, punem defectele produselor pe seama designerilor, apoi ne amintim că noi și suntem designeri ai muncii noastre de zi cu zi. Problema rezidă în receptivitatea la design. Exemplele de feedback de la masa rotundă *Cercetarea contează!*, de la Premiul *Tiuk*, Brașov, și la albumul *Chișinăul în pictură* din casetele de mai sus, ne demonstrează că suntem receptivi la design. În unele cazuri noi creăm, cu bună știință, design, în altele oamenii din afara bibliotecii recunosc gândirea design în activitatea noastră.

Apoi, trebuie să învățăm a deschide ochii. Cum?

(1) Deschideți ochii: priviți în jurul dvs. oriunde v-ați afla – la restaurant, la talcioc, la piață, la supermarket, în parc, la patinoar (scriu exact în timpul când în Piața Marii Adunări Naționale funcționează un patinoar), la activități sau evenimente culturale – după chestii / lucruri care vă enervează, care vă încântă, care vă surprind sau vă mânie.

(2) Citiți: reviste, cărți despre design sau despre alte subiecte, chiar povești... Acum orice revistă are de toate – revistele despre sănătate scriu despre istorie și foamete, război; cele despre design – despre bucate, menaj, circ etc. Citiți orice și gândiți critic nu ca pe o imagine statică care nu vă privește... Educați-vă gândirea design.

(3) Păstrați, decupați dacă e cazul sau copiați, reclame bune, un slogan bun, căutați site-uri de publicitate, pagini Facebook de publicitate, dându-le un like! Vă trimit zilnic reclame, slogane, nici nu trebuie să-i căutați; memorați reclame de la televizor, acum putem reveni la emisiunea



online și copia ce nu dovedim când privim (exemplu: Tatiana Borodatii, pe care am premiat-o pentru parafraza la campania *Fii deștept, ia-ți un card inteligent*).

(4) Fiți cu ochii pe forme reușite, litere atrăgătoare (majoritatea oamenilor scriu cu *Times New Roman* și nici pe departe nu este cel mai atrăgător), cărți de vizită bune, forme de gratificare frumoase, elegante, interesante, originale rețineți-le, copiați-le, folosiți elemente pentru Dvs., fiți un fanat al formelor! Ori le judecați, ori le plăceți și vă îndrăgostiți.

(5) Creați două dosare: „de bun-gust” și „de prost-gust”. Luați notițe, păstrați în-registrările! De fiecare dată când întâlniți ceva ce ține de design de calitate – puneți-l deoparte; de fiecare dată când dați peste ceva ce ține de design de rahat, puneți-l deoparte. Construiți-vă propria bibliotecă de design opozabil bun / prost! Așa vă veți ajusta senzorii de design din mers.

(6) Faceți un tur al magazinelor *Totul de 15 lei* sau *Totul de 25 de lei*: căutați lucruri de „bun gust”, proiectate bine care costă puțin. Post-ituri, o agrafă, o ramă, clești-șoare / clame... Scopul este să vă obișnuiți cu ideea că designul scilpitor poate fi găsit în produse de un leu, dar și în produse de 1000 de lei (clamă – prietenii bibliotecii Cluj)!

(7) Faceți o agendă valet: de „bun gust” / „de prost gust” sau chiar scrieți „de rahat”: am o asemenea agendă și îmi notez de fiecare dată când dau de un design frumos, de design care mă intrigă (o sacoșă de cumpărături dintr-un magazin „Maestro”; adrese imagini care mă fascinează, adrese imagini pe care le voi folosi la activitățile de instruire / prezentări / politici / planuri / rapoarte / scrisori; am adunat zeci de „articole-design”. Ideea: cultivarea sensibilității la design.

(8) Traduceți: mă uit la Dvs. și știu că mulți dintre voi se gândesc: o să-mi distrug eu ziua mea de lucru căutând cai verzi pe

pereti... Nici nu mă gândeam să vă îndemn ca vă distrugeți ziua de muncă devenind sensibili la toate mostrele de design din jur. Ideea este, *bien sûr*, traducerea. Direct spus, atunci când vedeți un design de doi bani sau indicații stupide pentru utilizarea unui lucru, întrebați-vă, de fiecare dată: în ce măsură face și biblioteca Dvs. aceleași lucruri pentru utilizatori? (Fiți sinceri!) Poate le spuneți la toți din bibliotecă să înceapă un dosar / o agendă cu / despre design. Apoi să lucreze împreună la traducere: **cum ar fi o zi trimestrială a designului?** O zi întreagă dedicată designului, dedicată exclusiv „micilor” probleme de design de la biblioteca Dvs.? Sau o excursie în teren, de jumătate de zi, cu tema designului... la un mall! (după Seth Godin?). Sunt câțiva pașii prin care, utilizați, puteți orienta biblioteca Dvs. pe drumul spre înțelegerea / receptivitatea față de design.

Sunt câțiva pașii prin care, utilizați, puteți orienta biblioteca Dvs. pe drumul spre înțelegerea / receptivitatea față de design. Efortul interior de a-ți dezvolta viziunea, instrumentele, experiențele ca un designer va fi corelat cu efortul orientat către exterior de a comunica și de a colabora cu colegii care tind puternic către fiabilitate. Căutarea incitantă a soluțiilor pentru problemele paradoxale, pentru diversificarea, inovarea activității te responsabilizează să cauți echilibrul designului... Echilibrul te face ferm și te transformă într-un adept al designului. Și, pe măsura ce înveți numeroasele căi prin care paradigma designului creează valoare într-o activitate, vei descoperi, de asemenea, că ea dă sens vieții tale profesionale și personale...

### Încheiere

Cauzele care explică interesul crescut față de design sunt clare: în lumea aflată în continuă dezvoltare inovația a ajuns să fie nimic mai puțin decât o strategie de supraviețuire. Alături de noi produse include procese, servicii, interacțiuni, noi forme de



divertisment și moduri de a comunica și a colabora. Acestea sunt exact genurile de sarcini centrate pe oameni, la care lucrăm în fiecare zi. Evoluția naturală de la *a face design* la *gândirea-design* reflectă recunoașterea tot mai mare că ceea ce fusese doar un exercițiu de design s-a transformat într-un exercițiu de gândire specifică designerului.

De multe ori bibliotecarii întreabă: „Dar cum să inovăm? Cum să dăm start procesului de inovare a bibliotecii?” Există puncte de pornire utile și reperi folositoare pe parcurs, însă continuumul inovației este cel mai bine descris ca fiind mai degrabă un sistem de spații care se suprapun decât o secvență de pași ordonați. Acestea sunt: *inspirația* – problema sau oportunitatea care motivează căutarea soluțiilor; *ideația* – procesul de generare, de dezvoltare și de testare a ideilor; *implementarea* – drumul spre utilizator al inovației. Motivul pentru că această călătorie *este una iterativă și neliniară* este faptul că gândirea-design este în mod fundamental un proces de explorare. Călătoria ideii de la inspirație prin ideație și implementare... ajunge invariabil să capete sens, aducând rezultate ce diferă în mod pregnant de procesele liniare, bazate pe puncte de răscruce, care definesc practicile tradiționale de activitate biblioteconomică<sup>2</sup>.

Ca bibliotecarii să obțină un set de instrumente capabile să îi ajute să se miște prin cele trei spații ale inovației – inspirația, ideația, implementarea –, am lansat un ciclu de minitraininguri *Învățăm con-*

*cepte inovative*. Argumentul meu este că aceste abilități trebuie să fie dispersate în cadrul bibliotecilor, la toate nivelurile. Gândirea-design trebuie să ajungă până la directori, manageri, unde se iau deciziile strategice.

Organizațiile și indivizii se luptă pentru a se distinge prin ceva în acest talcioc numit lumea modernă. Timpul când diferența o făcea tehnologia a trecut. Nu mai este o dimensiune definitorie, iar dimensiunea design nu mai este una opțională. Dimensiunea design devine principala preocupare a organizațiilor și indivizilor! Asta au înțeles-o: Sediul Central al BM, filialele „I. Mangher”, „Adam Mickiewicz”, „Lesia Ukrainka”, „Transilvania”, „O. Ghibu”, „Ștefan cel Mare”, N. Titulescu, iar de la un timp – Filiala „Ovidius”, CAI Eminescu, precum și Tatiana Borodatii, Mila Șeremet, Aliona Nosatii, Vitalie Răileanu, Savela Starciuc...

Noi, la BM, am lansat provocarea de a încorpora designul în ADN-ul organizațional. Pentru că putem să conducem o bibliotecă de talia Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” pe baza sentimentului, a intuiției și inspirației. Nu o putem conduce nici bazați doar pe dimensiunea rațională și analitică. Abordarea integrată pe care se centrează procesul de design sugerează o a treia cale – gândirea-design.

### Referință bibliografică

BRAUN, Tim. *Chage by design: cum transformă gândirea specifică designului organizațiile și inspiră inovația*. București : Publica, 2012. ISBN 978-606-8360-19-5.

<sup>2</sup> Mai detaliat citiți: Kulikovski, Lidia. *Capacitatea inovativă a bibliotecii – filosofia și fundamentul schimbării ei*. În: *BiblioPolis*. 2012, 42, (1), 10-16.