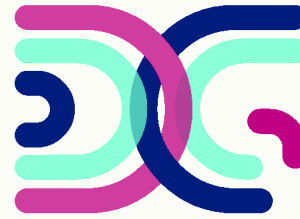


**designing  
the  
digital  
good**

Educatieproject in het teken van  
Martha Nussbaums *capability*-benadering

# **Templates voor leerlingen, fase 2 ontwerpwedstrijd**

Inleveren uiterlijk 12 november 2022  
via deze link



*Designing the Digital Good* is een initiatief van de Stichting Internationale Spinozaprijs. Het educatieve project werd ontwikkeld in samenwerking met Garage 2020 en dr. Naomi Jacobs (Universiteit Twente). Het project is mede mogelijk gemaakt door het Algemeen Nederlands Verbond, DPG Media, Janssen Biologics BV, imec, M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting, Filosofie Magazine, Stichting Utopa, Takeda Nederland BV, Vereniging Vrienden van de ISVW, Anton Jurgens Fonds en Rijksuniversiteit Groningen.

## designing the digital good

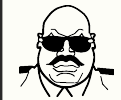


*Dit is misschien wel het leukste stukje van het ontwerpproces. Schud jezelf even los en maak je klaar voor een hilarische opdracht. Gekke, slechte of domme ideeën bestaan nu even niet.*

**Opdracht:**

Je gaat samen rond te tafel zitten en gebruikt een timer. Elk teamlid vult template 4a in. Schrijf eerst de ontwerpvraag van jullie team (zie template 3d) in het linker kader. Prent die goed in je hoofd. Vervolgens bedenkt ieder voor zich oplossingen voor de ontwerpvraag aan de hand van de onderstaande vier vragen. Probeer zo veel mogelijk antwoorden te verzinnen. Mik op minstens vijf antwoorden per vraag. Schrijf ze in een paar steekwoorden op en/of maak er een tekeningetje van. Zet voor elke vragenronde de timer aan. Elke ronde duurt tien minuten. Snelheid gaat nu even boven kwaliteit. De brainstormsessie levert elk team ongeveer tachtig – (4 x 5) x 4 – suggesties op!

**Ontwerpvraag uit template 3d:**



Hoe zou je de ontwerpvraag aanpakken als je een dicatator was?



Hoe zou je de ontwerpvraag aanpakken als je superkrachten had?



Hoe zou je oma de ontwerpvraag aanpakken?

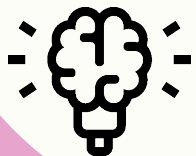


Hoe zou je de ontwerpvraag oplossen als je in de toekomst zou leven?

*Helaas, kwantiteit en snelheid hebben ook hun prijs... Van die tachtig ideeën die jullie bedacht hebben zijn maar weinig helemaal goed. Maar dat betekent nog niet dat ze waardeloos zijn. Kijk nu met een kritische blik naar jullie suggesties. Welke ideeën zouden best wel kunnen werken in de echte wereld?*

**Opdracht:**

Selecteer met je team de beste twintig ideeën van template 4a. Doe dat in twintig minuten. In de volgende vijftien minuten ga je dieper op de overgebleven ideeën in. Hebben ze aanpassingen nodig om ze te laten werken? Je mag ook ideeën van template 4a combineren. Komt er een geheel nieuw idee opborrelen waar jullie tevreden over zijn, schrijf en/of teken het dat ook op. Als je team maar op twintig goede ideeën komt.



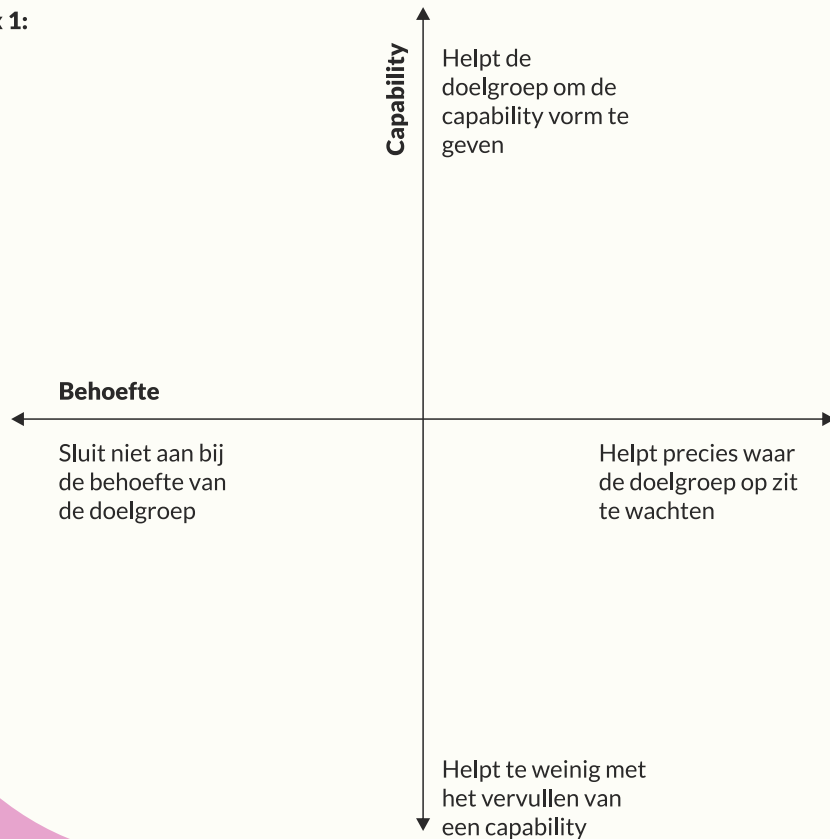
Dit is het moment waarop jullie gaan bepalen welk idee jullie verder gaan uitwerken. Zet je kritische bril op en 'kill your darlings', zoals ze dat zo mooi in het Engels zeggen. Welk idee van de twintig (zie template 4b) gaat het meest verschil maken? Met welk idee kun je de capability van je keuze het beste vormgeven?

**Opdracht:**

Tip: werk met (schilders)tape en post its voor je definitief template 5 invult. Lees de toelichting goed in de Handleiding voor finalisten!

1. Elk teamlid mag bij drie ideeën van template 4b een \* tekenen. In principe kiest het team dus maximaal twaalf ideeën. (Bestaat je team slechts uit twee of drie personen, zet dan bij meer ideeën een sterretje tot je er twaalf overhoudt).
2. Plaats de ideeën op de assen in de matrix 1 hieronder. In welke mate komt dit idee de behoefte van de doelgroep tegemoet? In hoeverre helpt het idee de gekozen capability vorm te geven? Tip: kijk nog eens naar de template met de persona voor wie je ontwerpt (een van ingevulde templates 3a).

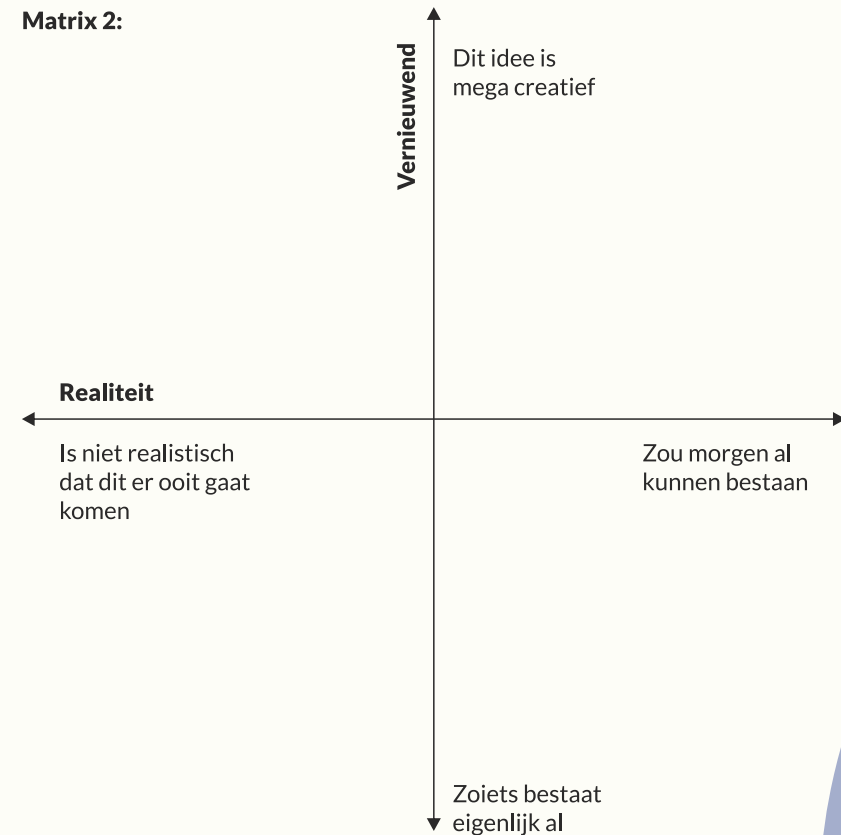
**Matrix 1:**



3. Plaats de beste ideeën uit het matrix 1 - de ideeën uit de bovenste rechter kwadrant - nu op de assen realistisch en vernieuwd in matrix 2 hieronder.
4. Kijkend naar de resultaten van stap 2 en 3. Met welk idee denken jullie de overwinning binnen te slepen?

**Beste idee:**

**Matrix 2:**



*We hebben de doelgroep al een tijdje niet gesproken. Hoewel jullie waarschijnlijk volledig achter het idee staan, is het de vraag of de doelgroep dat ook doet. Een enge stap, maar jullie gaan weer terug voor een laatste check.*

### Opdracht:

1. Ga per team met twee mensen uit jullie doelgroep praten: met iemand die jullie goed kennen en iemand die jullie minder goed kennen, bij voorkeur mensen die op de persona van je keuze lijken (zie ook de handleiding).
2. Vat de antwoorden samen in onderstaande vakken.
3. Herformuleer je idee op basis van de uitkomsten van je interview.

**Wat is goed aan het idee?**

**Welke behoefte vervult het?**

**Beste idee 2.0.:**

**Hoe kan het idee nóg beter worden?**

**Hoe helpt het om een capability vorm te geven?**

*Een beeld vertelt vaak meer dan een heel verhaal. Daarom gaan we nu van het beste idee een reclameposter maken. Die opdracht dwingt je om je idee concreet vorm te geven.*

**Opdracht:**

Neem de handleiding voor finalisten erbij en maak een poster die aan de volgende kenmerken voldoet:

- Het beeld en de tekst verhelderen de 'unique selling points' van je idee.
- De poster laat zien welke problemen - en van wie - je aanpakt.
- Geef je idee een naam!

**Inleveren van de templates uiterlijk 12 november 2022**

via deze link