

COME ORGANIZZARE E GESTIRE UNA HUMAN LIBRARY

- Santa Monica Public Library
- San Diego County Library
- The University of Tennessee



Sommario

- Introduzione
- Come funziona
- Recruitment and promotion
- Training
- Event logistics

Introduzione alla HL: Storia

Che cos'è una HL?

- I libri sono le persone
- Conversazioni tra lettore e 'libri': 1 a 1
- incoraggiare domande sul titolo che riassume il pregiudizio (ex. Un libro → essere musulmani incoraggia a fare domanda su cosa significa essere m. → x abbattere il pregiudizio muslim=terrorist).
- 2 persone che parlano di stereotipi, pregiudizio, l'essere prevenuti.
- Il titolo esplica il pregiudizio.
- Dialogo non monologo, 'bringin people together', far parlare le persone le une con le altre.

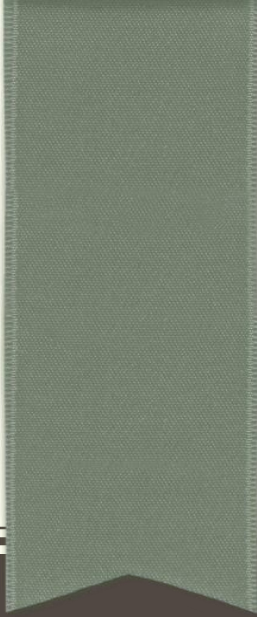
[registrarsi su HL sito per ulteriore materiale]

- Riunire le persone/Avvicinare le persone per imparare l'uno dall'altro.

L'origine del concetto

- Inizia nel 2002 in Danimarca con l'iniziativa: "Stop the violence"
- All'interno di un Summer Festival
- Rompere le barriere del pregiudizio

La 1° esperienza si chiamava Living lib./living book



COME FUNZIONA LA HUMAN LIBRARY

- Esempi di HL
- Benefici per la comunità
- Feedback
- Chelsea (San Diego County Library-affittato sala di un hotel)
- Julie (The University of Tennessee-nell'area verde fuori la biblioteca)
- Rachel (Santa Monica Public Library—nel parco locale)

Come funziona la human library.

Le nostre esperienze/storie

QUIZ: WHO AM I?



Police Detective
Civil Rights Activist
Plastic Surgeon
Living With Mental Illness
Married Jewish Lesbian Mom
Animal Rights Activist
Transgendered and HIV+



Quiz : Chi sono?

[Per testare i nostri pregiudizi.

Usato nelle sessioni di training a Santa Monica per istruire i libri-viventi. Per vedere come funziona la nostra percezione degli altri nella realtà.

Se vi chiedo chi è il Police detective → 3

Così per attivista dei diritti animali → 5

Che cosa usiamo per determinare chi è chi?

Probabilmente il modo di apparire, i vestiti, ecc.

Di solito facciamo delle valutazioni e da queste derivano gli stereotipi.

A volte è facile creare stereotipi quando gli attributi sono chiaramente visibili e consistenti, per esempio nella seconda foto sul viso c'è una scritta 'No hate', quindi cosa potrei pensare?

Probabilmente penserei che sia il transgender con Hiv.

Questo è per dimostrare come funziona la nostra mente e i nostri pregiudizi.

La realtà è che ognuno di loro è un essere umano]

Da dove cominciare (Rachel Foyt S. Monica public Library): Mezzi necessari

- Lanciare l'idea.
- Human library organization

[S.Monica: motivare il progetto:

- perchè il progetto è buono?
- quale target
- quali costi
- tattiche per raggiungere questo obiettivo

←tutto quello che può sostenere la vostra proposta

- Registrazione sul sito HL→molto utile]

Tool for hosting

- Timeline
- Risorse
- Budget
- Sviluppo della collezione

Timeline 1

- 5 mesi prima dell'evento:
 - inizia brainstorming
 - 3 mesi prima dell'evento:
 - inizia il reclutamento dei libri-viventi;
 - si individua il formatore
 - si sviluppano linee guida/regole
 - 2 mesi prima dell'evento:
 - si crea un piano di promozione
 - si sviluppano linee guida per la formazione
 - ci si accerta dei fondi
 - 1 mese prima dell'evento:
 - 2 sessioni di formazione per il libri
 - si implementa il piano di promozione
 - Evento tenuto
 - 2 settimane dopo l'evento:
 - un pranzo di ringraziamento
 - valutazione dei 'human books'
- [Il reclutamento è la parte più difficile, ha preso più tempo del previsto (perché i libri faticavano a comprendere l'idea, non vedevano se stessi in modo stereotipato).
- Occasione per aprire a nuova utenza e confrontarsi con il pregiudizio.
 - Tip: Per reclutare: «*Do you want to tell your story?*»
- La cosa più difficile e che prende più tempo è creare la propria collezione di libri umani]

Timeline 2

- - 1 mese prima dell'evento:
 - 2 sessioni di formazione per il libri
 - si implementa il piano di promozione
- Evento tenuto
- 2 settimane dopo l'evento:
 - un pranzo di ringraziamento
 - valutazione 'human books'

Risorse

Due membri a tempo pieno (Santa Monica)

- All'inizio si incontrano 2 persone ogni 2 settimane
- A circa 2 mesi dall'evento, si incontrano ogni settimana
- Si incontrano tutti i giorni quando l'evento si avvicina
- Dividono le diverse responsabilità

[Non un reclutamento 'pubblico' ma partendo dalle persone che conosciamo *FOF=friends of friends*.

Santa Monica → in realtà tutti i membri della biblioteca erano coinvolti.

Scelto di non fare un *public recruitment*.

All'evento ha partecipato anche il personale volontario → 6 persone:

1 per i media; 2 bibliotecari, 2 'running pages' (portavano i lettori dai libri); 1 persona addetta alla greenroom: uno spazio dove i libri potevano prendere una pausa e bere qualcosa]

On line resources

- ALA Human library panel libguide

<http://http://libguides.sau.edu/humanlibrary> [non funziona]

- Tompkins Cortland Community College
- St. Ambrose University
- Many others

Budget (S. Monica)

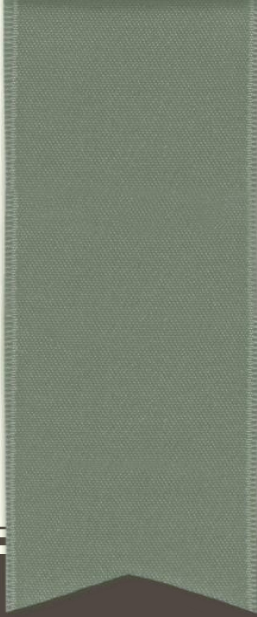
- 2.000 \$ dagli amici della biblioteca
 - sessioni di formazione [tenute da una prof.ssa di comunicazione personale]
 - cibo per libri viventi nella Greenroom [un sacco di soldi sono andati al cibo, per essere sicuri che i libri fossero comodi e soddisfatti]
 - decorazioni per l'evento
 - pranzo di ringraziamento e valutazione
 - annunci nei giornali locali
- 1.400 \$ dal budget
 - t-shirts [date ai libri in anticipo e ai volontari]
 - fotografo professionista [molto importante!]
- durata prestito da 30' a 1h e 30'
- In totale: 11 libri per 4 ore nel pomeriggio [un'altra HL: 14 libri per 5 ore era troppo!]
- Abbiamo trovato che 10-12 libri per 4 ore nel pomeriggio sia la formula ottimale

Collection development (Santa Monica)

- Brainstorming
- Chi è giusto per la tua community?
- Human books

[collezione deve essere specifica per i bisogni della nostra comunità]

- Specifica per i bisogni di S. Monica
- [larga comunità di persone homeless, vogliamo che siano rappresentate nella living library]
- Arruolate e formate: 3 donne [1 nata *homeless*, 1 divenuta *homeless*, 1 *transitional housing*. 1 *fat-activist* (attivista delle persone obese) ← è stata un nostro bestseller.
- S. monica *beach* ha una grande comunità di nudisti così abbiamo invitato un nudista che è divenuto un bestseller.
- Una persona con problemi di salute mentale, un detective della polizia, un mormone.
- Anche se questa HL ha funzionato in S. Monica non significa che funzioni per voi]



RECRUITMENT AND PROMOTION

Chelsie Harris
San Diego County Library

Recruitment

- Iniziare dalle persone che conosci (staff, utenti)
- Porre attenzione a quello che succede nella tua biblioteca/community tutti i giorni
- Quando si hanno già i tipi di libri in mente → parlare alle persone che conosci (staff, amici, amici di amici..)
- Tenere gli occhi aperti → i potenziali libri sono ovunque.
- Persone che adorano raccontare la propria storia
- Organizzare una box, un flyer...

RECRUITING BOOKS

- Trovare i libri: che cosa sappiamo?
- Visionare/testare i libri: vanno bene per me?
- Sessione di brainstorm: Idee per i libri?

[Per prima cosa, guardare all'organizzazione della propria comunità.

-Le associazioni per le malattie mentali e per le dipendenze sono una risorsa perché in questo modo siamo sicuri che i libri saranno emotivamente preparati a parlare della propria condizione.

-Analizzare i nostri libri è estremamente importante per capire se siano affidabili e se capiscano a pieno il significato dell'iniziativa

-È importante avere una conversazione con ogni libro per trovare quelli che non si sentono a proprio agio e hanno problemi con determinate domande.

-Per questo è importante fare domande scomode che possano mettere le persone sulla difensiva

È possibile trovare qualcuno che vuole fare il libro a tutti i costi ma non è idoneo perché troppo apertamente combattivo, non si trova a proprio agio nel raccontare la sua storia, o ha problemi con alcune domande]

PROMOTION (dopo che avete trovato la vostra collezione)

- Target audience [definire il proprio audience]
- Media talking points [preparare un set chiaro di frasi facili da ricordare che delineino bene l'idea di HL]
- Elevator speech [massimo significato in un minimo di parole].
- Press releases/comunicati stampa [su un libro in particolare, con foto, ecc)
- Photographer
- Flyers/volantini [su un libro specifico, per creare una connessione emotiva, sono necessarie persone reali per creare questa connessione]
- Photo release waivers [liberatorie per l'uso delle foto]
- Creare un media kit [essere sicuri di chi vuole essere usato nei media e chi no]

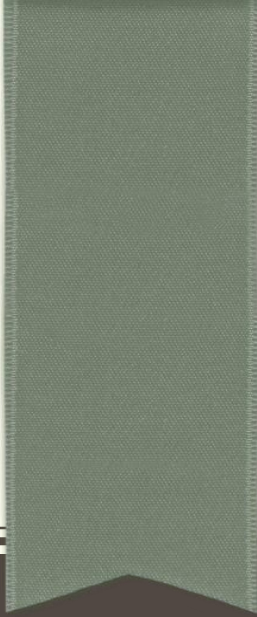
[la promozione sta alla base del successo di qualsiasi HL

-è necessario fare promozione come pazzi

-1° passo è definire il proprio audience

A molte persone è piaciuta tantissimo l'idea ma poche persone hanno trovato il coraggio di partecipare perciò bisogna fare pubblicità *'like crazy'*.

Il tempo impiegato per la promozione è tanto quanto quello del planning]



TRAINING

Julia
Santa Monica Public Library

TRAINING

- 90 minuti
- Fare incontrare i libri e fare pratica insieme
- Abbiamo coperto i seguenti punti:
 - Tecniche di comunicazione efficaci
 - Iniziare una conversazione
 - Sconfiggere la negatività e rispondere a domande impegnative
 - L'importanza dell'autovalutazione e della riflessione

[-Essere sicuri che i libri viventi comincino in modo chiaro e avvincente

-importante che i libri siano completamente a loro agio con l'evento

-alla sessione di training abbiamo detto quello che potevano aspettarsi

-fare pratica nell'espone la loro storia, si sono testati gli uni con gli altri e vedere come andava la conversazione

- Abbiamo lavorato insieme a un prof.ssa di '*speech and a personal communication*' che ha sviluppato il training per i libri,

Ha coperto questi temi: come comunicare efficacemente, come iniziare la conversazione, disinnescare le negatività, iniziare con delle domande di base; essere consapevoli che qualcuno potrebbe danneggiare un libro in qualche modo (ma non è mai successo); effettuare una valutazione prima di passare al prossimo lettore.]

-Incontri da 90 minuti: uno di sera nel week end e un altro di pomeriggio sempre nel week end

-Ma i libri dovevano partecipare ad un solo incontro; dai feedback dei libri è emerso che gli incontri sono stati utili per capire cosa li aspettasse e li ha aiutati a prepararsi a raccontare la propria storia]

HOW TO TELL YOUR STORY 1

«Storytellers, by the very act of telling, communicate a radical learning that changes lives and the world» Chris Cavanaugh

[Nel training abbiamo detto ai libri di creare un ambiente confortevole, la prima impressione è fondamentale e di piacere all'ospite; vuoi affezionare il tuo ospite. Es. 'Ciao, sono Rachel, piacere di conoscerti e grazie per essere venuto oggi' E creare un rinforzo: 'hai trovato la biblioteca? Hai incontrato traffico?'

Presentarsi brevemente: 'grazie per essere venuto oggi, immagino che mi hai scelto perché vuoi saperne un po' di più su cosa vuol dire essere a 'red head' (roscio) ma forse hai qualche domanda da fare altrimenti posso chiedere qualche 'sample question'← perciò abbiamo fornito ai nostri lettori e ai nostri libri delle *sample questions*, per dare inizio alla conversazione e queste domande sono alla fine del *webinar*.

I libri hanno fatto pratica durante il training, su come usare il linguaggio non verbale, il contatto diretto degli occhi, annuire o dissentire con la testa, tutto questo sembra molto ovvio ma quando stai avendo una conversazione con qualcuno su qualcosa di personale e magari c'è qualcosa a cui non vuoi rispondere, è una buona strategia ritornare alle basi (in questo modo tutti si sentivano preparati).

HOW TO TELL YOUR STORY 2

[Abbiamo chiesto ai libri di rispondere a delle domande con esempi sulle loro esperienze, qualcosa che potevano condividere con i lettori

Abbiamo coperto anche le modalità di comunicazione: come il contatto diretto degli occhi, l'espressione facciale, il ritmo, tono della voce, intonazione, modulazione della voce, l'articolazione/dizione e abbiamo dato alcune suggerimenti per fronteggiare una domanda impegnativa. Per es.: è importante chiedersi se l'informazione è nuova per il lettore perché a volte fa' domande scorrette non per cattiveria ma per ignoranza sull'argomento.

Vogliamo che i libri siano coscienti che ci saranno domande impegnative ma se c'è una domanda a cui il libro non vuole rispondere va bene dire 'Non mi sento a mio agio rispondendo a questa domanda' ma continuare comunque la conversazione indirizzandola 'parliamo di questo'

Ma se pensi che il lettore ti sta criticando in qualche modo va bene interrompere la sessione, si può dire 'questo dialogo non è produttivo e finiamo la conversazione qui, ora'.]

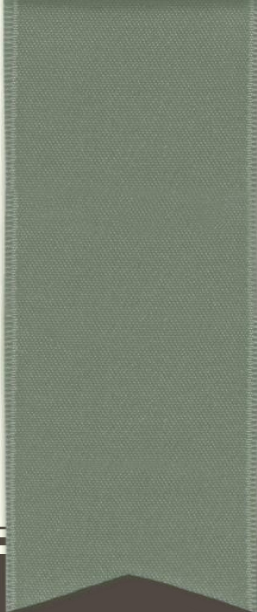
HOW TO TELL YOUR STORY 3

[tuttavia a Santa Monica non ci sono stati questi problemi, tutti hanno avuto una bellissima esperienza e tutti sono stati rispettosi, a loro agio e gentili ma abbiamo voluto *empowerment*/potenziare i nostri libri con tali strumenti giusto in caso di necessità

Alla fine di ogni conversazione abbiamo chiesto ai nostri libri di fare una riflessione, cosa è andato bene e cosa no durante la conversazione, per capire come migliorare la conversazione la prossima volta.

Nella HL la conversazione personale è il punto fondamentale e ti dà la possibilità di veicolare messaggi in modo diretto e pertinente che non potrebbero essere ricevuti altrimenti.

And story telling brings that to life and bring alive experiences (raccontare le proprie storie le rende reali e dà vita alle esperienze)]



EVENT LOGISTICS

Chelsie Harris
San Diego County Library

HOW EVENT LOGISTICS

- Ambiente
- Programmazione e cronometraggio
- Forniture:
 - Materiale stampato
 - Cibo e bevande
- Linee guida & domande esemplificative (d'aiuto)
- Che cosa fare se un libro viene danneggiato?

[musica , altre attività se volete qualcosa di più energetico, oppure no.

Scheda di programmazione e una persona che tenga il tempo, per es. 20 minuti per sessione.

Considerare anche le pause per i libri.

E' importante avere anche qualcuno che tenga il tempo per i libri, o magari orologi sui tavoli o sveglie.

Forniture: abbiamo fornito un catalogo cartaceo e altri documenti che illustravano un pochino i libri, domande esemplificative per facilitare l'inizio della conversazione, delle guide su come comportarsi, e una tessera di biblioteca come promemoria di quali libri si è prenotati e a che ora.

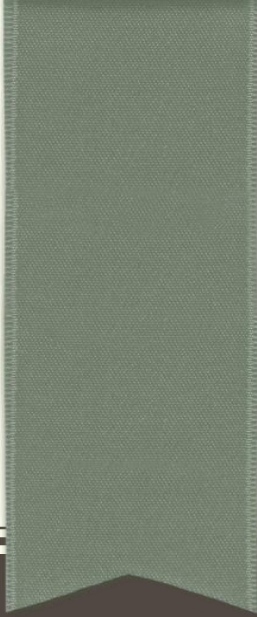
-magliette, materiale di ristoro (cibo, acqua, ecc.).

-considerare cosa fare se un libro viene danneggiato, considerare l'evenienza di rimpiazzarlo con un altro libro o se accade qualcosa durante la conversazione-comunque da noi non è successo niente

Tenere gli occhi aperti!]

23/09/2019

R.A.



EVALUATIONS, FEEDBACK AND THANK YOUS

Julie Winkelstein
University of Tennessee, Knoxville

Analisi di valutazione, feedback e ringraziamenti 1

- Perché effettuare la valutazione?
- Valutazione dei libri
 - Esempi di risposte
- Valutazione dei lettori
 - Esempi di risposte
- Debriefing con i libri
- Ringraziare i libri

Abbiamo usato fogli di valutazione di *old-fashion* (c'è molto materiale su il sito HL)

Feedback fondamentale perché chiarisce cosa ha funzionato e cosa no

Avevamo schede di valutazioni diverse per i libri e per i lettori.

Un es. x i lettori: «dove hai sentito di questa HL? Questa è la tua prima volta? Che libro hai preso? Quale sono state le tue impressioni?

E avevamo una sezione dedicata ai titoli.

Abbiamo chiesto che cosa hanno imparato e cosa raccomandano e altri suggerimenti sui libri che avrebbero voluto trovare

Ai libri abbiamo chiesto di raccontarci la loro esperienza e in che modo pensano che i lettori ne abbiano beneficiato e se loro stessi ne hanno beneficiato?

E anche qual è stata la domanda più freak/strana (un adolescente accompagnato dalla mamma che ha chiesto a che età è appropriato fare sesso ed il libro ha gestito bene la domanda dicendo che varia da persona a persona e che è giusto parlarne prima con i genitori)

Se avevano raccomandazioni per i lettori per le future HL: «non aver paura di fare domande»

Analisi di valutazione, feedback e ringraziamenti 2

- [ringraziamenti e riconoscenza,
 - Chelsea (San Diego) un tavolo col cibo, un grande grazie e un grande abbraccio;
 - Rachel (S. Monica)-> una borsa con gadget;
 - Julia (University of Tennessee)->un pranzo al ristorante
-
- Domande dopo il webinar: i libri si possono prenotare 1 ora prima dell'evento (non un giorno prima)
 - 10-12 libri per 4 ore e dato un break a ciascun libro di 35 minuti
 - Non è stata ammessa nessuna registrazione perché è una conversazione privata]