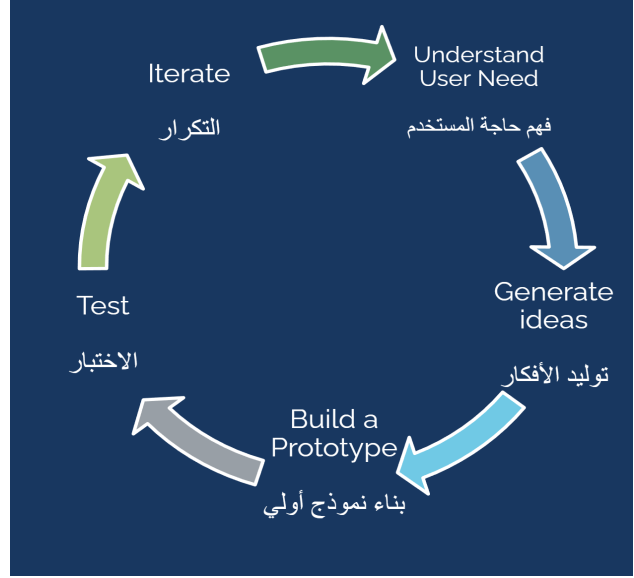




التعاون/التصرف والتصميم الذي يركز على
الإنسان للنشطاء
دليل الميسر

ما المقصود بالتصميم الذي يركز على الإنسان؟ وكيف يمكن أن يساعد النشطاء ليكونوا أكثر فعالية؟

تحيط بنا اليوم المنتجات والخدمات التقنية - في جيوبنا، ومنازلنا، ومطابخنا، وأماكن عملنا، والأماكن العامة. والتصميم الذي يركز على الإنسان هو النهج الذي يضمن أن هذه المنتجات والخدمات يمكن الوصول إليها وبديهية وسهولة الاستخدام. وهو نهج يركز على حل المشكلات المعقدة باستخدام التعاطف والتقنيات الأخرى التي تفهم احتياجات المستخدم لتصميم منتجات رقمية تبدو جميلة المظهر وسهولة الاستخدام من قِبَل جميع المجتمعات المختلفة. سيستفيد النشطاء الذين يحاولون إحداث تغيير اجتماعي من خلال تبني إطار تصميم يركز على الإنسان: كيف يمكن أن تصل رسالتك إلى المجموعة المناسبة من الأشخاص في السوق الحديثة باستخدام الأدوات التي يتفاعلون معها كل يوم؟



DCH هي عملية دورية.

التصميم الذي يركز على الإنسان هو عملية دورية ومتكررة تبدأ ببعض الأسئلة الرئيسية: ما هو المنتج الرقمي أو الخدمة أو الحملة الرقمية المقصود بها، وما هي الاحتياجات والرغبات التي يمتلكها هذا الجمهور المستهدف، وكيف يمكن لهذا المشروع أن يدعم تلك الاحتياجات، وكيف يمكنك الوصول إليهم؟ تولّد رؤى المستخدم هذه أفكارًا جديدة، يتم دمجها بسرعة في نموذج أولي (أو تكرار أولي بسيط) وتوضع في أيدي المستخدمين لجمع التعليقات، والتكرار بناءً على تلك التعليقات.

ويساعد إطار العمل هذا الفرق على إنشاء منتجات وخدمات وحملات تتواصل مع الأشخاص أينما كانوا وتتحدث إليهم بكلمات يمكنهم فهمها. المنتجات التي تتمحور حول الإنسان هي أكثر سهولة في الوصول إليها وقابلة للاستخدام، ومن ثمّ، فإنه من المرجح أن يكون لها تأثير أكبر في العالم، لا سيما فيما يتعلق بالبرمجيات والتكنولوجيا. وسواء أكنت تدرس دور وسائل التواصل الاجتماعي وخطاب الكراهية في الهند، أم تدرس مكافحة قطع الإنترنت في الكامبيرون، أو تطوير حملات مناصرة للفئات المهمشة في كولومبيا، فإن فهم ما يدفع إلى نجاح المنتجات والخدمات يمكن أن يكون مفيدًا للغاية.

لذا، حتى إذا لم تكن مصممًا عن طريق التجارة، يمكنك استخدام دروس التصميم الذي يركز على الإنسان في أعمالك الكتابية، والبحثية، والدعوية - فهي قابلة للتطبيق في العديد من المجالات! تجمع الأنشطة الموضحة في مجموعة أدوات التعاون/التصرف هذه بين التصميم الذي يركز على الإنسان ومبادئ الإدماج، والفعالية، وتنظيم المجتمع. ستساعدك تدريبات التعاون/التصرف على تصميم منتجات، وخدمات، وحملات أفضل أداءً من خلال تركيزها على مجتمعك وأصحاب المصلحة والزلاء؛ ما يضمن أن تكون النتيجة النهائية أكثر شمولًا، ومن ثمّ أكثر ديمقراطية.

هل أنت جاهز لتبدأ؟ إذا كنت ترغب في تسهيل تجربة التصميم التي تركز على الإنسان لفريقك، فابدأ رحلتك بدليل المنسق الخاص بنا. وإن كنت مشاركًا، فألق نظرة على دليل المشاركين الخاص بنا.

بهذا تصير جاهزاً لتصميم منتجك، أو خدمتك، أو حملتك التالية. كيف يمكنك تسهيل تجربة التعاون/التصرف لفريقك؟ أولاً، إليك بعض المعلومات حول بنية مجموعة الأدوات.

دليل مجموعة الأدوات

تتكون مجموعة أدوات التعاون/التصرف من سبع وحدات، وتشتمل كل وحدة من وحدات التعاون/التصرف على المفاهيم والمصطلحات الأساسية، ونشاط (أو أنشطة)، ونصائح وجيل تعتبر أساسية في تطوير المنتجات، أو الخدمات، أو الحملات التي تتمحور حول المستخدم. يمكن الانتهاء من الوحدات على مدار أيام قليلة أو على مدار أشهر. وبينما تمنحك دروة التعاون/التصرف المرونة في انتقاء الوحدات النمطية الخاصة بك واختيارها، فإن الوحدات اللاحقة تبني على الرؤى المستوحاة من الوحدات السابقة. يجب عليك التعامل مع جميع الوحدات بالترتيب التالي للحصول على تجربة أكثر شمولية:

1. تخطيط النظام البيئي
2. تحديد الجمهور المستهدف
3. بحث المستخدم وشخصيات المستخدم
4. إعادة النظر في السؤال: اختبار الافتراض
5. العصف الذهني وتكوين أفكار
6. النماذج الأولية السريعة واختبار قابلية الاستخدام
7. البناء المستدام لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك

تنقسم مجموعة الأدوات إلى دليل المنسق ودليل المشاركين. ويتضمن دليل المشاركين المفاهيم والمصطلحات الأساسية، ومعلومات عن كل وحدة، ونصائح للمشاركين عند إتمامهم النشاط. بينما يتضمن دليل المنسق مزيداً من المعلومات حول كيفية تنفيذ كل نشاط ونصائح للتيسير. وبصفتك منسقاً، فلا تتردد في الرجوع إلى كلا الدليلين.

دور المنسق

صفتك منسقاً، يتجلى دورك في إدارة وتوجيه عملية التعاون/التصرف عبر كل الوحدات. ولا تقلق، فليس عليك أن تكون خبيراً في التفكير التصميمي أو أن يكون لديك أي تدريب كمنسق لتكون المنسق، بل كل ما تحتاجه هو الشعور بالراحة فقط في المحافظة على الوقت وتشجيع المتعاونين معك طوال عملية التعاون/التصرف.

إذا كنت حديث عهد بالتصميم الذي يركز على الإنسان، يمكنك مشاهدة مقدمة سريعة بالفيديو هنا:

<https://www.youtube.com/watch?v=m10Q-p3vHeo>

مهمتك الأساسية كمنسق هي خلق بيئة منفتحة وودية للمشاركين للالتقاء ومناقشة الأفكار الجديدة. وبصفتك منسقاً، فإنك ستعمل كمنسق ودود لكنه حازم - لتذكير المشاركين بالتركيز على المناقشة المطروحة وإدارة الوقت.

تُعدّ الموارد التالية حول التيسير مفيدة للمراجعة عندما تنشئ مساحة آمنة وتعاونية:

- يمكن أن يساعدك [تدريب عجلة الهوية \(صفحة 55\)](#) الذي أجراه برنامج أبحاث المجموعة الاستشارية للبحوث الزراعية الدولية حول تغير المناخ والزراعة والأمن الغذائي (SFACC) في استكشاف مكانتك وكيف يمكن أن تؤثر في وصولك وعلاقاتك بالمشاركين الآخرين في دورة التعاون/التصرف.
- يحتوي برنامج [التدريب من أجل التغيير](#) على العديد من الأدوات والموارد للتيسير عبر الإنترنت وشخصياً.
- يحتوي [دليل الرجال، والسلطة، والسياسة](#) الصادر عن المعهد الديمقراطي الوطني على مزيد من المعلومات حول التيسير الشامل للنوع الاجتماعي.

بعض النصائح والحيل العامة:

الانخراط مع المشاركين أثناء التدريبات:

تهدف الأنشطة التصميمية التي تركز على الإنسان إلى أن تكون تفاعلية وممتعة. وأثناء استعراضك لمجموعة الأدوات، ذكّر المشاركين بأن يشاركوا علنًا أي أفكار ممكنة وألا يبالغوا في التفكير في إجاباتهم. فنحن جميعًا هنا ليتعلم بعضنا من بعض!

ضبط الوقت:

تتجلى مهمتك الأساسية كمنسق في إدارة الوقت. وستتضمن كل وحدة معلومات حول المدة التي يجب أن يستغرقها النشاط، بيد أنه ليس عليك أن تكون صارمًا للغاية في مسألة ضبط الوقت. فإذا لاحظت أن الجميع ينهون المهمة مبكرًا، يمكنك أن تقرر إنهاء التدريب مبكرًا بعض الشيء. وإذا احتاج أناس إلى مزيد من الوقت، فلا تتردد في منحهم المزيد من الوقت.

تشجيع المشاركين على المشاركة:

تُعَدُّ إعادة المشاركة (أو إعطاء نشاط ما بعد القراءة) مفتاحًا لجميع التدريبات. وقد يشعر المشاركون أحيانًا بالخجل وهذا أمر طبيعي! نقترح السماح للأشخاص بمعرفة الوقت المناسب لإعادة المشاركة التي سيحتاج الجميع إلى مشاركتها. وبصفتك المنسق، فإنه يمكنك اختيار الشخص الأول وترتيب المشاركين في "صف" حول الغرفة؛ حتى يعرف الأشخاص متى يجب عليهم المشاركة مرةً أخرى. بمعنى، إذا كان الجميع على طاولة، يمكنك اختيار شخص واحد ثم تقول "ستتحرك في دائرة

حول الغرفة في اتجاه عقارب الساعة، بدءًا من زميلنا أليكس، هنا. وسيكون سام [الذي بجانب أليكس]، هو التالي وهكذا". يتيح هذا للمشاركين معرفة موعد دورهم حتى لا يكون هناك أي لبس، ويمكن أن يساعد في تسريع عملية إعادة المشاركة. ويمكنك أيضًا انتقاء أي شخص للمشاركة في عملية إعادة المشاركة.

التشجيع على إعادة المشاركة:

لقد اكتشفنا مع عملية التيسير أنه من المفيد للغاية قول ملاحظات مشجعة بعد كل إعادة مشاركة من قِبل شخص ما، وتقديم نقطة للتعليق. يمكنك، بل ويجب عليك أيضًا، أن تطلب من المشاركين الآخريين مشاركة أفكارهم. يمكنك قول "عمل رائع يا أليكس. هل لدى أحدٍ منكم شيء آخر ذو صلة؟ ما الذي أثار إعجابكم بشأن نقاط أليكس؟ هل هناك نقطة معاكسة يجب أن نأخذها بعين الاعتبار؟" هذه الأسئلة المحفزة الصغيرة يمكن أن تساعد في بدء المحادثة مع المشاركين.

لا تقلق إذا غيرت هذه النقاط الصف أو قائمة الأشخاص الذين يعيدون المشاركة، فلا يزال بإمكانك مواصلة العمل بالترتيب وتذكير المشاركين بأنه من المقبول تكرار ما قالوه (إذا تحدثوا وشاركوا بالفعل نقاطهم)؛ لأننا نريد أن نضمن حصول الجميع على فرصة للتحدث ومشاركة نقاطهم.

هل أنت جاهز للبدء؟ انتقل إلى وحدة "تخطيط النظام البيئي" لبدء رحلة التعاون/التصرف.



صورة مناقشة المجموعة

أهداف الوحدة

الوحدة الأولى التي تبدأ رحلة التصميم الذي يركز الإنسان الخاصة بك عبارة عن تخطيط للنظام البيئي: ففكر في هذا كتحليل ونقطة انطلاق مشروع لفريقك. الهدف من تخطيط النظام البيئي هو معرفة أين يختلف الفريق حول القضايا الرئيسية، وما هي المفاهيم الخاطئة، والاختلافات، والارتباك الذي قد يكون لدى الفريق، واستخدام التدريبات كاجتماع لبدء المشروع لضمان فهم الجميع للمشروع، والمنجزات المستهدفة، ومجالات التركيز. قد تكون لدى فريقك، على سبيل المثال، تصورات مختلفة للمسألة التي تتناولها، حتى الفريق الأشد الذي لديه سؤال شديد التركيز يمكن أن يواجه مشكلة من زوايا مختلفة، ولديه أصحاب مصلحة أو رغبات أو قضايا مختلفة، يشعرون بأنها مهمة لتسليط الضوء عليها. ويُعدّ هذا أمرًا طبيعيًا في عملية التعاون، ويمكن أن يساعد تخطيط النظام البيئي في جعل الجميع متوافقين في وقت مبكر، ومهمتك كمنسق هي المساعدة في إنشاء مساحة، حيث يمكن للناس مشاركة جميع وجهات نظرهم المختلفة حول المشروع والمساعدة في توجيه المشاركين نحو ترابط الأفكار، ونقاط التركيز، والمخرجات.

ملحوظة: ثمة نسختان من خرائط النظام البيئي: النسخة المكثفة، والنسخة الكاملة. هدف وتأطير وحدات النظام البيئي وثيق الصلة مباشرة بكلتا النسختين، والفرق الوحيد بين النسختين هو أن النسخة المكثفة تحتوي على تدريب واحد مقابل ثلاثة تدريبات للنسخة الأخرى. وبصفتك منسقًا، يتعين عليك أن تقرر النسخة الأنسب لفريقك. هل أجرى الفريق سابقًا تحليلًا للمناظر الطبيعية أو لأصحاب المصلحة فيما يتعلق بنطاق المشكلة المحتملة؟ وإذا كان الأمر كذلك، فقد تكون النسخة المكثفة مناسبة بشكل أفضل. تُعدّ النسخة الكاملة أكثر ملاءمة للفرق التي تستكشف نطاقات مشكلات جديدة أو موهمة بالتعمق في سياقها المحلي. فيما يلي، سترى النسخة الكاملة وتدريبات النسخة المكثفة، والتي تم فصلها. علمًا بأن محفزات المنسق مفيدة بغض النظر عن النسخة التي تقرر العمل بها.

تدريبات النسخة "الكاملة"

التدريب رقم 1: ما الذي تريد حله؟ ما المشكلة التي تطرحها؟

سيساعدك هذا النشاط على التركيز على القضية الاجتماعية الشاملة التي ترغب في معالجتها من خلال منتجك، أو خدمتك، أو حملتك.

- الوقت: حوالي ساعة واحدة

- الاحتياجات: أقلام ألوان مختلفة، وقطعة ورق بحجم الملصق

- المنسق: تذكر تتبع الوقت!

○ (حوالي 01 دقائق) امنح كل مشارك من المشاركين قلم ألوان، واطلب منهم تدوين المشكلة التي يرغبون في حلها. لا تردد في الإشارة إلى أي مواد قمت بتضمينها في مشاريع سابقة أو ذات صلة، والبحث الأولي، والتقارير، وما إلى ذلك. تتضمن بعض الأمثلة "منع الرقابة على الإنترنت"، أو "صعوبة التسجيل للتصويت"، أو "نقص المعرفة بأعضاء البرلمان وكيفية التعامل معهم". يجب أن يحفز المنسق المشاركين على استغلال الوقت للتفكير بعمق والشعور بالحماس تجاه القضايا التي يرغبون في معالجتها. ولا تخف من طرح وجهات نظرك الشخصية وخبرتك أثناء هذا التدريب.

○ خذ استراحة.

التدريب رقم 2: الناس والمشكلة

- بعد ذلك، خذوا ما ذكر أعلاه، ولكن دعونا نعدده وننتقده أكثر. فحّر في ثلاثة أفراد. ويجب أن يكون هؤلاء الأفراد الثلاثة ممثلين للمجموعات المتنوعة المتأثرة بالمشكلة التي تركز عليها. ابتكر أفكارًا بنفسك أو استخدم مثالنا التالي:
 - طالبة جامعية تبلغ من العمر 20 عامًا وهي كفيفة
 - طالب جامعي مثلي يبلغ من العمر 35 عامًا
 - رجل من أقلية عرقية متقاعد يبلغ من العمر 65 عامًا
- على نفس ورقة اللحم، اكتب في نقطة واحدة كيف ستؤثر كل قضية في هؤلاء الأشخاص. التفكير في القضية من منظور هذه الآفاق المختلفة يمكن أن يسلط الضوء على الفروق الدقيقة لكل موضوع.
- استغل الـ 03 دقيقة المتبقية لمناقشة القضايا المختلفة داخل المجموعة. فحّر في كيفية ارتباطها بمهمة مؤسستك ومواردها. استغل هذا الوقت في مناقشة وإقناع بعضكم بعضًا بشأن نطاق القضية الذي تشعر بأنه أكثر صلة. استخدم هذه المناقشة لتحديد نطاق مشكلة واحد سيكون محور تركيز منتجك، أو خدمتك، أو حملتك. لتركيز المناقشة، يمكن للمنسق أن يشجع المجموعة على التصويت على أهم ثلاثة بيانات للمشكلة، مع استبعاد الإدخالات الخاصة بهم. وسوف تستفيد الفكرة القوية من مجموعة متنوعة من وجهات النظر والنقاش الصحي؛ ويجب على المنسق أن يشجع بنشاط جميع المشاركين على التعبير عن أنفسهم. تذكر أن تلقي نظرة على قسم "هل تحتاج إلى مزيد من المساعدة؟" أو قسم "أنا عالق" للحصول على المساعدة إذا لزم الأمر!

التدريب رقم 3: تخطيط النظام البيئي - من يشارك أيضًا؟

بمجرد تحديد المشكلة التي ستكون محور تركيز منتجك، أو خدمتك، أو حملتك، ابدأ خريطة نظامك البيئي. وسوف تحدد خريطة نظامك البيئي القوى المختلفة وديناميكيات المعلومات التي قد تؤثر في جدوى مشروعك ونجاحه. وستحدد الخريطة أيضًا الشراكات المحتملة وفرص التعاون.

- الوقت: حوالي 03 دقيقة إلى ساعة واحدة
- الاحتياجات: أقلام ألوان مختلفة، قلم تمييز، ملاحظات لاصقة (دقيقة)، ورقة لحم واحدة كبيرة
- المنسق: تذكر تتبع الوقت! ألق نظرة على الأقسام أدناه إذا واجهتك مشكلة وكنت بحاجة إلى نصائح وجيل إضافية.
 - امنح كل مشارك قلم تمييز واطلب منهم كتابة الجهات الفاعلة التي تؤثر في مشكلتك في الملاحظات اللاصقة (جهة واحدة فاعلة لكل ملاحظة لاصقة). تذكر، يمكن تنفيذ ذلك فرادى أو جماعات. أضف ملاحظاتك اللاصقة إلى ورقة اللحم. بعض الأسئلة التي يجب مراعاتها هي:
 - ما المشكلة التي تطرحها؟ ما هي بعض القضايا ذات الصلة؟
 - من غيرك يهتم بمشكلتك؟
 - من يمتلك القوة ومن لا يمتلكها؟ من يتمتع بحق الوصول أو التحكم في الموارد ومن لا يتمتع بذلك؟ ما هو مدى هذا التحكم أو الوصول؟

- ما هي المنظمات التي تعمل في نفس المجال، سواء مع القضية أو ضدها؟ ما هي المجتمعات التي تؤثر فيها القضية؟ فُكر في الأفراد الذين يشاركون في تقديم خدمة معينة (مثل المعلمين) وكذلك المستفيدين (أي الطلاب).
- من الذي قد يكون مفقودًا حاليًا في المحادثة الجارية حول مشكلتك؟
- ما هو البحث الحالي الذي أجريته أو جمعته في هذا المجال؟
- ماذا تعتقد أنك تفتقده؟ وكيف يمكنك أن تعرف؟
- ما هي المعوقات التي يمكن أن تواجهها؟
- كيف ترتبط كل جوة فاعلة بالجهات الفاعلة الأخرى في هذه البيئة؟ أضف أسهمًا ثنائية الاتجاه بين الملاحظات اللاصقة.
- حدد أي الجهات الفاعلة تخدم المعلومات؟ بمعنى آخر، من هم المؤثرون في هذا المجال؟ قم بتمييز تلك الملاحظات اللاصقة.
- حدد الجهات الفاعلة التي يمكنك الوصول إليها حاليًا. قم بتمييز تلك الملاحظات اللاصقة بنجمة.

تدريب النسخة المكثفة

التدريب رقم 1: ما الذي نسعى لحله وما هي فئتنا المستهدفة؟

تم تصميم هذا التدريب لوصف لمشروعك، ومشكلتك، ومجموعة المستخدمين التي تستهدفها بمزيد من التفصيل.

إذا وصلت إلى هنا، فمن المحتمل أن تكون قد بدأت بالفعل في مشروعك! تُعدّ هذه الوحدة المكثفة طريقة رائعة للتأكد من أن فريقك بأكمله على نفس الخط ويتوافق مع المشكلة المطروحة، والمشروع، ومجموعات المستخدمين، والأهداف. وحتى إذا كان فريقك يعمل معًا لسنوات أو يتألف من خبراء في مجال مشروعك، فمن الجيد دائمًا القيام بتدريب سريع للتحقق من أن الجميع يفهم جميع أهداف المشروع، ومنجزاته المستهدفة، والجدول الزمنية، والقيود. تحتوي هذه الوحدة المكثفة على تدريب واحد. سيساعدك هذا النشاط على التركيز على القضية الاجتماعية الشاملة التي ترغب في معالجتها من خلال منتجك، أو خدمتك، أو حملتك.

• الوقت: حوالي ساعة واحدة

• الاحتياجات: أقلام ألوان مختلفة، وقطعة ورق بحجم الملصق

• المنسق: تذكر تتبع الوقت!

○ (حوالي 10 - 15 دقيقة) أعط كل مشارك قلم ألوان واطلب منهم تدوين ما يلي:

- بيان المشكلة ومنطقة معينة ذات صلة بتلك المشكلة التي يركزون عليها. ما هي المشكلة الكبيرة واذكر مشكلتين إلى 3 مشكلات صغيرة ذات صلة؟
- كيف يعرفون أن هذه مشكلة؟ (قد تكون هذه الإجابة: لقد أجرينا بحثًا عن كذا في هذا المجال وتعلمنا أ ب ج)

- من هي مجموعة المستخدمين المستهدفة؟ كن محددًا قدر الإمكان.
- ما هي منهجياتنا للإجابة عن المشكلة المطروحة/الوفاء بالمنحة/تسليم المشروع؟
- ما الذي يجب أن يكون مصدر قلقنا الأكبر أو ينصبّ عليه مجال تركيزنا، ولماذا؟
- ما هي العوائق التي نواجهها فنيًا، وسياسيًا، وقانونيًا؟
- من هم الفاعلون، أو الباحثون، أو المجتمعات، أو منتج المعرفة الآخرون في هذا المجال؟ كيف يكمل عملنا هذه المعرفة السابقة، أو يعقدها، أو يكررها؟



لصق الجدار لفهم منطقة المشكلة

- لا تتردد في الإشارة إلى أي مواد قمت بتضمينها في المنح السابقة أو ذات الصلة، والبحث الأولي، وما إلى ذلك. تتضمن بعض الأمثلة "منع الرقابة على الإنترنت"، أو "صعوبة التسجيل للتصويت"، أو "نقص المعرفة بأعضاء البرلمان وكيفية التعامل معهم". لا تخف من طرح وجهات نظرك الشخصية وخبرتك أثناء هذا التدريب.
- شارك مرة أخرى! استغل الوقت المتبقي لمناقشة القضايا المختلفة كمجموعة. فكر في كيفية ارتباطها بمهمة مؤسستك ومواردها. استغل هذا الوقت في مناقشة وإقناع بعضكم بعضًا بشأن نطاق القضية الذي تشعر بأنه أكثر صلة. استخدم هذه المناقشة لتحديد نطاق مشكلة واحد سيكون محور تركيز منتجك، أو خدمتك، أو حملتك. لتركيز المناقشة، يمكن للمنسق أن يشجع المجموعة على التصويت على أهم ثلاثة بيانات للمشكلة، مع استبعاد الإدخالات الخاصة بهم. وسوف تستفيد الفكرة القوية من مجموعة متنوعة من وجهات النظر والنقاش الصحي؛ لا تتردد في التعبير عن نفسك! تذكر أن تلقي نظرة على قسم "أنا عالق" للحصول على المساعدة إذا لزم الأمر!

إذا علق الفريق...

- إذا كان فريقك يواجه صعوبة في اختيار منطقة مشكلة واحدة، من بين كل المناطق التي تم تحديدها، فحثهم على التفكير في وضع قائمة أولويات. فعلى الرغم من أن مؤسستك قد ترغب في التركيز في النهاية على جميع مجالات المشكلات هذه، إلا أنه يجب عليك تحديد مجال واحد ترغب في التركيز عليه لهذا المنتج، أو الحملة، أو الخدمة المعينة. ما هي المشكلة التي يجب معالجتها قبل المشكلات الأخرى؟ ما هي المشكلة الحساسة للوقت أو التي يمكن أن يكون لها أكبر تأثير الآن؟ ما المشكلة التي قد تساعد معظم الناس - أو الأشخاص الذين تهتم بهم - إذا تم حلها؟ تذكر الاحتفاظ بالأفكار الأخرى للمستقبل.
- اطلب منهم التفكير في حياتهم اليومية وجميع الجهات الفاعلة التي قد يتفاعلون معها. يمكنهم أيضًا التفكير في أحد الأصدقاء أو فرد من أفراد الأسرة مختلف تمامًا، أو حتى التفكير في تجربة أحد المشاهير للإلهام! ذكّر كل شخص بما يلي: اسأل نفسك كيف تعيش حياتك بطرق مختلفة؟ كيف يمكنكم (أي المشاركون) الوصول إلى المعلومات بشكل مختلف؟ ما هي رغباتكم، وآمالكم، وتوتراتكم اليومية المختلفة؟

لا تنس!

نصيحة التضمين: من هو الشخص المهم في الغرفة! عندما تبدأ سباق تصميم التعاون/العمل، تذكر أن تتأكد من مشاركة وجهات نظر متنوعة في تصميم منتجك، أو خدمتك، أو حملتك. هل يضم فريق التعاون/العمل الخاص بك رجالًا ونساء مختلفين، وهويات جنسانية، وتوجهات جنسية، وأعمارًا، وإعاقات، وأعراقًا مختلفة، وغير ذلك؟ إذا لم يكن الأمر كذلك، ففكر في كيفية دمج أصوات جديدة في مجموعة المشاركين الخاصة بك. في الوحدات اللاحقة، ستكون هناك فرص للتفاعل مع خبراء خارجيين ومستخدمين محتملين ذوي خلفيات متنوعة.

يمكنك القيام بتدريب تخطيط النظام البيئي في جولات متعددة. بعد كل جولة، امنح كل مشارك فرصة للنقد أو الإضافة إلى مساهمات المجموعة. على سبيل المثال، قد تجد أن عمك تصل إلى المعلومات من خلال قناة مختلفة عن القناة المذكورة للتو، وهذا يساعد في توفير بيانات أكثر ثراءً لخريطتك!

أنشئ خرائط متعددة! استخدم تدريب التخطيط هذا لكل مجال ذي صلة من مجالات التأثير والمشاركة التي تهتم بها لأداتك. على سبيل المثال، يمكنك استخدام هذه الوحدة لتطوير خريطة لديناميكيات السلطة بين الجهات السياسية الفاعلة أو لتكون خريطة لفهم كيفية تدفق المعلومات عبر المجتمع.

ما التالي؟

ستكون خريطة النظام البيئي الخاصة بك مفيدة طوال فترة المشروع وبعده. في الوقت الحالي، انتقل إلى وحدة "تحديد الجمهور المستهدف"، ولكن احرص على التأكد من الرجوع إلى خريطة النظام البيئي بعد تطوير شخصية المستخدم الخاصة بك وتحديد منتجك، أو خدمتك، أو فكرة حملتك.

أهداف الوحدة

تم تصميم هذه الوحدة لمساعدة أعضاء فريقك على تحديد مجموعة الأشخاص والمجموعات الذين هم المستقبليون المستهدفون لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك. ربما تم تعريف المستخدمين الخاصين بك مسبقاً، أو تم إرشادهم عن طريق احتياجات التمويل، أو أنك عملت بالفعل مع مجتمع معين - ولكن فحّر في هذا التدريب، مثل تخطيط النظام البيئي، على أنه طريقة لجذب جميع زملائك في الفريق ليكونوا على نفس الخط ووضّح جمهورك المستهدف. ضع في اعتبارك، أنه حتى ضمن فئة مستهدفة واحدة (مثل الأحزاب السياسية)، سيكون لديك العديد من المجموعات الفرعية المختلفة من المستخدمين ذوي الاحتياجات ونقاط التركيز المختلفة، وسوف تساعدك هذه الوحدة على فهم هذا التنوع.

التدريب

في الوحدة الأخيرة، من برنامج تخطيط النظام البيئي، أنشأت خريطة لجميع الأفراد والمجموعات التي تفاعلت مع الموضوع الذي حددته. خذ خمس دقائق لمراجعة الخريطة وإضافة أي جهات فاعلة إضافية (واحدة لكل ملصق) ربما تكون قد نسيته. لا تنس توثيق (أي تصوير) خريطة النظام البيئي الخاصة بك، حيث سنستخدم ملصقاتك الخاصة بالجهة الفاعلة في هذه الوحدة.



الجهات الفاعلة التي حددتها في خريطة النظام البيئي الخاصة بك هي أو تمثل المستخدمين المحتملين الذين يمكنك

إطار عمل رسم الخرائط من فريق مشاركة المواطنين والشمول في المعهد الديمقراطي الوطني العمل معهم لإحداث التغيير. ويهدف المنتج، أو الخدمة، أو الحملة الناجحة إلى تلبية احتياجات فئة مستهدفة بعينها، ومن ثمّ فإنه في هذا التدريب، سوف تحدد الجمهور المستهدف المناسب لهدفك العام. وبالاستعانة بتدريب رسم خرائط القوة، يتم تحليل قوة ومصالح أصحاب المصلحة المستهدفين. يصبح هذا التدريب مفيداً بشكل خاص عندما تريد أن يكون لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك تأثير أو نتيجة اجتماعية إيجابية محددة. أصحاب المصلحة في الربع العلوي الأيمن هم الأكثر أهميةً لقدرة مشروعك على تحقيق هدفه المقصود.

- الوقت: حوالي ساعة واحدة
 - الاحتياجات: ملاحظات لاصقة، وأقلام تمييز، ومساحة جدارية لإنشاء القالب النموذجي
 - المنسق: غير مطلوب
 - باستخدام القالب النموذجي، قم بتخطيط كل مستخدم/مجموعة مستخدمين.
 - اكتب ملاحظات لاصقة بأسماء أصحاب المصلحة، والتي يمكن تلوينها اعتمادًا على مدى تأثير كل صاحب مصلحة مباشرة في التغيير الذي تسعى إليه، كما هو موضح في وسيلة الإيضاح في النموذج:
 - لديه القدرة على إحداث تغيير مباشر في هذه القضايا
 - حليف رئيسي في التأثير في أصحاب المصلحة الذين يمكنهم التأثير بشكل مباشر في التغيير
 - يجمع بين الميزتين؛ أي يؤثر بشكل مباشر في التغيير وأن يكون حليفًا في التأثير في أصحاب المصلحة الذين لديهم القدرة على التأثير في التغيير
 - أصحاب المصلحة الآخرون
 - ضع العناصر اللاصقة ذات الصلة ببعضها على الشبكة وفقًا لمدى قدرة أصحاب المصلحة في التأثير في التغيير الذي تسعى إليه ومدى اهتمامهم بإجراء هذا التغيير.
 - المحور الصادي هو المقياس الذي يجسد قدرة أصحاب المصلحة على إحداث تغيير في موضوع القضية ذي الصلة. وكلما زادت قدرة أصحاب المصلحة، ازداد وضعهم بعيدًا على يمين الشبكة.
 - يشير المحور السيني إلى مدى اهتمام كل صاحب مصلحة بإحداث التغيير الذي تسعى إليه. وكلما زاد اهتمام أصحاب المصلحة، وجب وضعه في مرتبة أعلى في الشبكة.
- استخدم الإرشادات أدناه لمناقشة المجموعة (المجموعات)، والمجموعات، والمستخدمين الذين ترغب في التركيز عليهم لمنتجاتك، أو خدمتك، أو حملتك. صوّت أو توّصل إلى توافق في الآراء بشأن جمهورك المستهدف.
1. أصحاب المصلحة في الربع العلوي الأيمن هم الأكثر أهمية لإنجاح مشروعك. يتمتع هؤلاء اللاعبون الرئيسيون بالقوة والاهتمام للتأثير في التغيير الذي تصبو إليه. وفي بعض الحالات، لن يكون أصحاب المصلحة هؤلاء موجودين؛ لذلك لا تحاول إجبارهم بشكل مصطنع على وجودهم في هذا الربع.
 2. أصحاب المصلحة في الربع السفلي الأيسر هم الأقل أهمية لنجاح مشروعك. فليس لديهم القدرة للتأثير في التغيير ولا مصلحة في المشاركة.
 3. يستحق أصحاب المصلحة في الربع السفلي الأيمن التفكير لأنهم مهتمون للغاية، بيد أنه قد لا تتوفر لديهم القدرة على التأثير بشكل مباشر في التغيير.
 4. يتمتع أصحاب المصلحة في الربع الرابع بقوة كبيرة للتأثير في التغيير الذي تسعى إليه، ولكنهم قليلو الاهتمام. وستصبح تلبية احتياجاتهم أمرًا مهمًا لنجاح مشروعك؛ لأنه على الرغم من عدم اهتمامهم، إلا أنهم يتمتعون بالقدرة على تعطيل مشروعك أو تسريعه.

إذا علق الفريق...

1. إذا لم تتمكن المجموعة من التوصل إلى توافق في الآراء، ففكر في إدارة نقاش حول تحديد الأولويات - ما هي المجموعة الأكثر اهتمامًا بهذا الموضوع؟ هل الأهم من ذلك هو الانخراط في هذا الموضوع؟ هل هناك أي شيء آخر نفتقده في المناقشة التي تجري حول هذا الموضوع؟
2. يعتمد تحديد المجموعة التي تعمل معها على أهداف البرنامج، والتمويل، وعوامل أخرى. سهّل عملية صنع القرار على الفريق من خلال مطالبتهم بالتفكير في هذه العوامل عند تحديد الجمهور المستهدف؛ فقد يساعد هذا في وضعه في جملة أو قصة.

لا تنس!

نصيحة التضمين: أثناء قيامك برسم خريطة قوتك وتأثيرك، كن على دراية بديناميكيات القوة داخل مجموعتك. بالنظر إلى حجم المجموعة وتسلسلها الهرمي، قد يكون من المفيد تقسيم المجموعة إلى مجموعتين لتنفيذ هذا التدريب (قد يصبح هذا الأمر مفيدًا بشكل خاص إذا شاركت القيادة وشعر الموظفون بعدم الارتياح للاعتراض أو التعبير عن وجهة نظر مختلفة). وإذا كان بعض المشاركين يستفيدون من المناقشة، ففكر في طرح أسئلة محددة على "الأفراد الذين لم تتح لهم الفرصة للمشاركة بعد". وقد ترغب أيضًا في إيجاد طرق غير لفظية للمشاركين تدفعهم إلى المشاركة إذا كانوا يخشون التحدث أمام العامة.

أثناء تنفيذ هذا النشاط، قم بتدوين الافتراضات التي يتم إجراؤها. ما التخمينات التي يقوم بها الفريق فيما يتعلق بالجهات الفاعلة في نظامك البيئي؟ هل يؤثر ذلك في اختيار الجمهور المستهدف؟ واعتمادًا على مدى معرفتك بالمجموعة ومدى معرفتك بالسياق المحلي، قد يكون من المفيد طرح أسئلة حول التحقق من "السبب". ففكر أيضًا في كيفية قيامك أنت والفريق بالتحقق من صحة بعض هذه الافتراضات. واعتمادًا على الافتراضات الموضوعية، قد تقرر أنه من الضروري إجراء بحث إضافي أو بذل جهود أخرى لتكمّي الحقائق قبل الانتقال إلى الوحدة التالية.

ما التالي؟

بمجرد تحديد جمهورك المستهدف، استخدم النتائج المستقاة من هذه الوحدة للانتقال إلى وحدة "بحث المستخدم وشخصيات المستخدم".

أهداف الوحدة

أهداف هذه الوحدة ذات شقين: إرساء بعض التقنيات المفيدة للمشاركين لفهم المستخدمين المستهدفين بشكل أعمق، ومساعدة فريقك في الحصول على مكتبة يسهل الوصول إليها تضم ممثلي المستخدمين لديك؛ وغالبًا ما يشار إلى هذه المكتبة في عالم التصميم باسم "شخصيات المستخدم".

يجمع التصميم الذي يركز على الإنسان بين شخصيات المستخدم وبحث المستخدم. بحث المستخدم هو الأساس ومجموعة المعارف التي تبني عليها شخصياتك. وسوف تبدأ هذه الوحدة بأبحاث المستخدم ثم ترشدك خلال عملية تطوير شخصيات المستخدم. حتى وإن بدا الأمر طويلًا شيئًا ما، فلا تيأس! فهذه مهارات مفيدة لك ولل فريق في هذا المشروع وما بعده.

بحث المستخدم:

قد تكون أنت والمشاركون في السباق على دراية ببحث المستخدم؛ فالمقابلات، ومجموعات التركيز واستطلاعات الرأي، وتقنيات المراقبة المختلفة كلها طرق لفهم المستخدمين بشكل أفضل. نهج بحث المستخدم الموصوف في هذه الوحدة متشابه، لكنه أكثر تحديدًا وأكثر تركيزًا على المشكلة المطروحة.

غالبًا ما يُستخدم بحث المستخدم في تطبيقات التصميم التي تركز على الإنسان للمساعدة في تحديد مجالات تركيز بعينها في حالة استخدام محددة تتعلق بالمشروع أو المنتج المطروح. بمعنى، إذا كان فريقك يبحث، على سبيل المثال، عن كيفية تحسين استخدام البريد الإلكتروني، فإن مقابلات بحث المستخدم الخاصة بك ستركز على شعور المستخدمين تجاه البريد الإلكتروني، وما الذي يستخدمه عملاء البريد الإلكتروني، وما هي المشكلات أو الاختلالات التي تواجههم فيما يتعلق بالبريد الإلكتروني، وما الذي يعجبهم في البريد الإلكتروني، وما الذي يعمل بشكل جيد بالنسبة إليهم فيما يتعلق بالبريد الإلكتروني، وما إلى ذلك. ويحتاج هذا النوع من بحث المستخدم إلى البناء على البحث الموجود مسبقًا في نطاق مشكلتك، والذي أجراه بالفعل فريقك في أثناء وحدة تخطيط النظام البيئي. الهدف الأكثر أهمية لبحث المستخدم في هذه المرحلة من عملية التصميم هو التحقق من صحة أي افتراضات تم إجراؤها حتى الآن.

شخصيات المستخدم:

باستخدام المعلومات أو الأفكار التي تم جمعها في بحث المستخدم، فإنك توجه المشاركين لتطوير شخصيات المستخدم. يجب أن يفكر فريقك في جميع الأنواع المختلفة من المعلومات ذات الصلة بمجموعات المستخدمين ومجالات مشكلتك، على سبيل المثال، ما هي المخاطر المتداخلة وانتهاكات حقوق الإنسان التي تعاني منها مجموعة المستخدمين بسبب هويتهم. ما هي جوانب المكان الذي يعيشون فيه، وما الذي يعملون عليه وهو ذو صلة بمشروعك؟ ما هي القيود الفعلية التي تواجهها المجموعة مع التكنولوجيا والاحتكاكات والصعوبات؟ ما هي القيود المادية التي يجب مراعاتها والتي يمكن أن تكون الوصول إلى الإنترنت، والوصول إلى التكنولوجيا والتهديدات التي تواجه تلك المجموعة. يجب أن ينعكس كل هذا في شخصيات المستخدم.

بصفتك المنسق، فإن الهدف الأساسي من هذا التدريب هو تطوير تصورات مفصلة، ودقيقة، وغير نمطية.

التدريبات: بحث المستخدم

تحتوي هذه الوحدة على تدريبات قائمة على مقابلات غير توجيهية.

يستغرق كل تدريب من ساعة إلى ساعتين. المواد المطلوبة: قلم، ورق، أقلام تمييز، قصاصات ملاحظات لاصقة

المقابلات غير التوجيهية

هناك العديد من الطرق لمعرفة المزيد عن المستخدمين - مجموعات التركيز، واستطلاعات الرأي، والمقابلات. تُعدّ المقابلات غير التوجيهية أداة أساسية عند إنشاء منتج أو خدمة أو استراتيجية تركز على الإنسان؛ لأنها تمنحك الفرصة للاستماع إلى مجتمعك المستهدف. ستخبرك المقابلة الجيدة غير التوجيهية دائمًا بأشياء لم تكن تعرفها ولم تكن لتخمنها بنفسك.

من الأمثلة الجيدة على المقابلات غير التوجيهية عندما ينخرط الصحفي في نقاش طويل مع أحد المشاهير أو السياسيين. ومقارنةً بذلك، فإن المثال الجيد للمقابلة التوجيهية هو اختبار الاختيار من متعدد. على سبيل المثال، بينما قد يسأل المحاور التوجيهي: "ما حجم مشكلة الفساد في بلدك؟" قد يسأل المحاور غير التوجيهي: "أخبرني عن تجاربك في التعامل مع الحكومة"، علمًا بأن المقابلات غير التوجيهية هي أداة أساسية مستخدمة في البحث الإثنوغرافي.

يرجى ملاحظة أن هذا التدريب مفيد بشكل خاص إذا كان بإمكان المشاركين في ورشة العمل الانتقال فورًا من التدريب بعضهم مع بعض إلى إجراء مقابلات في العالم الحقيقي مع مستخدمين حقيقيين. واعتمادًا على الخدمات اللوجستية، قد يكون من المفيد القيام بهذا التدريب مباشرةً قبل الاجتماع وجهاً لوجه مع المستخدمين.

طوّر أسئلتك

الوقت: 30 دقيقة

ارجع إلى الافتراضات التي دوّنتها عندما أتممت الوحدات السابقة. اطلب من المشاركين أن يأخذوا دقيقة وأن يقوموا بالعصف الذهني لأي تخمينات أخرى متعلّمة تم إجراؤها خلال السباق. بصفتكم مجموعة، حاول الآن طرح الأسئلة التي ترغب في طرحها على المستخدمين المحتملين أثناء البحث في هذا المشروع. ناقش ما إذا كان السؤال توجيهيًا أم غير توجيهي، واستكشف طرقًا للوصول إلى نفس السؤال بشكل غير مباشر. تذكّر استخدام تقنيات مثل "هل يمكن أن تخبرني المزيد عن...؟" عند طرح الأسئلة. وأحيانًا، يكون سؤال الأشخاص عن يومهم وأسبوعهم والانتقال من هناك هو إحدى الطرق الرائعة لبدء طرح الأسئلة.

لعب الأدوار في المقابلة غير التوجيهية

الوقت: 30 دقيقة

حان وقت التدريب! قسّم المجموعة إلى أزواج، حيث يقوم أحدهم بدور المحاور والآخر يقوم بدور الشخص المحاور. بالنسبة إلى السؤال الأول، ابدأ بطرح سؤال موجّه، ثم اطرح نفس السؤال بصيغة غير توجيهية. لاحظ الاختلاف في الإجابات، حيث توفر الأسئلة غير التوجيهية تفاصيل ووجهات نظر أكثر ثراءً.

ثم اطلب من المشاركين إجراء مقابلة قصيرة غير توجيهية باستخدام الأسئلة التي طورتها في المجموعة. يجب على الأشخاص المستجوبين تقديم تعليقات "وصفية" طوال العملية حول الطرق التي توجّههم بها الأسئلة أو التي لا توجّههم. وبعد 5 دقائق من إجراء المقابلة، يجب أن يأخذ المشاركون 5 دقائق لاستخلاص المعلومات وتدوين أي تغييرات ضرورية على قطعة من الورق، ثم يتعين على الأفراد البحث عن شريك جديد وتبديل الأدوار.

(نصيحة للمنسق: لتسهيل البحث عن شركاء جدد، اطلب من الأشخاص الذين قاموا بدور المفاور في الجولة الأولى رفع أيديهم، ومن الأشخاص الذين قاموا بدور الشخص المفاور اختيار أحدهم). بعد الجولة الثانية، قم باستخلاص المعلومات كمجموعة، وقم بتعديل الأسئلة غير التوجيهية وفقاً لذلك. أنت الآن جاهز لإجراء المقابلات في العالم الحقيقي!

إجراء مقابلات مع المستخدمين

قم بممارسة العصف الذهني كمجموعة لمعرفة كيفية إعداد مقابلات المستخدم الخاصة بك. فكّر في المكان الذي من المرجح أن تقابل فيه جمهورك المستهدف. هل هذا المكان يمكن الوصول إليه؟ ما هي التسهيلات التي تحتاج إلى القيام بها لضمان مشاركة جمهورك المستهدف، بما في ذلك الأشخاص ذوو الإعاقة أو من لديهم مسؤوليات عائلية أو رعاية أطفال؟ خُطّ لميزانية تصل إلى 03 دقيقة لكل مقابلة؛ وهو ما قد يعني أنك لن تتمكن من طرح جميع أسئلتك. حدد أولويات الأسئلة الأكثر أهمية لمنتجك، أو حملتك، أو خدمتك، واستعد للمقابلة! حاول إجراء 5 مقابلات مستخدم على الأقل إن أمكن ذلك.

في نهاية هذه المقابلات، يجب أن يكون لدى الفريق الكثير من الأفكار الجديدة والمزيد من الأسئلة الجديدة! ونظرًا إلى أن المقابلات غير التوجيهية تتجنب توجيه المحادثة في اتجاه معين، فإنها دائمًا ما توسع عدد الأفكار والسبل لمزيد من البحث بدلاً من المساعدة في تضيق نطاق الأمور. لذلك، إذا شعر الفريق بأن الهدف من المشروع أقل وضوحًا من بعض النواحي... فهذا أمر جيد حقًا! وهذا يعني أنك قد احتككت بالتعقيدات الكاملة لوجهات نظر المستخدمين، وتخلت عن افتراضاتك الأولية، وأنت مستعد لبدء إنشاء منتجك، أو خدمتك، أو حملتك التي تركز على الإنسان.

تأكد من إعداد قائمة بالأفكار الكبيرة والصغيرة التي حصل عليها الفريق خلال هذه العملية. ويمكنك تسجيل هذه البيانات إلكترونيًا أو على الورق، ولكن من المهم أن تكون متاحة للجميع للرجوع إليها خلال بقية عملية التصميم. تأكد من تسجيل أفكارك الخاصة أو الإلهام الذي نشأ من المقابلة والمحادثة فور إجراء المقابلات. قد يكون من المفيد جدًا الاعتماد على هذه الأفكار عندما تبدأ في صياغة إستراتيجيتك للبقاء على اتصال مع الأشخاص الذين تحدثت إليهم.

إذا علق الفريق...

- هل يواجهون مشكلة في ترتيب الاجتماعات؟ إذا لم يتمكن الفريق من التحدث إلى المستخدمين شخصيًا، ففكّر في عقد مؤتمرات عبر الفيديو! يمكن أن تكون منصات التواصل، مثل واتساب وزووم طريقة رائعة للتحدث إلى الأفراد المهتمين من جمهورك المستهدف، الذين قد يصعب الوصول إليهم بطريقة أخرى! يتضمن العديد من المنصات ميزات مثل التسميات التوضيحية والترجمات التي يمكن أن تجعل محادثتك أكثر قابلية للفهم.
- هل يواجه الفريق صعوبة في إجراء المقابلات؟ قد يكون من المفيد تخصيص ساعة أو نحو ذلك مسبقًا للتفكير جيدًا فيما يريد الفريق تعلمه وبحثه إليه من جلسات مقابلة المستخدم هذه. قد يكون من المفيد أحيانًا كتابة العديد من الأسئلة؛ يمكن للفريق بعد ذلك تعديل أو حذف بعض الأسئلة غير ذات الصلة.

التدريبات: شخصيات المستخدم



مناقشة جماعية

بالنسبة إلى هذا النشاط، ستقوم بإنشاء شخصيات. كل ورقة عمل سوف تمثل شخصية واحدة. يمكنك إنشاء أي عدد تريده ثم اختيار العناصر التي تبدو أكثر أهمية بالنسبة إليك لاستخدامها لاحقًا. الوقت الموصى به للنشاط هو 03 دقيقة، والمستلزمات المقترحة هي نسختان أو أكثر من لوحة الشخصية لكل مشارك وأقلام.

1. قسّم المجموعة إلى أزواج. وسيقوم كل زوج بإنشاء شخصين بناءً على المجموعة أو المجموعات المستهدفة التي تناول الوصول إليها. هذان الشخصان يجب أن يعكسا ثلاث أو أربع هويات مختلفة (أي الميول الجنسية، والهويات الجنسية المختلفة، والأجناس، والأعمار، والإعاقات، والأعراق). فكّر في كيفية تأثير هذه الهويات في قوتهم وامتيازاتهم. وبصفتك منسّقًا، لا بأس في وضع "متطلبات" (أي لا يجب أن يكون كلاً الشخصين من نفس الجنس).

2. في أثناء التدريب، اطرح على المجموعة الأسئلة التالية: "كيف يمكننا أن نجعل هذا الشخص أكثر واقعية؟ ما هي التفاصيل

الأخرى التي يمكننا تضمينها حول حياتهم وخبراتهم؟ ما هي رغباتهم واحتياجاتهم؟ ما هي أهدافهم؟ ما العوائق التي يواجهونها؟ ما هو مستوى وصولهم إلى سلطات صنع القرار؟ ما هو مستوى وصولهم إلى المعلومات؟" الهدف هو أن ينتهي الأمر بالشخصية وكأنها فرد حقيقي محدد، وليست مجرد صورة نمطية أو مثال عام لجمهورك المستهدف.

3. بعد أن يكمل جميع الأزواج شخصياتهم، اطلب من كل ثنائي تقديم شخصياتهم إلى المجموعة وشجّع الفريق على تقديم الملاحظات وطرح الأسئلة وفهم من "هم" هؤلاء الأشخاص كبشر. ولا بأس في إجراء تعديلات على الشخصيات من خلال هذه العملية. والهدف هنا هو أن تكون بارعًا في النقد ومفيدًا.

4. عند تقديم الشخصيات، استحث المجموعة على التفكير فيما يلي:

a. هل هناك أي افتراضات أو مجاهيل متأصلة في الشخصية؟ هل لدينا بيانات من تدريب بحث المستخدم للتحقق من صحة هذه الافتراضات؟ إذا لم يكن الأمر كذلك، فكيف يمكننا التحقق من صحة هذه الافتراضات؟

b. بالعودة إلى فئتنا المستهدفة: هل المجموعة أو المجموعات التي حددناها لا تزال صحيحة؟ هل يمكننا تقسيمها وجعلها أكثر تحديدًا؟

5. علق الشخصيات على الحائط واستخدمها كنقاط مرجعية طوال فترة تصميمك.

إذا علق الفريق...

اطرح عليهم أسئلة إرشادية:

- ما هي بعض المخاوف أو الهموم التي لدينا عن مستخدمينا أو لديهم؟
- ما هي أهم خمس مخاوف لديهم تتعلق بالسلامة؟
- ما هي الطرق التي يتعاملون بها عادةً مع التكنولوجيا؟
- ما هي الأشياء التي تعلمناها أو طفت فوق السطح ولا يمكن تغييرها؟

على سبيل المثال، لا يمكننا تغيير الوصول إلى الإنترنت في منطقة ما، أو لا يمكننا تغيير البيئة السياسية التي يعيش فيها مستخدمونا. لذا، تُعدّ الشخصيات طريقة رائعة للتركيز على ذلك في عملية البحث والتصميم اللاحقة - لا يمكننا الخروج بأفكار غير مجدية تقنيًا، أو من غير المحتمل أن يستعملها المستخدمون بالفعل. يمكن للشخصية المساعدة في ضمان ذلك.

لا تنس!

نصيحة التضمين: عند إجراء بحث المستخدم، يمكن لمن يُجري المقابلة أن يلعب دورًا مهمًا في جعل الشخص المُحاوَر يشعر بالراحة. انتبه لمن يقوم في فريقك بالتواصل مع المجتمعات المهمشة. وإذا لزم الأمر، فاعتمد على الشركاء والحلفاء لمساعدتك في إنشاء تلك المساحة الآمنة.

من المهم عند تطوير شخصيات المستخدم عدم إنشاء شخصيات بناءً على افتراضات مجموعتك. تأكد من تسجيل الافتراضات التي ظهرت بشكل صريح أثناء تدريب شخصية المستخدم. جزء مهم من عملية تطوير الشخصية هو تحديد الافتراضات والمجاهيل حول مستخدمينا وكشف الصور النمطية.

ما التالي؟

بعد الانتهاء من بحث المستخدم وشخصيات المستخدم، حان الوقت للانتقال إلى وحدة "اختبار الافتراضات: إعادة النظر في سؤالك". قبل المتابعة، تأكد من أن الفريق قد غطى كلاً من بحث المستخدم وشخصيات المستخدم، حيث إن هذه المعرفة ضرورية للتدريبات المستقبلية.

أهداف الوحدة

قبل أن ننتقل إلى عملية "الإشياء" الخاصة ببناء تدخلات ملموسة لمعالجة القضية التي اخترناها، من المهم التوقف والتفكير فيما اكتشفته وفعلته حتى الآن. في هذه الوحدة، سوف نعيد النظر في السؤال ونختبر الافتراضات التي قد تكون لدى الفريق في هذه المرحلة من العملية.

عندما تبدأ في تكوين الأفكار ومراجعة افتراضاتك، اسأل نفسك:

- هل تشعر بأن شيئاً ما مفقود؟
- هل هناك شيء يحتاج إلى إعادة النظر فيه، أو إلقاء نظرة عليه مرة أخرى، أو رؤيته من زاوية جديدة؟
- هل هناك حاجة إلى مزيد من البحث أو نمذجة التهديد؟
- هل هناك أصحاب مصلحة آخرون بحاجة إلى أن يتم تضمينهم؟

من الشائع التوقف باستمرار خلال المشروع أو العملية لتحديد الثغرات. سيضمن إصلاح هذه الثغرات عدم وجود نقاط عمياء في المستقبل أو مناطق من شأنها أن تعرقل النتائج المرجوة.

التدريبات

التدريب رقم 1: استراحة ومراجعة

بالنسبة إلى التدريب الأول في هذه الوحدة، يمكنك إلقاء نظرة على العمل الذي قام به الفريق حتى الآن. راجع خريطة النظام البيئي، وخريطة القوة والتأثير، وشخصيات المستخدم التي طورها الفريق. بصفتك المنسق، فقد لاحظت أيضًا الافتراضات التي وضعها الفريق خلال هذه التدريبات. بناءً على كل هذه البيانات، قم بإجراء مناقشة قصيرة (03 دقيقة إلى ساعة) لمراجعة النتائج:

- ما الافتراضات التي ظهرت؟
- ما الافتراضات التي تناولتها حتى الآن؟
- على وجه التحديد، ما هي محاور الارتكاز التي اتخذها فريق المشروع بناءً على بحث المستخدم؟ إذا لم يتم إجراء أي تغييرات بعد، فما هي محاور الارتكاز التي يتعين مراعاتها؟
- ما الافتراضات التي لا تزال بحاجة إلى التحقق من صحتها؟

التدريب رقم 2: اختبار الافتراض

اعتمادًا على المناقشة من التدريب رقم 1، كان الفريق قد حدد افتراضات إضافية تحتاج إلى التحقق من صحتها. تشبه عملية اختبار الافتراض تلك العملية الخاصة بإجراء المقابلة غير التوجيهية. ومع ذلك، فإنه بدلاً من طرح أسئلة حول أسلوب حياة المستخدمين أو تركيبهم السكانية أو خبرتهم، فإن الأسئلة التي تطرحها تهدف تحديدًا إلى توضيح أي افتراضات معلقة لديك. لكل واحد من الافتراضات التي لم تتم الإجابة عنها والتي حددتها في التدريب السابق، قم بصياغة أسئلة (نأمل أن تكون بأسلوب غير توجيهي) يمكن أن تساعد في الإجابة عن الأسئلة التالية:

- هل كان افتراضك صحيحًا أم تم التحقق منه؟ هل يمكنك تحسين شخصية المستخدم الخاصة بك لتوضيح الافتراض؟
- هل كان افتراضك خاطئًا أم أنه غير صالح؟ هل يمكنك تحسين شخصية المستخدم الخاصة بك لتوضيح الافتراض؟
- هل كان افتراضك غير حاسم؟ هل لديك معلومات متضاربة؟ هل يمكنك استخدام هذه المعلومات المتضاربة لإجراء تقييم أكثر تعليقًا حول مدى أهمية هذا الافتراض لجمهورك المستهدف؟ هل يمكنك تحسين شخصية المستخدم الخاصة بك لتشمل هذا الفارق الدقيق؟

خذ الوقت الكافي للعودة وإجراء مقابلات مع أصحاب المصلحة أو ممثلي جمهورك المستهدف إذا لزم الأمر. استخدم المعلومات التي تم جمعها من المقابلات غير التوجيهية لتعديل شخصيات المستخدم الخاصة بك وتحديثها وفقًا لذلك. يمكنك إجراء عدة جولات من المقابلات - لذا إذا كان هناك شيء تريد التعمق فيه أو تطرح عنه المزيد من الأسئلة، فيمكنك دائمًا تحديد موعد مقابلة أخرى. ومع ذلك، سيكون هناك دائمًا المزيد مما يمكنك معرفته عن المستخدمين لديك؛ لذلك عندما تشعر بأنك تمتلك أكبر قدر ممكن من المعلومات، انتقل إلى الوحدة التالية. وفي الأنشطة القادمة، سيتوفر لديك العديد من الفرص للتفاعل مع المستخدمين وجمع التعليقات.

بمجرد جمع هذه البيانات، قم بإنشاء مخطط صغير مكون من 4 مربعات على قطعة من الورق عن طريق طي الورقة من المنتصف مرتين لعمل 4 مربعات (أو الرسم على الورقة نفسها).

- المربع الأول: ماذا كانت مشكلتنا الأصلية؟ هل أدى البحث إلى تعقيدها أم تغييرها؟



مراجعة المعلومات

- المربع 2: ما الذي اكتشفناه عند اختبار الافتراضات؟ هل تم التحقق من صحة افتراضاتنا؟ كيف تم ذلك أو كيف لم يتم ذلك؟
- المربع 3: هل نشأت افتراضات جديدة من اختبار المستخدم؟ على سبيل المثال، ربما ذكر المستخدم مشكلة محددة للغاية لديه، وربما تكون لدى أحد أعضاء الفريق فكرة عن حلٍ ما (سيكون هذا الحل بمثابة افتراض جديد للاختبار).
- المربع 4: هل خرجت طول جديدة من اختبار المستخدم؟ على سبيل المثال، قد يكون هذا الحل أن يقول مستخدم صراحةً: "أتمنى حقًا لو كان لدي كذا" أو "أتمنى وجود هذا النوع المحدد من الوظائف". وفي بعض الأحيان، يقول المستخدمون بالضبط ما يريدون في الاختبار. فإن حدث هذا، فدونه هنا! نحتاج إلى جمع هذه المعلومات لنرى بعد ذلك مدى جدوى تضمينها في المشروع أو إمكانية ذلك.

إذا علق الفريق...

أجل الفريق إلى خريطة النظام البيئي، وخريطة القوة والتأثير، وشخصيات المستخدم. راجع ملاحظات بحث المستخدم أو شجّع الفريق على إجراء بحث إضافي عن المستخدم. اعتمادًا على المساحة التي تتواجد فيها، قد يكون من المفيد تعليق هذه الخرائط والمستندات على الحائط ليرجع إليها الفريق طوال المناقشة.

لا تنس!

نصيحة التضمين: ضع في اعتبارك أن كل فرد في فريقك قد تكون لديه نتائج ورؤى مختلفة اعتمادًا على من تحدّثوا إليه أثناء المقابلات غير التوجيهية. من المهم جدًا التأكد من الاعتراف بوجهات نظر جميع الأشخاص الذين تمت مقابلتهم ودمجها في تصميم منتجك، وخدمتك، وحملتك. وحتى إذا كانت النتيجة تبدو صغيرة أو لا تحظى بشعبية، فخذ الوقت الكافي لمعالجتها. تعتبر هذه الوحدة لحظة حاسمة للفريق لإيقاف عملية التصميم مؤقتًا وضمان التوافق مع ما يركز عليه المشروع، ونتائجه، وتوقعاته. وتذكّر أن الفريق قد تكون لديه نتائج مختلفة ولا بأس في ذلك! فالهدف هو الاستفادة من قوائم الجميع وما توصلوا إليه للتأكد من أن الفريق لديه أولويات مشتركة ويعرف نتائج البحث والسبل والتوجيهات التي يجب اتباعها.

ما التالي؟

ستصبح جميع المعلومات التي جمعها زملاؤك واستخلصوها من هذين التدريبين الكييزين أساس التدريبات في الوحدة التالية: "العصف الذهني وتكوين أفكار".

أهداف الوحدة

الآن، يجب أن يكون المشاركون قد أكملوا تخطيط النظام البيئي، وتحديد الجمهور المستهدف، وشخصيات المستخدمين، وبحث المستخدم، وإعادة النظر في وحدات الأسئلة؛ إذ تعتمد هذه الوحدة على المعلومات التي جمعها المشاركون بالفعل. الهدف من هذه الوحدة هو توسيع نطاق الأفكار والتوصل إلى أكبر عدد ممكن من الأفكار أو المفاهيم. وبمجرد أن تتوفر لدينا مجموعة من الأفكار، يمكننا تضيق نطاقها لاكتشاف الأفكار المفيدة وذات الصلة حقًا.

التدريبات

هناك مجموعة متنوعة من التدريبات في هذه الوحدة يمكنك استخدامها! لا يتعين على المشاركين أداء جميع التدريبات، بل كل ما عليهم فعله هو إنجاز تدريب واحد أو اثنين! تتضمن هذه الوحدة عدة خيارات لك وللمشاركين لاختيار أحد هذه الخيارات، الذي تشعر بأنه أكثر صلةً بالموضوع، وقابل للتطبيق، وممتع. نوصيك، بصفتك المنسق، بأن تقرأ جميع التدريبات أولاً بصمت، ثم تحديدها ما يناسبك مع المشاركين.

كل هذه التمارين محدّدة بوقت، وتتطلب ملاحظات وتفاعلاً من المشاركين؛ لذا كن مستعداً لضبط الوقت وتشجيع الأفراد المشاركين على المشاركة والمساهمة في جزء المشاركة في التدريبات.

قصص المستخدم

في هذا التدريب، سيعمل المشاركون معًا على وصف فئاتهم المستهدفة وتطوير قصص عما يريدون أن تفعله فئاتهم المستهدفة على منصة التكنولوجيا الخاصة بهم. وبينما يمكن استخدام هذا التدريب لأي نوع من الأدوات الرقمية، فإنه مفيد بشكل خاص إذا كان الفريق يفكر في إنشاء موقع ويب، حيث إنه من المستحيل تحوير كل سيناريو لدى كل مستخدم لزيارة موقع الويب الخاص بك، وباستخدام ورقة عمل قصص المستخدمين، اطلب من المشاركين وصف 10 إلى 20 سببًا من أكثر الأسباب شيوعًا التي سيواجهها المستخدمون عند زيارة منتجهم أو المهام التي يريد المستخدمون القيام بها.

فكرة التعارف السريع

يمكنك إما وضع قطعة كبيرة من الورق لتغطية الطاولة أو وضع أوراق كبيرة أمام كل شخص، مع وجود قطعة من الورق في المنتصف تمثل "الموضوع"، ثم شغل الموسيقى أو استخدم المؤقت، ويكتب الجميع لمدة دقيقتين عن الموضوع المطروح. وبعد دقيقتين، تتوقف الموسيقى ويتحرك الجميع إلى يمينهم. تبدأ الموسيقى مرة أخرى لمدة دقيقتين، ويبدأ كل فرد في الكتابة، ويضيف إلى صفحة الشخص السابق. ويتكرر هذا عدة مرات.

المربعات الثمانية المجنونة

ورقة، وأقلام

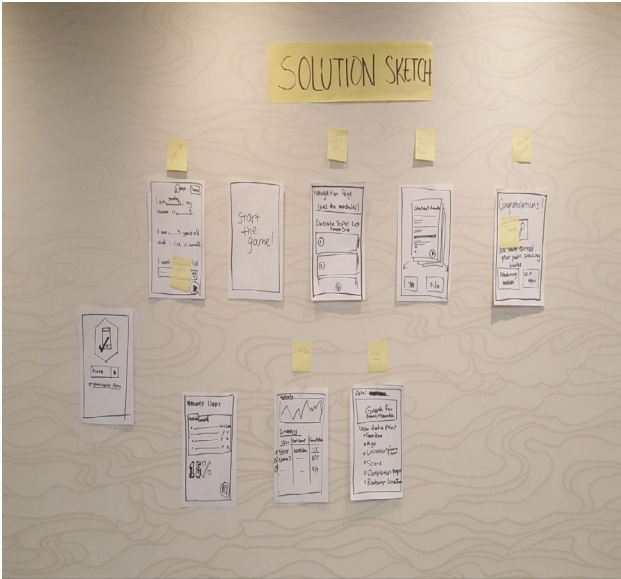
يشبه تدريب المربعات الثمانية المجنونة تدريب فكرة التعارف السريع باستخدام تدريب المربعات الثمانية، حيث يقوم كل مشارك بطي قطعة الورق الخاصة به إلى النصف ثم إلى النصف مرة أخرى، لإنشاء 8 مربعات.

1. والهدف هو أن يرسم كل مشارك 8 أفكار أو أفكارًا مختلفة للمنتج في المربعات الثمانية المختلفة، ويستغرق من الناحية المثالية دقيقة واحدة لكل فكرة. سيجري هذا التدريب سريعًا، ولكن لا بأس في ذلك؛ لأن الهدف هو إخراج الأفكار من رؤوسنا لوضعها على قطعة الورق!

تحديد أولويات أفكارك:

بعد تنفيذ الأنشطة والتدريبات، حان الوقت الآن لفرز النتائج. يختار كل مشارك أفضل 5 افتراضات من تدريبات تكوين الأفكار التي قمت بتنفيذها (يمكن أن تكون هذه الافتراضات مستقاة من أمثلتهم أو أمثلة الفريق بأكمله). وبمجرد أن يقوم الجميع بالاختيار، قم بتيسير المناقشة بطرح الأسئلة التالية:

- لماذا اخترت هذه الخمسة؟
- كيف يمكنك ترتيب أولوياتها من حيث الضرورة ثم السهولة (سهولة التنفيذ)؟
- هل هذه فكرة وليدة اللحظة؟
- كيف ستبدو هذه الفكرة أو المنتج بعد 5-01 سنوات؟
- ما مدى قابلية هذه الفكرة للتكيف مع التغييرات أو التحولات في المجتمع والسياق السياسي والتغيرات التكنولوجية؟



رسومات المشاركين للحلول المحتملة

بدلاً من المناقشة، يمكنك أيضًا أن تطلب من الفريق إجراء تصويت بالنقاط لاختيار مفضلاتهم من هذه الأفكار المهمة. يتم التصويت بالنقاط عندما يقوم المشاركون والمنسق بوضع نقطة على الأفكار التي يعتقدون أنها الأفضل. سيحصل كل مشارك على ثلاثة أصوات أو "نقاط". سيساعد هذا التدريب المجموعة على تكوين فكرة عن الأفكار الأكثر شيوعًا، دون الحاجة إلى مناقشتها علنًا. وهذه طريقة رائعة لضمان سماع صوت الجميع.

بمجرد تحديد الأفكار الأكثر شيوعًا، يمكن للمجموعة الشروع في مناقشة الأفكار التي يرغبون في التركيز عليها للمضي قدمًا (ملاحظة: ليس من الضروري أن تكون الفكرة الأكثر شيوعًا، ولكن استخدم الأسئلة المشار إليها أعلاه لحث الأشخاص على الاختيار وأن يكونوا موجزين حقًا في تفكيرهم).

إذا علق الفريق...

دُكر المشاركون بالآل يخافوا من ابتكار فكرة خاطئة! فهذا جيد؛ لأن الهدف هو إنشاء زخم والعمل من خلال جميع الأفكار المحتملة والممكنة للعثور على أنسب الأفكار لمستخدمك ومجتمعك.

عند اختيار فكرة محتملة، اطلب من المشاركين التفكير في الأسئلة التالية (الموجودة أيضًا في دليلهم):

1. هل يناسب هذا الاقتراح احتياجات مستخدمينا؟
2. هل تتخيل بالفعل منتجًا نهائيًا؟ إذا كان الأمر كذلك، فهل يشوش هذا المنتج على حكمنا؟
3. هل كانت فكرة المنتج مستندة إلى بحث المستخدم؟ هل أستمع إلى المستخدمين تبعي، أم أفترض افتراضات حول احتياجاتهم؟

4. ما هي جميع احتياجات المستخدمين، من الأكثر اعتدالاً إلى الأكثر تطرفاً؟
5. (حدد حاجة المستخدم) كيف يمكننا تغيير هذا أو تحسينه؟
6. (خذ نفس حاجة المستخدم) ماذا يحدث إذا تغير أحد جوانب منتجنا؟ كيف يؤثر هذا في احتياجات المستخدم؟
7. (خذ نفس حاجة المستخدم) إذا تغير الوضع السياسي في موطن هذا المستخدم، فكيف يغير ذلك سياق استخدامهم لمنتجنا؟
8. ما هي "الحالات الحديثة" لمنتجنا؟ هل هذه الحالات الحديثة ناتجة عن منتج ما أم عيب في منتج؟
9. هل يمكننا تعيين حالات حديثة في قصة مستخدم؟

لا تنس!

نصيحة التضمين: أثناء قيام الفريق بتدريبات تكوين الأفكار، أجلهم مرة أخرى إلى شخصيات المستخدم المتقاطعة التي قاموا بإنشائها. كيف ستلبي أفكارهم احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة وغير المعاقين، مثل الأشخاص المكفوفين أو ضعاف البصر على سبيل المثال؟

تدور هذه الوحدة حول الإبداع، لذلك لا تتردد في تشغيل الموسيقى، وشجع المشاركين على التحرك، واستخدام أقلام التمييز الملونة، وما إلى ذلك. واعلم أن خلق بيئة مشجعة سيشجع على ظهور الأفكار الجديدة والمبتكرة!

تذكر أن هدف هذه الوحدة ليس السعي نحو الكمال، بل الهدف منها إبراز بعض الأفكار أو المجالات التي يمكن للجميع الاتفاق عليها! يتعلق الأمر بالعصف الذهني، بالإضافة إلى الجمع بين كل المعارف التي جمعوها سابقاً معاً. في الوحدات القليلة التالية، يمكن للمشاركين صقل النقد وتعميقه والعمل على الفكرة التي تم إنشاؤها في هذه الوحدة وتطويرها. واعلم أن الهدف من هذه الوحدة ليس الوصول إلى فكرة نهائية؛ لذا كن مستعداً لتجاهل الأفكار. وغالباً ما يكون من المفيد وضع الأفكار في "ساحة انتظار" - على الرغم من أنها قد لا تكون مناسبة الآن، إلا أنه يمكن للفريق مراجعتها لاستخدامها في مشروع آخر في المستقبل.

ما التالي؟

بمجرد اختيار المشاركين لأفضل أفكارهم، سينتقل الجميع إلى وحدة "النماذج الأولية السريعة واختبار قابلية الاستخدام".

أهداف الوحدة

تم تصميم الأنشطة في هذه الوحدة لمساعدتك على التقييم السريع لأفضل فكرة (أفكار) وصل إليها فريقك، وجمع التعليقات، وتحسين المفهوم الذي ترغب في استثمار مواردك فيه. والهدف من الوحدات هو مساعدة فريقك على بلورة مفهوم من خلال تطوير نموذج أولي واختبار هذه الفكرة الأولية مع المستخدمين. في هذا التدريب، سيبدأ المشاركون في تخيل ما يلي: ماذا نصنع، وكيف ستعامل مجتمعاتنا "خارج العالم" معه؟ ما هي السيناريوهات المثالية، وما هي السيناريوهات غير المثالية، وما الخطأ الذي يمكن أن يحدث، وكيف يمكننا مواجهة ذلك؟ الهدف من هذه الوحدة هو اختبار هذه الفرضيات مع البدء أيضًا في تصور الشكل الذي تريد أن يبدو عليه مشروعك النهائي.

التدريبات

هذا نشاط مكون من جزأين. في الجزء الأول، ستعمل على تحويل الأفكار التي حددتها على أنها واحدة أكثر في الوحدة الأخيرة إلى واقع ملموس. وفي الجزء الثاني، ستجمع ملاحظات حول النموذج الأولي الخاص بك.

إعداد النماذج الأولية

• الوقت: حوالي ساعتين

• المواد: أقلام، أقلام تمييز، ورق، ملصقات، ورق مقوى، صلصال... إلخ.

حان وقت الإبداع! باستخدام أي مواد تجدونها حولكم، اعملوا معًا كمجموعة لإنشاء نموذج أولي لأهم أفكاركم. يمكن أن تتخذ النماذج الأولية العديد من الأشكال المختلفة، فيمكن أن تكون خشنة ومتسخة أو مصقولة جيدًا. فعلى سبيل المثال، يمكن صنع نموذج أولي لكروسي مريح جديد مصنوع من الصلصال، أو يمكن أن يكون موقع الويب رسمًا بسيطًا لصفحة الرئيسية على قطعة من الورق، أو يمكن أن تكون الحملة محاكاة للعبة لعب الأدوار. إن الأمر العظيم في النماذج الأولية هو أنها يجب أن تنقل رؤيتك، لكن لا يجب أن تكون هذه الرؤية نهائية. والمهم أنك قمت بصياغة ما تريد قوله والآن يمكنك اختباره.

اختبار قابلية الاستخدام السريع

بمجرد إنشاء النموذج الأولي الخاص بك، قدّمه إلى المستخدمين المحتملين لجمع التعليقات. باستخدام المبادئ التوجيهية الخاصة بالمقابلات غير التوجيهية المشتركة في تدريب بحث المستخدم، خُطّط لجلسات مع ممثلين عن جمهورك المستهدف. وأثناء هذه المحادثات، استخدم أسئلة غير توجيهية لجمع تعليقات على النموذج الأولي الخاص بك. تذكر أن الغرض من هذه الجلسات هو الحصول على تعليقات مهمة لتحسين الحل الذي تقدمه، لذا ذكّر المستخدمين بأنه لا توجد إجابة صحيحة أو خاطئة. قد تتضمن الأسئلة النموذجية ما يلي:

• ماذا تفضّل؟

• ما الذي تريد تغييره؟

• هل ينقص هذا التصميم أي شيء ترغب في إدراجه؟

• هل سيؤدي استخدام هذا التصميم في أي وقت إلى تفاقم الإقصاء أو التسبب في ضرر؟

هذه أيضًا فرصة مثالية لطرح الأسئلة المتعلقة بتسويق المنتج، أو الخدمة، أو الحملة. فعلى سبيل المثال، إذا كنت تختار بين اسقين لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك، فاسأل المستخدمين عن آرائهم وعن أيٍّ منها يفضلونه!

اعتمادًا على مدى واقعية النموذج الأولي الخاص بك ووظيفته، يمكنك أيضًا أن تطلب من المستخدمين أداء المهام باستخدام النموذج الأولي الخاص بك. على سبيل المثال، إذا كنت تقوم بعمل نموذج أولي لتطبيق جوال مصمم لربط المواطنين بأعضاء البرلمان، فتتحقق مما إذا كان بإمكان المستخدمين استخدام ميزات التطبيق لتحقيق هذا الهدف، والعمل مع منظمات الأشخاص ذوي



مثال الإطار السلكي

الإعاقة لاختبار إمكانية الوصول؛ وإذا كان النموذج الأولي الخاص بك جزءًا من تدريب حشد التأييد، فيجب عليك التحقق ما إذا كان بإمكان المستخدمين استخدام إصدار النموذج الأولي واكتساب المهارات التي يحتاجون إليها. تذكر، إذا كان النموذج الأولي الخاص بك لا يزال في مراحله الأولى، فيمكنك أيضًا دمج هذه التدريبات القائمة على المهام في اختبار المستخدم الخاص بك في مرحلة لاحقة.

تأكد من توثيق ما تعلمته من المقابلة. بمجرد إجراء جلسات التعليقات هذه (نوصي بالتحدث إلى ما لا يقل عن 5 أفراد يشاركون السمات الرئيسية مع شخصيات المستخدم الخاصة بك)، اجتمع مرةً أخرى كمجموعة لمناقشة النتائج التي توصلت إليها. يمكن أن تكون الأسئلة المطروحة للنقاش ما يلي:

- كيف يمكنك تعديل النموذج الأولي الحالي الخاص بك؟
- إذا كنت تفكر في خيارات متعددة، فهل هناك طريقة يمكنك من خلالها الجمع بين الميزات المختلفة معًا؟

يعدّ اختبار قابلية الاستخدام مجال عمل مهمًا ومتنوعًا مع العديد من المنظمات والأفراد المتخصصين على وجه التحديد في هذا الموضوع. وفي حين أن النشاط أعلاه لا يستوعب النطاق الكامل أو الفروق الدقيقة لاختبار قابلية الاستخدام، فإنه يوفر طريقة سهلة للبدء. وإذا كنت مهتمًا وقادراً على إجراء المزيد من اختبارات قابلية الاستخدام المتعمقة، ففكر في التعاون مع الخبراء في مجتمعك. لمزيد من الإرشادات حول اختبار قابلية الاستخدام المتقدم، يرجى الرجوع إلى usability.gov [طرق وأدوات لاختبار قابلية الاستخدام](#) و/أو [هذه النماذج](#) من UX Collective.

كمجموعة، حدد نموذجًا أوليًا واحدًا ترغب في استثمار الوقت والموارد في تطويره بشكل أكبر. تذكر أن النموذج الأولي الذي اخترته للعمل عليه، يجب أن يعكس ملاحظات المستخدم التي تلقيتها.

إذا علق فريقك...

- أثناء قيام فريقك بتصميم النموذج الأولي، تذكر الرجوع إلى شخصيات المستخدم للحصول على الإلهام، ولا تنس التقاطعية وإمكانية الوصول! ما أنواع الدعم التي يحتاجها الأفراد ذوو الهويات والخبرات المختلفة والمتنوعة لاستخدام منتجك، أو خدمتك، أو حملتك بفعالية؟
- إن استطعت، ففكر في إشراك المستخدمين المستهدفين والمجتمع المستهدف في إنشاء نموذج أولي معك. إن التعاون في الإنشاء مع جمهورك المستهدف لا يمكن أن يولد أفكارًا جديدة فحسب، بل يساعد أيضًا في خلق دعم وإعجاب الجمهور المستهدف بأدائك! كما يساعد الإنشاء المشترك في تحديد العوائق المحتملة للاستخدام والوصول مع ضمان إمكانية الوصول إلى الأفكار وشمولها وعدم تسببها في إحداث ضرر إضافي.

- عند إجراء تدريب اختبار قابلية الاستخدام السريع، يمكنك إعطاء المستخدمين مجموعة متنوعة من الاقتراحات عند سؤالهم عن مشاعرهم، على سبيل المثال "ما رأيك في كذا؟ هل كان ممتعًا، مريبًا، سهل الاستخدام، صعبًا، سهل المنال؟ تساعد هذه المطالبات المستخدمين بالفعل في تحديد أفكارهم وعزلها.

لا تنس!

نصيحة التضمين: تذكّر تضمين أفراد من المجتمعات المهمشة في اختبارات قابلية الاستخدام الخاصة بك. على وجه الخصوص، السؤال الموجه إلى المجموعات الممثلة تمثيلاً ناقصًا: "ما الذي فاتني في هذا النموذج الأولي؟" يمكن أن يوفر ثروة من أفكار التحسين الإضافية. وعندما يتعلق الأمر بإمكانية الوصول، تبقى منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة دائمًا الخيار الرائع للاختبار.

ثمة العديد من الموارد المتاحة (المدفوعة أو المجانية) التي يمكن أن تساعدك في ترقية النموذج الأولي الخاص بك وجعله أكثر تعقيدًا. على سبيل المثال، فحّر في استخدام أدوات التخطيط الشبكي لتطوير مواقع الويب أو التطبيقات. أدوات التخطيط الشبكي الشائعة هي: [hctekS s'elgooG](#)، [qimaslaBg](#)، [amgiFg](#)، [hctekSg](#)، [rotartsulll ebodAg](#). إذا كان منتجك موقعًا إلكترونيًا أو تطبيقًا، فيمكنك اختبار إمكانية الوصول باستخدام [the WAVE Web Accessibility Evaluation Tool](#). هناك أيضًا العديد من الخيارات لتقييم إمكانية الوصول إلى مواقع الويب والتطبيقات للأجهزة المحمولة.

ما التالي؟

من خلال مفهوم منتجك، أو خدمتك، أو حملتك التي تم اختبارها بالفعل من قبل المستخدمين، فأنت جاهز للانتقال إلى تدريب التعاون/التصرف النهائي - "البناء المستدام لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك"

أهداف الوحدة

من خلال إطار عمل تدريب التعاون/التصرف، يصير أعضاء الفريق الآن:

- قد فُكروا في المشكلة الاجتماعية التي يريدون معالجتها وكيف تتجلى في المجتمع
 - قد حددوا جمهورهم المستهدف، وفهموا الهويات المتداخلة لمستخدميهم، وطوّروا شخصيات المستخدم التي تعكس بقوة احتياجات المستخدمين، ورغباتهم، ومشكلاتهم.
 - قاموا بعصف ذهني لعدد من الأفكار الإبداعية التي تم اختبارها مع المستخدمين لاختيار أفضلها
- تركز هذه الوحدة على دعم التطوير التقني لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك، من خلال هذه التدريبات، سيفكر الفريق بشكل نقدي في تحديد أولويات أفكارهم، وجداولهم الزمنية، والميزانية، واعتبارات الجدوى. ونظرًا إلى قيود الموارد أو الوقت أو غيرها من القيود، لا يمكن تنفيذ جميع الأفكار في التكرار الأول للأداة. ستساعدك هذه الوحدة على تحديد أهم الميزات التي يجب التركيز عليها في البداية، أثناء إنشاء دليل للتطوير المستقبلي. وسوف يفكر الفريق أيضًا بشكل نقدي في تنفيذ فكرتهم، مع الأخذ بعين الاعتبار ما يتعلق بالخبرة والدعم الخارجيين اللازمين لتحقيق المفهوم.

تذكّر أنه: بمجرد إنشاء أداتك، فإنها لا تنتهي عند هذا الحد. سوف يستمر المشروع الناجح في الخضوع لعملية DCH (التصميم الذي يركز على الإنسان) مرارًا وتكرارًا للتحديث والرد على أسئلة الوقت الفعلي، على سبيل المثال للاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات المستخدمين الجدد. يجب دائمًا مراجعة المشروع الحالي.

في هذه الوحدة، ستبدأ أيضًا في التفكير في: كيفية تحديد الموارد الجديدة التي ستحتاجها في المستقبل؛ على سبيل المثال، هل تحتاج إلى دعم فني، مثل تعيين نوع معين من المطورين لمساعدة فريقك في بناء مشروعك؟ هل تحتاج إلى دعم في تعلم كيفية تعيين هذا المطور وإدارة المشروع ونوع جديد من المتعاونين؟ يمكن أن يكون هذا مفيدًا عند إنشاء PFR (طلب تقديم عرض) أو إذا كنت تريد معرفة كيفية كتابة توصيف وظيفي للشخص الذي سيتم تعيينه. حتى وإن كنت ستكتب طلب تقديم عرض، فقد ترغب في استشارة خبير تقني للحصول على المساعدة.

التدريبات

التدريب رقم 1: تخطيط المشروع - تطوير تراكم منتج الحد الأدنى القابل للتطبيق الخاص بك

باستخدام التعليقات التي جمعتها حول النموذج الأولي الخاص بك، اعمل كمجموعة لتبادل الأفكار حول المكونات المختلفة التي يحتاجها منتجك، أو خدمتك، أو حملتك، لحل المشكلة الاجتماعية التي حددتها ودمج تعليقات المستخدمين التي تلقيتها حتى الآن. اعتبر هذا التدريب أيضًا بمثابة طريقة لبناء مخزون الأفكار المستقبلية للمشروع. يمكن أن تكون هذه القائمة مفيدة للغاية للرجوع إليها، عندما تحصل على تمويل مستقبلي - حاول أن تضع كل هذه الأفكار في الاعتبار.

تسمى قائمة العناصر هذه التراكم الخاص بك، وستكون بمثابة خارطة طريق للحل الخاص بك. والهدف هنا هو البدء في التركيز وتحديد أولويات أفكارك. يمكنك استخدام [جدول بيانات تراكمات التعاون/التصرف](#) أثناء هذا التدريب.

1. في البداية، أضف أي مكونات حددتها إلى العمود C تحت عنوان "الميزة، أو قصة المستخدم، أو الفكرة، أو احتياجات البحث". كن شاملاً - لا توجد فكرة صغيرة جدًا بحيث لا يمكن تضمينها. تأكد أيضًا من أن كل مكون محدد قدر الإمكان. قم بإضافة أي تفاصيل إضافية في قسم "الملاحظات".
2. دوّن أولويات كل مكون. ما مدى أهمية هذا المكون في معالجة المشكلة الاجتماعية التي حددتها؟ ما مدى أهمية هذا المكون في النجاح الشامل للحل الخاص بك؟ بالعودة إلى التقاطعات، ما مدى أهمية هذا المكون لضمان أن المستخدمين من جميع الأنواع يمكنهم المشاركة والاستفادة؟ في العمود B، سجّل درجة الأهمية على أنها 1 للأكثر أهمية و3 للأقل أهمية.
3. لكل مكون، سجّل مستوى الجهد المطلوب لتحقيق هذا المكون. هل من السهل تحقيقه (على سبيل المثال، طباعة أوراق العمل)، أم أنه يتطلب مزيدًا من الوقت، أو الموارد، أو المال (على سبيل المثال، تطوير منهج الدورة التدريبية). سجّل مستوى الجهد المبذول في العمود E.
 - a. لمزيد من المهام الفنية لتطوير البرامج، اعمل مع مطور لتقدير مستوى الجهد.
 4. كفريق، قرّر المكونات التي ستكون جزءًا من الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق، بناءً على الأولوية، ومستوى الجهد، والقيود المالية، والقيود الزمنية. لكن تذكّر حفظ الأفكار "الموهلة" أو الأقل أهمية - فقد تحتاجها للحملات أو المنتجات المستقبلية. يمكنك أيضًا وضع علامة على بعض الأفكار على أنها الأفكار التي تريد تنفيذها في المستقبل مثل النسخة 0.2 من مشروعك أو بتمويل جديد.

جدول البيانات هذا عبارة عن مسودة خارطة طريق لتنفيذ منتج الفريق، أو خدمته، أو حملته. تم تصميم التدريبات القليلة التالية لمساعدتك في استشارة خبراء خارجيين والتخطيط للتكرارات المستقبلية للحل الخاص بك.

التدريب رقم 2: التشاور مع الخبراء

بالاستعانة بنموذجك الأولي، وتعليقات المستخدمين، ومسودة التراكمات، حان الوقت الآن لتشجيع فريق المشروع على التشاور مع خبراء التكنولوجيا، إن لم يكونوا قد فعلوا ذلك بالفعل. بعض الأسئلة التي يجب مراعاتها في هذه المرحلة هي:

- ماذا يُقصد بالدعم الفني الخارجي، مثل التعاقد مع مطور، هل تحتاجه لإنشاء أدواتك؟

- هل تحتاج إلى دعم في تعلم كيفية تعيين هذا المطور وإدارة المشروع من أجل التنمية؟

إذا لم تكن متأكدًا، ففكر في استشارة خبير تقني مدني للمساعدة في مناقشة جدول زمني ونهج معقول للتنفيذ. يمكن للخبير أيضًا مساعدتك في صياغة WOS (نطاق العمل) أو PFR (طلب تقديم العروض) وتقييم عروض البائعين.

لمزيد من الإرشادات التفصيلية حول العمل مع الخبراء التقنيين وتحديد البائعين أو الدعم الخارجي الآخر، يرجى الرجوع إلى الصفحات 36-40 من [دليل التحول الرقمي المحلي الخاص بالمعهد الديمقراطي الوطني](#).

التدريب رقم 3: التفكير في المستقبل

الآن، بعد أن انتهيت من تراكم PVM الخاص بك واستشرت الخبراء، خذ هذه النتائج وامنح المجموعة 51 دقيقة لمناقشة التكرارات المستقبلية للمشروع. أجر مناقشة حول الاستدامة والتطوير المستقبلي من خلال طرح بعض الأسئلة التالية:

- هل سيكون تنفيذ بعض الأفكار أسهل إذا كان لديك المزيد من المال أو المزيد من الوقت؟

- ما الذي قد يرغب فريقك في بنائه في النسخة 0.2 أو التكرار التالي لمشروعك؟

باستخدام نفس جدول البيانات المتراكمة، أنشئ نسخة ثانية، وحدد الأفكار التي تريد العمل عليها بعد ذلك. أضف ملاحظات لمعرفة ما يجب أن تتعامل معه أولاً، وما هي أنواع الدعم، أو البحث الجديد، أو الخطوات الجديدة التي ستكون مطلوبة لتحقيق هذه الفكرة. يمكن أن يشكل هذا التدريب الأساس للعمل المستقبلي في المشروع.

إذا علق الفريق...

على الرغم من أن هذا قد يبدو شديد التركيز على التصميم، إلا أنه من المهم التفكير في الغرض من "روح" هذه التدريبات. عند التخطيط لحملة ما، قد يكون لديك الكثير من الأفكار والنقاط التي تريد توضيحها. ما هو هدفك الأسمى؟ ما هي التفاصيل الدقيقة لفكرتك؟ كيف يتلاءم بعضها مع بعض؟ يمكن أن تساعدك هذه التدريبات في تنظيم وتجميع أفكارك لإنشاء حملة متماسكة.



التكرار هو مفتاح التنمية المستدامة.

لا تنس!

نصيحة التضمين: عندما تنتقل إلى مرحلة تنفيذ منتجك، أو خدمتك، أو حملتك، فحظ في كيفية الاستمرار في إشراك المجتمعات المهمشة في تطوير فكرتك فعلياً. كيف سيساعدون في إنشاء التكرارات المستقبلية لفكرتك؟

تذكر أنه من المهم عمل قائمة بالأفكار مرتبة حسب الأهمية والجدوى، والنظر في مدى قابلية فكرتك أو منتجك للتطبيق. هل لها صدى لدى جمهورك؟ هل ستعمل؟ كيف ستبدو؟ هذه كلها أسئلة مهمة للإجابة عنها.

ما التالي؟ استمر في التكرار!

التصميم الذي يركز على الإنسان هو دورة مستمرة من التعلم والتكرار. قد تكون الخطوات التالية هي أنك مستعد لتعيين موظفين أو تنمية مشروعك حقاً، ربما تحتاج إلى تعيين أخصائي دعم فني لهذا الغرض. ربما تكون لديك الموهبة الفنية داخل المؤسسة ومستعداً لبدء التطوير، أو ربما تكون مستعداً للانطلاق! على أي حال، ارجع إلى هذه الوحدات أثناء تطوير منتجك، أو خدمتك، أو حملتك لمعرفة المزيد عن مستخدميك، واحتياجاتهم، ورغباتهم الجديدة، ولتطوير حلول فريدة.

لقد كان للعديد من الأفراد دور فعال في تطوير تدريب التعاون/التصرف، وحيث إننا لا يمكننا ذكرهم جميعًا، أردنا أن نشكر القليل ممن قدموا مساهمات معينة.

لم يكن تدريب التعاون/التصرف ليكون ممكنًا لولا دعم وتشجيع موظفي المعهد الديمقراطي الوطني في فرق الديمقراطية والتكنولوجيا، والشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وأوراسيا، والجنس، والمرأة والديمقراطية، والمشاركة المدنية والإدماج. ونتوجه بشكر خاص إلى مويرا ويلان، وكريس دوتن، وسارة مولتون، وإليزابيث سوتزلين، وجيسر فرانت، ومادلين نيكولوف، وسمر باوتشر روبنسون، ومولي ميدلهيرست، وويتني فايفر، وماكس سيكامور، وسارة بيكرمان، وكايل هيرمان، ومايا فواز، ولينوكس أتكينسون، وأندري روسانوف، والعديد من الأشخاص الآخرين الذين قدموا النصح وطوّروا الأفكار وتحذونا لتحسين مجموعة الأدوات هذه. ونحن ممتنون للغاية لشركائنا في لبنان ومولدوفا الذين طورنا معهم وكررنا نهج التصميم الشامل الذي يركز على الإنسان.

كُتِبَ تدريب التعاون/التصرف بشكل أساسي عن طريق مات بيلي، وبريال بهات، وكارولين سيندرز، وتم إحياءه بواسطة وكالة yldneirF وoc.ngised. أصبحت مجموعة الأدوات هذه ممكنة بفضل الدعم المالي السخي من الصندوق الوطني للديمقراطية.

جميع المحتويات الموجودة في مجموعة الأدوات تم إصدارها بموجب ترخيص Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.