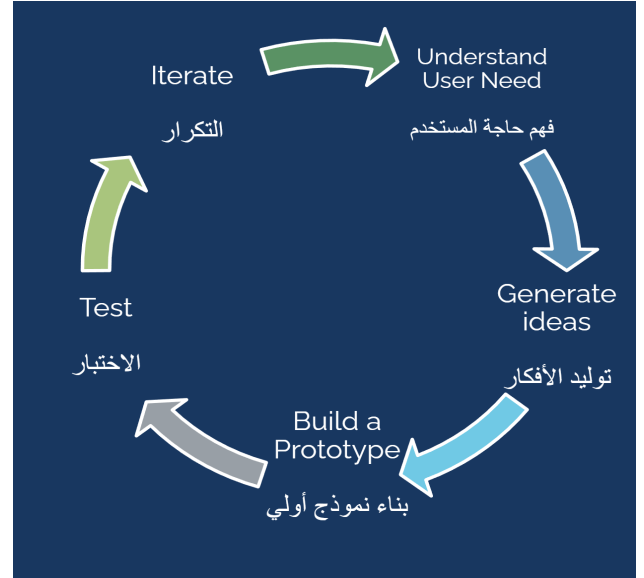




التعاون/التصرف والتصميم الذي يركز على الإنسان للنشطاء دليل المشارك

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

تحيط بنا اليوم المنتجات والخدمات التقنية - في جيوينا، ومنازلنا، ومطابخنا، وأماكن عملنا، والأماكن العامة. والتصميم الذي يركز على الإنسان هو النهج الذي يضمن أن هذه المنتجات والخدمات يمكن الوصول إليها وبديهية وسهلة الاستخدام. وهو نهج يركز على حل المشكلات المعقدة باستخدام التعاطف والتقنيات الأخرى التي تفهم احتياجات المستخدم لتصميم منتجات رقمية تبدو جميلة المظهر وسهلة الاستخدام من قبل 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 ثم، 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.

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 تبدأ بمجموعة أدوات التعاون/التصرف؟

دليل مجموعة الأدوات

تتكون مجموعة أدوات التعاون/التصرف من سبع وحدات، وتشتمل كل وحدة تعاون/تصرف 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:

تنقسم مجموعة الأدوات إلى دليل المنسق ودليل المشارك. 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.

زملاؤك المشاركون

لكي تكون مناهج التصميم التي تركز على الإنسان شاملة ولكي تعمل منتجاتها على نطاق واسع من الجماهير، من المهم أن تجلب أصواتاً فريدة ومتنوعة للمحادثة مع بعضهم البعض. يضم الاستخدام الأكثر نجاحاً لتدريب التعاون/التصرف 4-6 (لا يزيد عن 8) أفراداً ذوي وجهات نظر وخبرات مختلفة. يجب أن تكون مجموعتك المشاركة متوازنة وأن تشمل أشخاصاً من مختلف الميول الجنسية، والهويات الجنسية، والأجناس، والأعمار، والإعاقات، والأعراق. قد يشمل المشاركون في تدريب التعاون/التصرف خبير تكنولوجيا المعلومات لديك، وخير التواصل مع المجتمع والجنس أو الشمول، ومدير البرنامج المتوقع لتنفيذ فكرتك. يمكنك أيضاً أن تقرر ما إذا كنت تريد إدراج القيادة التنظيمية وأصحاب المصلحة الآخرين على مستوى أعلى (مثل المانحين) كمشاركين رئيسيين، بناءً على القبول أو الثقافة التنظيمية أو العوامل الأخرى ذات الصلة. تذكر، حيث إن جميع الوحدات تعتمد على العمل السابق، فإنك تحتاج إلى محاولة إشراك نفس المجموعة من الأشخاص في جميع الأنشطة في هذه العملية.

1. تخطيط النظام البيئي
2. تحديد الفئة المستهدفة
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



صورة مناقشة المجموعة

لا تؤذ أحدًا

أثناء العمل من خلال مجموعة أدوات التعاون/التصرف، تذكر مبدأ لا تؤذ أحدًا (HND). مبدأ HND هو نهج تحليلي وعملي يساعد في تقليل المخاطر وتجنب العواقب غير المقصودة. لا يزيل مبدأ HND المخاطر، ولكنه يساعد على تحديد الآثار السلبية المحتملة.

قبل أن تبدأ، يجب أن تفكر في إجراء تحليل أو تقييم أولي لفهم سياقك وأي أضرار محتملة غير مقصودة. فكر في كيفية تخفيف المخاطر، ربما من خلال نهج، أو خيارات، أو شراكات بديلة. أثناء تصميم وتنفيذ منتجك أو خدمتك أو حملتك، يجب عليك مراجعة إستراتيجية الحد من الضرر وتحديثها لمعالجة نقاط الضعف والمخاطر الناشئة التي ربما لم تكن موجودة في البداية أو لم تكن عالية المخاطر، والعمل عن كثب مع المجتمعات الأكثر تضررًا لضمان تلبية احتياجاتهم وأولوياتهم بشكل صحيح في المنتج النهائي وأن النتيجة لا تسبب ضررًا إضافيًا أو تؤدي إلى تفاقم نقاط الضعف الموجودة.

لا تنس!

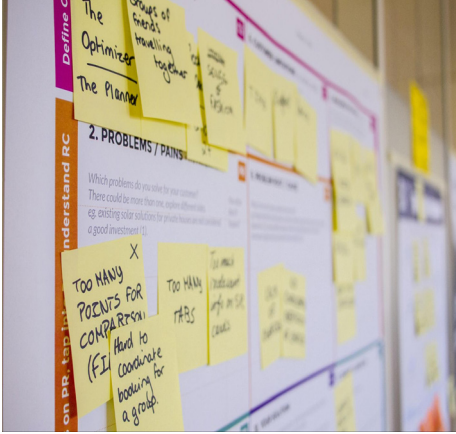
غالبًا ما تحتاج المنتجات، والخدمات، والحملات الناجحة إلى عدة محاولات لتحقيق النجاح. يعتمد التصميم الذي يركز على الإنسان على فكرة التكرار، والمواءمة المستمرة، والتحسين بناءً على ملاحظات المستخدم. لذلك، أثناء استعراضك لمجموعة أدوات التعاون/التصرف، ضع في اعتبارك أن المحاولة الأولى لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك ستحتاج إلى مراجعة. هذا أمر متوقع وفي كل جزء من العملية! وعندما ترى فكرتك النور، سيساعدك إتمام الدورات الإضافية لمجموعة أدوات التعاون/التصرف على تحسين منتجك، أو خدمتك، أو حملتك.

بعض النصائح النهائية قبل أن تبدأ:

- التوثيق، التوثيق، التوثيق أثناء قيامك بالتدريبات، تذكر كتابة المناقشات والأفكار الرئيسية. وإذا كنت ترغب في ذلك، يمكنك تعيين أي شخص لتدوين الملاحظات لكل نشاط (تذكر أنه ليس من الضروري أن يكون الشخص نفسه في كل مرة).
- قد يكون الإبداع صعبًا. تحتوي كل وحدة للتعاون/التصرف على اقتراحات محددة يمكنك استخدامها إذا واجهتك مشكلة. ولكن تذكر أيضًا أن تأخذ فترات راحة (التمدد، والأكل، والموسيقى، وما إلى ذلك) للحفاظ على تدفق الطاقة.

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

أهداف الوحدة



لصق الجدار لفهم منطقة المشكلة

الوحدة الأولى لبدء رحلة التصميم الذي يركز الإنسان الخاصة بك هي تخطيط النظام البيئي. ربما تكون أنت وفريقك على دراية بالفعل بتخطيط النظام البيئي؛ فهو يشبه مراجعة الأدبيات، أو تحليل أصحاب المصلحة، أو تحليل المناظر الطبيعية. وسواء أكنت قد أنشأت بالفعل العديد من خرائط النظام البيئي أم كانت هذه هي المرة الأولى لك، ستساعدك هذه الوحدة أنت وفريقك على التوافق مع أهداف مشروعك.

يُعدّ تخطيط النظام البيئي طريقة رائعة للتصغير ورؤية المشهد الكامل للمشكلة التي تعمل عليها. ومن المفيد عمل خريطة للنظام البيئي مع الشركاء وأصحاب المصلحة وفريقك الموسع في بداية كل مشروع؛ لضمان أن الجميع على نفس الخط وعلى نفس القدر من المعرفة والفهم لأهداف المشروع، والجدول الزمنية، وأطر العمل وبؤر التركيز. تركز هذه الوحدة على مشاركة المعرفة أثناء تقييم السياسات والبرامج الموجودة مسبقًا، والتي تؤثر في مجال مشكلتك والجهات الفاعلة العاملة في هذا المجال.

ربما تكون قد فعلت شيئًا مشابهًا لتخطيط النظام البيئي لمنطقة مشكلتك، أو أن مشروعك قد بدأ بالفعل وقد تعمقت بالفعل في هذه المشكلة. لا يزال تخطيط النظام البيئي أداة مفيدة للتأكد من أن جميع أعضاء الفريق لديهم نفس المعرفة الأساسية. واستنادًا إلى العمل السابق لفريقك، سيختار المنسق النسخة الكاملة أو المكثفة من خرائط النظام البيئي.

التدريبات

اعتمادًا على العمل السابق لفريقك، سيتولى منسق العمل بالنسخة الكاملة أو المكثفة من خرائط النظام البيئي. تحتوي التدريبات الكاملة على ثلاثة أنشطة قصيرة. وسيساعد النشاط الأول مجموعتك على التوصل إلى توافق في الآراء بشأن القضية الاجتماعية الشاملة التي تريد معالجتها، بينما يشجعك النشاط الثاني على عرض منطقة المشكلة من خلال وجهات نظر متنوعة، وسيساعدك النشاط الثالث على وضع سياق لهذا الموضوع ضمن ديناميكيات السلطة والمعلومات المختلفة في سياقك.

المفاهيم والمصطلحات الأساسية

نظرية التغيير: إن نظرية التغيير هي أداة يمكنك استخدامها لتوضيح الإستراتيجية العامة لمنتجك أو خدمتك أو حملتك، وتوضيح سبب اعتقادك أنها ستنجح، وكيف ستعرف ما إذا كانت تعمل، وما الذي تحتاجه لوضعها في مكانها الصحيح. وتحدد نظريات التغيير كيف ولماذا يمكن أن يحدث التغيير المطلوب في سياق معين. ففي حين أن نظريات التغيير لا تُستخدم عادةً كجزء من عملية التصميم التقليدية المركزة على الإنسان، إلا أنها أداة مختبرة عبر الزمن في مجالات مثل التنمية الدولية ونشاط التغيير الاجتماعي. ويمكن أن يساعد استخدام نظرية التغيير في عملية التصميم في توضيح أهدافك، وشرح سبب قيامك بما تفعله، وما الذي تسعى إلى تحقيقه وكيف ستحققه.

تخطيط النظام البيئي: تخطيط النظام البيئي هو بمثابة تمثيل مرئي لعملية ما، أو تدفق، أو نظام يسلط الضوء على العلاقات في سياق معين. ويمكن أن يساعد تخطيط النظام البيئي في تحديد نطاق المشروع وضمان جدوى الإستراتيجية المختارة.

ستساعد النسخة المكثفة من التدريبات الفريق على التوافق مع أهداف المشروع، والمنجزات المستهدفة، والجدول الزمنية، والقيود. في النسخة المكثفة، ستقوم بوصف مشروعك ومشكلتك ومجموعة المستخدمين التي تستهدفها بمزيد من التفصيل.

قبل أن تبدأ، تذكّر أن منتجك أو خدمتك أو حملتك ستكون فقط سهلة الوصول، وشاملة، وتمثيلية مثل المنظورات التي تدمجها. هل يضم فريق التعاون/العمل الخاص بك رجالاً ونساء مختلفين، وهويات جنسانية، وتوجهات جنسية، وأعماراً، وإعاقات، وأعرافاً مختلفة، وغير ذلك؟ إذا لم يكن الأمر كذلك، ففكّر في كيفية دمج أصوات جديدة في مجموعة المشاركين الخاصة بك.

عملياً: تطبيق تخطيط النظام البيئي

للمساعدة في توضيح كيفية استخدام هذه الوحدة، يرجى قراءة دراسة الحالة الخيالية القصيرة التالية.

قابل أليكس. يعمل أليكس في منظمة مجتمع مدني محلية في الدولة الخيالية شمال أولانيا. تتمثل مهمة المنظمة في تعزيز المساواة بين المرأة والرجل في السياسة، وكجزء من منحة جديدة، يتطلعون إلى تطوير تقرير جديد وموقع إلكتروني تكميلي.

يأتي فريق أليكس إلى اجتماعهم الافتتاحي جاهزين لتخطيط للنظام البيئي، ومثل العديد من منظمات حقوق الإنسان، فإن جميع الموظفين الحاضرين لديهم بالفعل فهم عميق للسياق ومنطقة المشكلة. في بداية التدريب، يعتقد أليكس أنه يجب عليهم تطوير التقرير لمعالجة العوائق التي تواجه الناخبات لأول مرة، لكن زميل أليكس تايلور يعتقد أن التقرير والموقع الإلكتروني يجب أن يركّزا على القضايا التي تواجه الناخين. ويعتقد غالبية أعضاء المجموعة أنه يجب عليهم إنشاء تطبيق جوال أو موقع ويب أثناء إعداد التقرير، لكن بعض أعضاء الفريق، مثل ميل، يعتقدون أنه ينبغي عليهم التركيز فقط على البحث ثم إنشاء منتج تقني محتمل لاحقاً بسبب الجداول الزمنية المقيدة. ومن خلال فهم من يركز عليه كل فرد من خلال خريطة النظام البيئي، يمكن للمجموعة التوافق مع الموضوعات مع الوفاء بالتزامات المُنح الخاصة بهم والتأكد من أن عملهم له تأثير في مجتمعهم. وقد ساعدهم تخطيط النظام البيئي على إدراك أن كلاً من الناخين الأكبر سناً والناخين لأول مرة في مجتمعاتهم يواجه مشاكل كبيرة، وأن كلتا المجموعتين لا تحظى بدعم كافٍ من قِبَل المجتمع المدني. في تدريب التعاون/التصرف التالي، سيبدأ فريق أليكس في تضيق نطاق المجموعة أو المجموعات التي يجب أن يعطوا الأولوية لها في مشروعهم.

أنا عالق...

فكّر في حياتك اليومية وجميع الجهات الفاعلة اللاتي قد تتفاعل معها. يمكنك أيضاً التفكير في أحد الأصدقاء أو فرد من أفراد الأسرة مختلف تماقاً، أو حتى التفكير في تجربة أحد المشاهير للإلهام! لكل شخص، هل تسأل نفسك كيف تعيش حياتك بطرق مختلفة؟ كيف يمكنك الوصول إلى المعلومات بشكل مختلف؟ ما هي رغباتك، وأمالك، وتوتراتك اليومية المختلفة؟

لا تنس!

نصيحة التضمين: تذكر أن "مستخدمي" مشروعك، أو باحثك، أو خدمتك، أو حملتك متنوعون! وكل فئة مستهدفة محتملة تضم رجالاً ونساء مختلفين، وهويات جنسانية، وتوجهات جنسية، وأعماراً، وإعاقات، وأعراقاً مختلفة؟ أثناء تنقلك عبر وحدات التعاون/التصرف، تأكد من مراعاة جميع وجهات النظر المتنوعة هذه في جمهورك المستهدف - كيف يمكنك التأكد من أن منتجك، أو خدمتك، أو حملتك تلبي احتياجات جميع المستخدمين المستهدفين

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

يجب استخدام هذه الوحدة للمساعدة في تحديد مجموعة الأشخاص والمجموعات الذين هم المستقبليون المستهدفون لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك. إن فهم هوية مجتمعاتنا وأفضل طريقة للتركيز على احتياجاتهم أمر بالغ الأهمية لتركيز مشروعك.

يجب أن يلبى منتج، أو خدمة، أو حملة، أو نوع محدد من البحث الفعال احتياجات هذا المجتمع والمستخدمين، ولكن ضع في اعتبارك أنه سيكون هناك العديد من أنواع المستخدمين المختلفة، ولكي يكون أي منتج أو خدمة أو حملة ناجحًا، يجب أن يكون مفهومًا ومتايرًا لمجموعة متنوعة من الأشخاص المختلفين ذوي الخلفيات والخبرات المتنوعة. والتهميش مهم بشكل خاص في هذه الوحدة لفهم أفضل كيفية معاناة مجموعة ما من ضرر معين بسبب العرق، أو العمر، أو الجنس، أو الدين، أو التوجه الجنسي، أو الهوية الجنسية، أو الإعاقة، أو أي نوع آخر من الهوية، أو يتم استبعاد تلك المجموعة بشكل عام من أي نوع من المنتجات، أو الحملات، أو الحركات الناشئة.



المشاركون / المشاركون في العمل يناقشون مجموعات المستخدمين المحتملة

التدريب

في هذا التدريب، سوف تحدد الجمهور المستهدف المناسب لهدفك العام من خلال تخطيط القوة وتأثير الجهات الفاعلة التي حددتها في خريطة النظام البيئي الخاص بك.

المفاهيم والمصطلحات الأساسية

التهميش: التهميش هو أن يتم التعامل مع مجموعة ما، أو مجموعة ديموغرافية، أو مجموعة مختارة من الأشخاص على أنهم أقل شأنًا، أو غير مهمين، أو مهمشين بسبب ارتباطهم أو تحديد هويتهم تبعًا لتلك المجموعة. وينتج التهميش عن استمرار عدم المساواة والحرمان الناتج عن التمييز والوصمة الاجتماعية والقوالب النمطية.

لا تؤذ أحدًا: مبدأ لا تؤذ أحدًا (HND) هو نهج تحليلي وعملي يساعد في تقليل المخاطر وتجنب العواقب غير المقصودة. لا يزيل مبدأ HND المخاطر، ولكنه يساعد على تحديد الآثار السلبية المحتملة لأي برنامج أو تدخل. يسمح مبدأ HND بتحديد خيارات البرمجة البديلة إذا لزم الأمر. يتطلب مبدأ HND فهمًا قويًا ومتطورًا للسياق والعلاقات، وهو تحليل يجب مراجعته وتحديثه بشكل دوري.

عملياً: تطبيق تحديد الجمهور المستهدف

للمساعدة في توضيح كيفية استخدام هذه الوحدة، يرجى قراءة دراسة الحالة الخيالية القصيرة التالية.

الآن بعد أن قامت مجموعة أليكس برسم خريطة النظام البيئي الخاص بالمساواة السياسية بين الجنسين في شمال أولاندا، أصبحوا مستعدين لتحديد الجمهور المستهدف. وقد سلطت خريطة النظام البيئي التي طوروها الضوء على المشكلات التي واجهها الناخبون لأول مرة والناخبون الأكبر سناً، لكنهم يريدون تضيق نطاق مجموعة المستخدمين هذه وفهمهم بشكل أفضل قبل المتابعة.

من خلال هذا التدريب والمدخلات من أصحاب المصلحة الخارجيين الآخرين، يبدأ فريق أليكس في تحديد المستخدمين المحتملين لمشروعهم والمجموعات المحتملة للتعاون معهم. ويضع سام، زميل أليكس، قائمة تتضمن، على سبيل المثال لا الحصر، ما يلي: طلاب الجامعات، وأولياء الأمور، والموظفين الحكوميين، والممثلين المنتخبين، وموظفي الخدمة العامة. يقود زميل آخر، ميل، مناقشة حول المجموعات التي لديها القدرة على التأثير في هذا الموضوع المختار، والتي قد تكون لها سلطة محدودة في سياق شمال أولاندا. ومن خلال هذا النقاش وخريطة القوة والتأثير التي طورونها، وجدوا أنه في حين يتم تجاهل الناخبين الأصغر سناً الذين يحددونهم على أنهم نساء غالباً من قبل المبادرات الأخرى، فإن هؤلاء الناخبين يشكلون نسبة كبيرة من جميع الناخبين ويمكنهم أن يلعبوا دوراً مهماً في التأثير في التغيير. واختار الفريق مبدئياً الناخبين الشباب من الإناث لأول مرة ليكونوا جمهورهم المستهدف، لكنهم يدركون أنه يتعين عليهم التعمق أكثر في البحث والمشاركة في بحث المستخدم لفهم احتياجاتهم وتجاربهم المعيشية بشكل أفضل - وعندها فقط سيكونون قادرين على تصميم حل فعال.

أنا عالق...

عند التفكير في جمهورك المستهدف، تذكر أنهم ليسوا موحدين. احتضن هذا التنوع داخل جمهورك المستهدف وبينه، وتذكر أن حملتك، أو منتجك، أو خدمتك ستلبي احتياجات أشخاص مختلفين لديهم وصول مختلف إلى الموارد، والمعلومات، والشبكات، وما إلى ذلك. وعند مناقشة هذا في مجموعتك، قد يكون من المفيد التفكير في هذا التنوع (أي إن الطلاب سيكونون من بينهم الطلاب ذوو الإعاقة الذين يدرسون العلوم).

لا تنس!

نصيحة التضمين: ما هي المجموعات التي كانت ممثلة تمثيلاً ناقصاً تاريخياً في نطاق مشكلتك؟ وهل هناك من بين هذه المجموعات من يواجه أشكالاً إضافية أو تهميشاً (على سبيل المثال، النساء ذوات الإعاقة، والشباب من الأقليات العرقية، ومجتمعات المتحولين جنسياً، وما إلى ذلك). تأكد من تضمين هذه المجموعات في خريطةك، وفكر في الشكل الذي قد يظهر به منتجك بشكل مختلف أو يتم استخدامه بشكل مختلف من قبل الأعضاء المتنوعين الذين يشكلون المجتمعات المهمشة.

ما التالي؟

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

أهداف الوحدة

تساعدك هذه الوحدة على تطوير صورة أكثر ثراءً لجمهورك المستهدف. ويتم استخدام هذه الوحدة بشكل أفضل بمجرد تحديد جمهورك المستهدف وقبل الخروج بأي أفكار عن المنتج، أو الخدمة، أو الحملة. وهناك نوعان من التدريبات ذوا صلة بهذه الوحدة: بحث المستخدم، وشخصيات المستخدم. نقترح البدء ببحث المستخدم الذي يمكن أن يشكل الأساس لشخصيات المستخدم.

التدريبات

بحث المستخدم

لقد حددت الآن جمهورك المستهدف وأنت على استعداد لفهمهم بشكل أعمق. ومع ذلك، فإنه قبل تصميم الحلول، من المهم بالنسبة إلينا أن نتوقف مؤقتًا لنحاول تحديد النقاط العمياء لدينا ومواجهة تصوراتنا ومفاهيمنا الخاطئة: كيف نعرف ما نعرفه؟ هل معرفتنا مبنية على افتراضات وتحيزات أم على أدلة؟ ستساعدك هذه الوحدة على الإجابة عن هذا السؤال والتأكد من إلمامك بالحقائق التي تحتاجها لتعميق فهمك لاحتياجات المستخدم ونقاط الضعف.

تهدف أبحاث المستخدم إلى فهم المستخدمين الذين هم محور مشروعك، أو منتجك، أو بحثك، أو دعوتك. يمكن أن يجمع بحث المستخدم بين مجموعة متنوعة من الأساليب، مثل المقابلات الفردية أو الأعمال الجماعية أو المسوحات أو حتى مراقبة المستخدمين في بيئة معينة، مثل منازلهم، أو ملاحظة كيفية استخدامهم لنوع معين من المنتجات أو البرامج. وعلى الرغم من أنك قد تكون بالفعل على دراية بأساليب بحث المستخدم المختلفة، غير أن النهج الموضح في هذه الوحدة - إجراء المقابلات غير التوجيهية - يركز بشكل كبير على مشكلتك ويستخدم التكنولوجيا لتوليد أنواع مختلفة من الأفكار التي سترشدك إلى ما ستقوم به وكيف تفعل ذلك.

تُعَدّ المقابلات غير التوجيهية أداة أساسية عند إنشاء منتج، أو خدمة، أو إستراتيجية تركز على الإنسان؛ لأنها تمنحك الفرصة للاستماع إلى مجتمعك المستهدف. ستخبرك المقابلة الجيدة غير التوجيهية دائمًا بأشياء لم تكن تعرفها ولم تكن لتخمنها بنفسك. وفي هذه المجموعة من الأنشطة، ستطوّر أسئلة غير توجيهية وتلتقي بممثلين عن جمهورك المستهدف لجمع رؤى إضافية حول تفضيلاتهم وسلوكياتهم.

شخصيات المستخدم

شخصية المستخدم هي مثل الوصف الذي يصنعه الروائي للشخصية قبل كتابتها في القصة. أنت تنشئ شخصية تشبه الشخص الذي تحاول الوصول إليه بالفعل لمساعدتك على فهم كيف يتناسب منتجك، أو خدمتك، أو حملتك مع حياتهم اليومية. ويجب أن تتضمن الشخصية أشياء مثل العمر، والمهنة (أو عدم وجودها)،

المفاهيم والمصطلحات الأساسية

المقابلات غير التوجيهية: المقابلات غير التوجيهية هي تقنية بحث للمستخدم، يجمع من خلالها القائمون بالمقابلات رؤى نوعية من الأفراد الذين يمثلون المستخدمين المحتملين. وفي المقابلات غير التوجيهية، لا يقوم المحاور بصياغة الأسئلة من حيث كون الإجابات صحيحة أم خاطئة أم ذات مجموعات محدودة من الخيارات، ويتجنب إجبار الشخص المحاور على الإجابة بطريقة معينة أو ضمن أنظمة قيم محددة. وبدلاً من ذلك، يستخدم المحاور نهجاً ذا نهاية مفتوحة لاستكشاف أفكار ومواقف ومعتقدات الشخص الذي تتم مقابلاته. ويمكن أن تعتمد هذه الأسئلة بعضها على بعض وعلى إجابات المستخدم.

المستخدم: في مصطلحات التصميم التي تركز على الإنسان، يُشار عادةً إلى الشخص الذي تحاول الوصول إليه باسم "المستخدم" - كما هو الحال في الشخص الذي يستخدم موقع الويب، أو يدخل إلى الخدمة، أو يتفاعل مع المنتج. ولكن في النشاط، يمكن أن يكون المستخدم أيضًا شخصًا يتعامل مع مؤسستك، أو يصل إلى معلوماتك أو رسائلك، أو يشارك في حدث. عندما ترى "مستخدمًا ما"، فكر فقط في أنه "فرد نتواصل معه".

المفاهيم والمصطلحات الأساسية

شخصية المستخدم: شخصية المستخدم هي تمثيل خيالي لفرد يتضمن الاحتياجات، والأهداف، والأنماط السلوكية المرصودة لجمهورك المستهدف.

تدفق المستخدم: يأخذ تدفق المستخدم شخصية المستخدم ويضعها في موقف أو سيناريو يومي عند الانخراط في حملة أو استخدام منتج أو خدمة. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يقرأ تدفق المستخدم "ماريا، وهي أم ومعلمة تبلغ من العمر أربعين عامًا، تستخدم X عندما تفعل Y و Z". فهو يساعد في تحديد مواقع الحالات الحقيقية وإنشائها للمساعدة في إيضاح التفاصيل المتعلقة بالبناء والتكرار وإنشاء تفاعل المستخدم.

التقاطعية: التقاطعية هي إطار تحليلي لفهم كيفية دمج وتفاعل جوانب الهويات الاجتماعية والسياسية للفرد لخلق أنماط مختلفة من التمييز والامتياز. فعلى الرغم من أن أفراد الفئات المهمشة لديهم حواجز مشتركة، إلا أن الإقصاء نادرًا ما يكون نتيجة عامل هوية واحد. هناك اختلافات مهمة في العمر، والحالات الاجتماعية والاقتصادية، والجنس، والموقع الجغرافي، وعوامل أخرى تؤثر في تجارب الأفراد. وفي الوقت نفسه، يجد الأفراد أنفسهم في سياق هياكل سلطة مترابطة - مثل القوانين، والمؤسسات الدينية، والأعراف الاجتماعية - التي تحدد إلى أي مدى تستبعدهم هوياتهم.

والتوجه الجنسي، والهوية الجنسية، والعرق، والجنس، والإعاقة، والعرق، والدين، والموقع الجغرافي، والمستوى التعليمي، والاهتمامات. وهذه الأنواع من المعلومات الديموغرافية مفيدة في تكوين صورة أكمل للمستخدم وفهم احتياجاته بشكل أفضل. ومن المفيد لك أيضًا معرفة كيف تتفاعل الأنواع المختلفة من المجموعات مع منتجك، أو حملتك، أو خدمتك.

من المهم التأكد من أن شخصياتك لا تُسطح هوية المستخدم في صورة مقطوعة من الورق المقوى أو صورة نمطية واحدة. في هذا التدريب، ستبني نهج حقوق الإنسان لتطوير شخصياتك. هل ستفكر في الأضرار المتداخلة وأضرار حقوق الإنسان التي تواجهها مجموعة المستخدمين الخاصة بك بناءً على 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.

بالنسبة إلى هذا النشاط، ستعمل في أزواج لتطوير شخصيتين للمستخدم على الأقل. والهدف هنا هو أن تكون بارعًا في النقد ومفيدًا، وأن تعكس قدرًا كبيرًا من التجارب الحية لمستخدميك، إلى جانب القيود التقنية وأي أضرار سياسية أو متعلقة بحقوق الإنسان قد يواجهونها.



مناقشة جماعية

عملياً: تطبيق بحث المستخدم وشخصيات المستخدم

للمساعدة في توضيح كيفية استخدام هذه الوحدة، يرجى قراءة دراسة الحالة الخيالية القصيرة التالية.

بعد تطوير نظامهم البيئي وخرائط القوة والتأثير، قرر ميل وسام وتايلور إجراء بحث على المستخدمين لفهم أفضل للتجارب الحية ومواضع شكوى الناخبات الشباب لأول مرة. وبدؤوا بكتابة الأسئلة التي لديهم لمستخدميهم بأسلوب مقابلة غير توجيهي. ويركز العديد من هذه الأسئلة على العوائق التي يواجهها الشباب والناخبون لأول مرة للمشاركة في الخطاب المدني حول قضايا المساواة بين الجنسين، ولكنها تتضمن أيضًا أسئلة حول الوصول إلى التكنولوجيا واستخدامها.

كما يحدد الفريق أيضًا من يريدون إجراء مقابلة معه. وبينما يركزون بشكل أساسي على الناخبات الشباب لأول مرة اللواتي لم يصوّتن بعد، فقد قرروا أيضًا التحدث مع الناخبين الجدد الذين صوتوا في السنوات القليلة الماضية، وخبراء حقوق التصويت في شمال أستراليا، والمنظمين المجتمعيين الذين يساعدون الشباب على التسجيل للتصويت. وعند البحث عن ممثلين لهذه المجتمعات، يولي الفريق اهتمامًا خاصًا للتنوع، والأجناس العابرة، والمعتقدات، والموقع، وما إلى ذلك. وبعد إجراء عدد قليل من المقابلات، يعود الفريق ويراجع ما تعلموه، ويسألون على وجه التحديد عما إذا كانت هناك أسئلة إضافية يحتاجون إلى طرحها. وبعد إضافة المزيد من الأسئلة، يواصلون إجراء المقابلات.

بعد الانتهاء من المقابلات، يقوم الفريق بمراجعة جميع البيانات التي تم جمعها لتحديد بعض الموضوعات: ما هي أوجه التشابه والاختلاف في تجارب واحتياجات الناخبين الشباب لأول مرة. فعلى سبيل المثال، قد تعلموا أن هذه المجموعة من الناخبين تحصل بشكل عام على معلوماتهم من خلال الرسائل النصية وواتساب على أجهزة أندرويد. ويستخدم الفريق هذه المجموعات والاختلافات لتطوير شخصيات المستخدمين الخاصة بهم

أنا عالق...

- لا يمكنك تحديد مكان لإجراء المقابلات غير التوجيهية؟ يمكن أن تكون الأماكن العامة (مثل المكتبات العامة، أو الحدائق، أو المقاهي) مكانًا سهلًا للتفاعل مع مجتمعك المستهدف. فقط تذكر، أن الأماكن العامة يجب أن تكون متاحة بسهولة للجمهور المستهدف (جغرافيًا وماليًا) ويجب أن تحتوي على جميع وسائل الراحة اللازمة للأشخاص ذوي الإعاقة.
- استلهم من حياتك اليومية ومن البيانات المستقاة من أبحاث المستخدم الخاصة بك، لإثراء تطوير شخصيات المستخدم الخاصة بك. فكلما كانت شخصياتك أكثر واقعية، كان ذلك أفضل!

للا تنس!

نصيحة التضمين: سواء أكنت تجري بحثًا عن المستخدم أم تطور شخصيات المستخدم، تذكر تعريف التقاطعية أعلاه. إذا كنت تحاول تغيير رأي العضو، فمَنْ هو هذا العضو حقًا؟ ما هي الهويات الأخرى التي يحملها هذا الشخص؟ كيف تشكل هذه الهويات إحساس النائب بالسلطة، وكيف يؤثر هذا التأثير المباشر أو غير المباشر والامتياز في الطريقة التي يتخذون بها القرارات أو يؤدون بها وظائفهم؟

تذكر أن تشارك بنشاط في المحادثة أثناء بحث المستخدم - توقف مؤقتًا، وأومئ برأسك، ولا تقاطع، وتحل بالصبر إذا كانت المحادثة "قد انحرفت عن الموضوع". فهذا يحدث غالبًا عندما تتعلم شيئًا غير متوقع ومهمًا! استمر في طرح السؤال "لماذا؟"، حتى لو شعرت بال تكرار، للوصول إلى جوهر معتقدات الشخص الذي تتم مقابله ودوافعه. وتذكر أننا نريد أن نفهم آراء المستخدمين وعواطفهم بدلًا من التركيز على الإجابات القائمة على الحقائق. تأكد من أن المحاور يشعر بأنه يتم الاستماع إليه، واشكره دائمًا على التطوع بوقته لدعم جهودك. وإذا تم منح الموافقة، فحاول إجراء المقابلة في أزواج؛ حتى يتمكن شخص واحد من تسجيل الملاحظات أو تدوينها. وتضم هذه الملاحظات الأفكار التي تعلمتها من محادثتك، وستكون مهمة عندما تبدأ في العصف الذهني حول منتجك، أو خدمتك، أو حملتك. وتذكر أن تعقد جلسة استخلاص للمعلومات بعد كل مقابلة لمناقشة ما سمعه أعضاء كلا الفريقين، وما يبدو مثيرًا للاهتمام أو ثاقبًا أو غريبًا بالنسبة إليهما. فكر في كيفية استغلال كل محادثة لتحسين شخصيتك.

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".

أهداف الوحدة

قبل أن ننتقل إلى عملية "الإنشاء" 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 التفكير 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 ١: استراحة ومراجعة

راجع خريطة النظام البيئي وخريطة القوة والتأثير وشخصيات المستخدم التي طورتها. سيدير منسقك مناقشة للمساعدة في تحديد أي ثغرات.

التدريب رقم ٢: اختبار الافتراض

بعد التدريب رقم 1، ستكون قد حددت افتراضات إضافية تحتاج إلى التحقق من صحتها. ستشكل هذه النتائج الأساس لهذا التدريب لتوضيح أي افتراضات معلقة لديك. كفريق، يمكنك إجراء المزيد من المقابلات غير التوجيهية وتحديث شخصيات المستخدم الخاصة بك في النهاية وفقاً لذلك.



مراجعة المعلومات

عمليًا: تطبيق اختبار الافتراض

لمساعدة في توضيح كيفية استخدام هذه الوحدة، يرجى قراءة دراسة الحالة الخيالية القصيرة التالية.

في بداية هذا المشروع، كان فريق أليكس يعتقد أن الحواجز الأولية أمام الناخبات الشابات لأول مرة كانت عدم المبالاة بالعملية السياسية وقلة الوقت للتصويت أو التسجيل للتصويت. وبعد إجراء بحث المستخدم وتطوير شخصياته، يدرك الفريق الحاجة إلى التوقف ومعرفة ما إذا كان بحث المستخدم قد أدى إلى تعقيد أي من هذه الافتراضات الأولية. وبعد مراجعة الأفكار التي جمعوها ومن خلال تمارين اختبار الافتراضات، يدرك فريق أليكس أن الأمر لا يقتصر على ضيق الوقت فحسب، بل يفترق أيضًا إلى الموارد الواضحة والسهولة حول كيفية التسجيل للتصويت التي تؤثر بشدة في الناخبات الشابات لأول مرة على وجه الخصوص. لقد أدركوا أن هؤلاء المستخدمين يواجهون صعوبات في العثور على المعلومات عبر الإنترنت حول مراكز الاقتراع في الصباح الباكر ومراكز الاقتراع بعد يوم العمل.

أنا عالق..

ارجع إلى خريطة النظام البيئي، وخريطة القوة والتأثير، وشخصيات المستخدم. راجع الملاحظات من بحث المستخدم الخاص بك. فكر في بعض أكبر الموضوعات التي رأيتهما أو بعض النتائج الأكثر إلحاحًا. هذه هي الأشياء التي ستساعدك في توجيه عملك وتقييمه أيضًا.

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.

ما التالي؟

الآن بعد أن تم التوافق بين الجميع وتمت إعادة التحقق من صحة أسئلة البحث ونقاط التركيز، هيا بنا ننتقل إلى العصف الذهني وتكوين الأفكار!

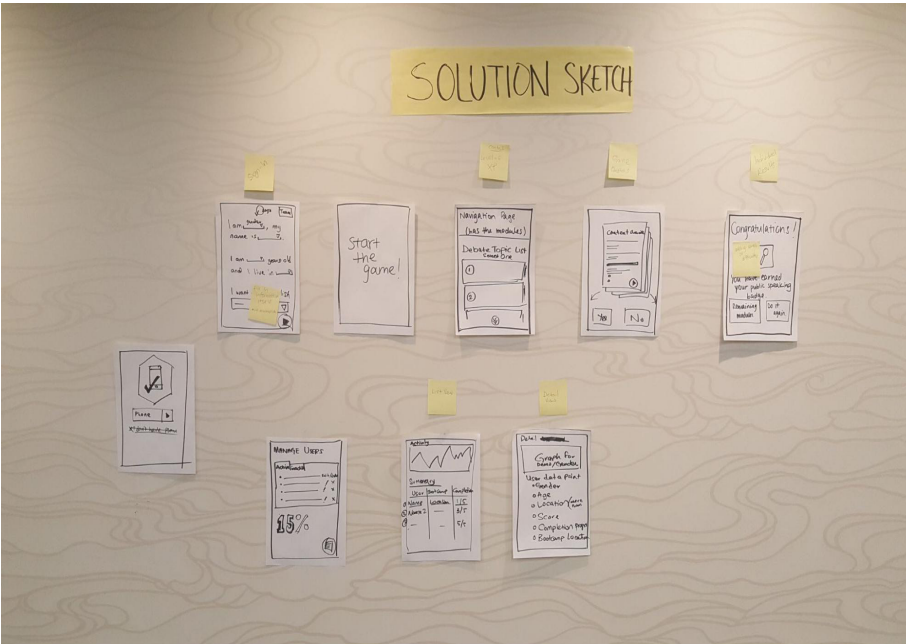
أهداف الوحدة

في هذه المرحلة من عملية التصميم، يجب أن تكون لديك فكرة عن هوية المستخدمين، وما هي احتياجاتهم، وما هو موجود حاليًا في مجال التكنولوجيا أو المنتج. ومن الناحية المثالية، يجب أن تفكر أيضًا فيما لا يفيد المستخدمين. تعمل هذه الوحدة على تعميق كل هذه المعلومات التي جمعتها بالفعل.

الهدف من هذه الوحدة هو توسيع نطاق الأفكار. ولا تخش ابتكار فكرة خاطئة. فلا بأس في التوصل إلى مفاهيم ستتجاهلها في النهاية. أنت تريد العمل من خلال جميع أنواع الأفكار (حتى تلك التي لا تبدو مدروسة جيدًا بالنسبة إليك) لاكتشاف أفضل الأفكار لمستخدميك. وفي بعض الأحيان، قد لا تكون الفكرة الأولى التي تمتلكها مجموعة ما أو مصمم لمنتج ما هي الأفضل لمستخدميهم، حتى وإن كانوا يعرفون مستخدميهم ومجتمعاتهم جيدًا.

التدريبات

هناك مجموعة متنوعة من التدريبات في هذه الوحدة يمكنك استخدامها! **لست مضطرًا إلى أداء جميع التدريبات، ما عليك سوى** اختيار التدريبات الأكثر صلة بالموضوع والأكثر قابلية للتطبيق والأمتع. اشترك مع منسقك في تحديد التمارين التي ستؤديها.



رسومات المشاركين للحلول المحتملة

المصطلحات والمفاهيم الأساسية

العصف الذهني: يشير مصطلح العصف الذهني إلى سلسلة من التدريبات المصممة للمساعدة في معرفة ما هو موجود حاليًا، وأين توجد فجوات، وكيف تعكس هذه الفجوات احتياجات المستخدم. يُعدّ العصف الذهني (يشار إليه أحيانًا باسم إستراتيجية المنتج أو التفكير الإستراتيجي في عالم التصميم) مفيدًا في معرفة احتياجات جمهورك، وما الذي لاقى صدى معهم حتى الآن، أو سبب عدم وجود منتج، أو حملة، أو حركة تناسب جمهورك المستهدف.

كُون فكرة: تكوين الأفكار هو تصميم محدد ومصطلح تكنولوجي يعني البناء على الأبحاث، أو الحملات، أو الحركات، أو المنتجات التي تم جمعها مسبقًا ودفعها في اتجاه جديد تمامًا. تكوين الأفكار هو طريقة التصميم التي تركز على الإنسان للتصميم مع التكرار.

عمليًا: تطبيق العصف الذهني وتكوين أفكار

للمساعدة في توضيح كيفية استخدام هذه الوحدة، يرجى قراءة دراسة الحالة الخيالية القصيرة التالية.

الآن وقد أدرك الفريق أهمية الموارد التي يسهل العثور عليها والمساعدة في الوصول إلى مراكز الاقتراع، يبقى السؤال: هل من الممكن إزالة هذه العوائق؟ وإذا كان الأمر كذلك، فكيف؟ من خلال تدريبات العصف الذهني والتفكير، يبدأ الفريق في تجميع أفضل خمس أفكار أو رؤى فردية.

تمنى أحد المستخدمين الذين قابلهم سام أن لو كان هناك موقع إلكتروني متوافق مع الأجهزة المحمولة يوفر معلومات حول كيفية ومكان التسجيل للتصويت، وتمنى أحد مستخدمي ميل أن لو كانت هناك خدمة حافلات خاصة أو برنامج مشاركة الركوب للمجموعات يمكن أن يساعد في الوصول إلى مراكز الاقتراع بعد ساعات العمل. بينما تمنى أحد مستخدمي تايلور وجود خريطة توضح جميع المراكز عبر الإنترنت. ومع بدء كل عضو في الفريق في سرد النتائج والأفكار المحتملة ومجالات التركيز، يمكن للفريق معرفة ما هو ممكن لمؤسستهم بالنظر إلى خبرتهم، ووقتهم، وميزانيتهم، وأي قيود أخرى.

بعد الانتهاء من التدريبات، اتحد الفريق حول فكرة أن وجود موقع إلكتروني متوافق مع الأجهزة المحمولة به خرائط قابلة للتنزيل ومعلومات صغيرة الحجم حول كيفية التسجيل للتصويت، إلى جانب اقتراحات للانتقال بعد ساعات العمل إلى مراكز الاقتراع، يمكن أن يعالج مجموعة متنوعة من احتياجات المستخدم.

أنا عالق...

إذا كنت بحاجة إلى القليل من الإلهام، ففكر في الأسئلة التالية:

1. هل يناسب هذا الاقتراح احتياجات مستخدمينا؟
2. هل نتخيل 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 اعتدالًا إلى الأكثر تطرفًا؟
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 الحدية" لمنتجنا؟ هل هذه الحالات ناتجة عن منتج ما أم عيب في منتج؟
9. هل يمكننا تعيين حالات حدية في قصة مستخدم؟

لا تنس!

نصيحة التضمين: عند إنشاء الأفكار، ارجع إلى شخصيات المستخدم المتقاطعة التي قمت بتطويرها. وتذكر أن جمهورك المستهدف ليس موحدًا. كيف ستلبي فكرتك احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة وغير المعاقين، مثل الأشخاص المكفوفين أو ضعاف البصر على سبيل المثال؟

ما التالي؟

تهانينا على طرح بعض الأفكار الرائعة! الآن بعد أن حددت أفضل عدد قليل لديك، يمكنك المتابعة إلى وحدة "النماذج الأولية السريعة واختبار قابلية الاستخدام".

أهداف الوحدة

تهانينا! لقد أكملت الآن وحدة "العصف الذهني وتكوين أفكار" واخترت بعض الأفكار الشيقة والفعالة التي ترغب في متابعتها! تم تصميم الأنشطة في هذه الوحدة لمساعدتك على التقييم السريع لأفضل فكرة (أفكار) وصلت إليها، وجمع التعليقات، وتحسين المفهوم الذي ترغب في استثمار موارده فيه. على وجه التحديد، ستتمكن من بلورة مفهومك من خلال تطوير نموذج أولي واختبار هذه الفكرة الأولية مع المستخدمين.

التدريبات

هذا نشاط مكون من جزأين. في الجزء الأول، ستعمل على تحويل الأفكار التي حددتها على أنها واعدة أكثر في الوحدة الأخيرة إلى واقع ملموس. وفي الجزء الثاني، ستجري اختبار المستخدم لجمع التعليقات على النموذج الأولي الخاص بك.

يعدّ اختبار قابلية الاستخدام أو المستخدم مجال عمل مهمًا ومتنوعًا مع العديد من المنظمات والأفراد المتخصصين على وجه التحديد في هذا الموضوع. وفي حين أن هذا النشاط لا يستوعب النطاق الكامل أو الفروق الدقيقة لاختبار قابلية الاستخدام، فإنه يوفر طريقة سهلة للبدء. إذا كنت مهتمًا وقادرًا 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 النصائح](#) من UX Collective.



مثال الإطار السلوكي

المصطلحات والمفاهيم الأساسية

النموذج الأولي: النموذج الأولي هو نسخة مبكرة أو أولية من منتج، أو خدمة، أو حملة تُستخدم بشكل أساسي لجمع التعليقات من المستخدمين المحتملين. ويتيح لك النموذج الأولي اختبار الحل وتقييمه بسرعة قبل استثمار وقت طويل أو مبالغ كبيرة من الأموال في حل معين. 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 اختبارها.

اختبار قابلية الاستخدام: يصف اختبار قابلية الاستخدام عملية جمع التعليقات من المستخدمين المحتملين حول منتج، أو خدمة، أو حملة. أثناء اختبار قابلية الاستخدام، سيطلب من الأفراد الذين يمثلون جمهورك المستهدف إتمام المهام المتعلقة بالغرض من الحل الخاص بك (على سبيل المثال، استخدام الأداة لإرسال بريد إلكتروني إلى العضو البرلماني الخاص بك حول المشكلات في مجتمعك المحلي) في أثناء قيام المحاورين بالمراقبة، والاستماع، وتدوين الملاحظات. ويمكن أن تكون المعلومات التي تم

عملياً: تطبيق النماذج الأولية السريعة واختبار قابلية الاستخدام

للمساعدة في توضيح كيفية استخدام هذه الوحدة، يرجى قراءة دراسة الحالة الخيالية القصيرة التالية.

يقرر الفريق البدء في رسم الشكل الذي يمكن أن يبدو عليه موقع الويب المتوافق مع الأجهزة المحمولة. ويرسم ميل وسام موقع الويب، ويتخللان الشكل الذي يجب أن تبدو عليه الصفحة المقصودة وأي المعلومات توضع أين. وقد قرروا عرض نص واضح ومباشر على الصفحة المقصودة، يصف أقساماً مختلفة من موقع الويب وهي: كيفية التسجيل، ومكان التصويت خلال ساعات العمل، ومكان التصويت بعد الساعة 5 مساءً. ويحتوي كل قسم على خرائط قابلة للتنزيل مع المواقع الدقيقة وأرقام هواتف مراكز الاقتراع ومراكز التسجيل. ويحتوي كل قسم على ملف fdp يمكن إرساله بالبريد الإلكتروني أو إرساله إلى المستخدمين، مع المعلومات ذات الصلة والإرشادات الأخرى. وبهذه الطريقة، يمكن للمستخدمين العثور على المعلومات أثناء التنقل وحفظ المعلومات عندما يكون لديهم نطاق ترددي منخفض. ومع ذلك، فإنه قبل البدء في التطوير الكامل للموقع الإلكتروني، يود الفريق عرض هذه الرسومات على المستخدمين للتأكد من أن التصميم يستجيب للمشكلات التي حددها المستخدمون.

وهم يختبرون الصفحة الرئيسية مع المستخدمين ويدركون أن التنسيق قد لا يكون واضحاً للغاية. على سبيل المثال، لم يكن وجود فقرة واحدة قصيرة جداً يوفر معلومات كافية للمستخدمين الذين أرادوا أيضاً معرفة: من أنشأ هذه الصفحة، ولماذا تم إنشاؤها، وما إلى ذلك. فبدون هذه المعلومات، لن يثق المستخدمون المحتملون بالضرورة بالمعلومات الموجودة على الموقع. يراجع الفريق نموذجهم الأولي وفقاً لذلك.

المصطلحات والمفاهيم الأساسية

جمعها أثناء اختبار قابلية الاستخدام ذات قيمة في فهم كيفية استخدام منتجك، أو خدمتك، أو حملتك المقترحة في العالم الحقيقي.

إمكانية الوصول: المنتج الذي يمكن الوصول إليه هو منتج يمكن استخدامه على قدم المساواة من قبل الأشخاص ذوي القدرات والإعاقات المختلفة. وتعمل الأدوات التي يمكن الوصول إليها لمساعدة مجموعة متنوعة من المستخدمين من خلال معالجة الحواجز وتوفير مجموعة متنوعة من الطرق للأشخاص للمشاركة. وبالنسبة إلى الأدوات الرقمية، قد تتضمن إمكانية الوصول خطوطاً تسهل قراءتها، واستخدام نص بديل، والتأكد من أن ألوان النص والرسومات والخلفية بها تباينات كافية.

أنا عالق...

- أثناء قيامك بتصميم نموذجك الأولي، تذكر الرجوع إلى شخصيات المستخدم الخاصة بك 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 في إنشاء نموذج أولي معك. إن التعاون في الإنشاء مع جمهورك المستهدف لا يمكن أن يولد أفكاراً جديدة فحسب، بل يساعد أيضاً في خلق دعم وإعجاب الجمهور المستهدف بأداتك! كما يساعد الإنشاء المشترك في تحديد العوائق المحتملة للاستخدام والوصول، مع ضمان إمكانية الوصول إلى الأفكار وشمولها وعدم تسببها في إحداث ضرر إضافي.

لا تنس!

نصيحة التضمين: تذكر تضمين أفراد من المجتمعات المهمشة في اختبارات قابلية الاستخدام الخاصة بك. على وجه الخصوص، السؤال الموجه إلى المجموعات الممثلة تمثيلاً ناقصاً "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 دائماً الخيار الرائع للاختبار.

ثمة العديد من الموارد المتاحة (المدفوعة أو المجانية) التي يمكن أن تساعدك في ترقية النموذج الأولي الخاص بك وجعله أكثر تعقيداً. على سبيل المثال، فكر في استخدام أدوات التخطيط الشبكي لتطوير مواقع الويب أو التطبيقات. أدوات التخطيط الشبكي الشائعة هي: [rotartsulll ebodAg](#), [hctekSg](#), [amgiFg](#), [qimaslaBg](#), [hctekS s'elgooG](#). إذا كان منتجك موقعاً إلكترونياً أو تطبيقاً، فيمكنك اختبار إمكانية الوصول باستخدام [the WAVE Web Accessibility Evaluation Tool](#). هناك أيضاً 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، أنت جاهز للانتقال إلى وحدة التعاون/التصرف النهائية - "البناء المستدام لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك".

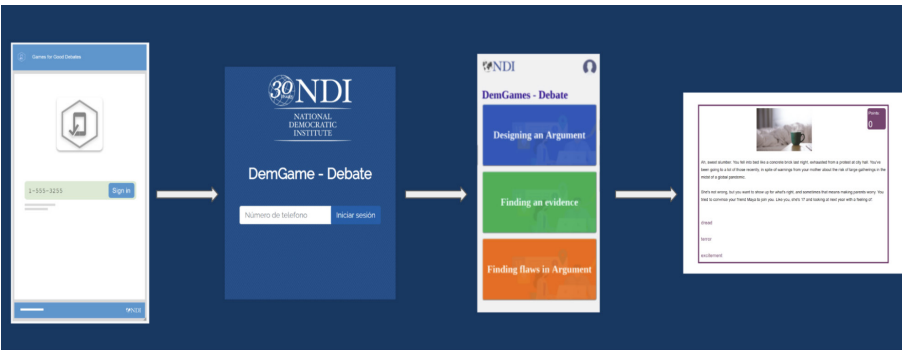
أهداف الوحدة

من خلال إطار عمل برنامج التعاون/التصرف، أنت الآن:

- قد فُحِّرت في المشكلة الاجتماعية التي تريد معالجتها وكيف تتجلى في المجتمع.
 - قد حددت جمهورك المستهدف، وفهمت الهويات المتداخلة لمستخدميك، وطورت شخصيات المستخدم التي تعكس بقوة احتياجات المستخدمين، ورغباتهم، ومشكلاتهم.
 - قمت بعصف ذهني لعدد من الأفكار الإبداعية التي اختبرتها مع المستخدمين لاختيار أفضلها.
- تركّز هذه الوحدة على دعم التطوير التقني لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك.

التدريبات

من خلال هذه التدريبات، ستفكر بشكل نقدي في تحديد أولويات أفكارهم، وجدولهم 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 تطوير تراكم PVM لتحدي أهم الميزات التي يجب التركيز عليها في البداية، أثناء إنشاء دليل للتطوير المستقبلي. وسوف تفكر أيضًا بشكل نقدي في تنفيذ فكرتهم مع الأخذ بعين الاعتبار ما يتعلق بالخبرة والدعم الخارجيين اللازمين لتحقيق المفهوم.



التكرار هو مفتاح التنمية المستدامة.

1K المصطلحات والمفاهيم الأساسية

MVP (منتج الحد الأدنى القابل

للتطبيق): على غرار النموذج الأولي، فإن منتج الحد الأدنى القابل للتطبيق هو أبسط نسخة من فكرة يمكنك استخدامها للتحقق من صحة الحل وتقييمه. وفي حين أن النموذج الأولي هو المسودة الأولى للفكرة ولا يمكن استخدامه كحل كامل لمشكلتك الاجتماعية (على سبيل المثال لا يمكنك الجلوس على كرسي من الصلصال)، فإن منتج الحد الأدنى القابل للتطبيق هو حل أكثر احتمالًا يمكن استخدامه من قبل المستخدمين المستهدفين كما هو. قد لا يحتوي على جميع الميزات التي تريدها (على سبيل المثال، لا يحتوي الكرسي على عجلات)، لكنه لا يزال يعالج المشكلة المطروحة (على سبيل المثال، يمكنك الجلوس على الكرسي). تذكير مهم: يمكن أيضًا شحن منتجات الحد الأدنى القابل للتطبيق كمنتج نهائي. يمكن أن توجد منتجات الحد الأدنى القابل للتطبيق كأبسط فكرة قابلة للتطبيق.

التطوير التكراري: يؤكد التطوير التكراري على الحاجة إلى تقسيم منتجك، أو خدمتك، أو حملتك النهائية إلى قطع منفصلة بحجم اللقمة. ويُعدّ التكرار -أو فكرة البناء المستمر والتغذية الراجعة والتعديل- ذا الصلة بشكل خاص بالمنتجات التكنولوجية، حجر الزاوية في التصميم الذي يركز على الإنسان. وعند تصور سلسلة من ورش عمل المناصرة التي تتضمن تدريبات على الموضوعات من الألف إلى الياء، فإن التطوير التكراري قد يوصي ببناء موارد

عملياً: تطبيق البناء المستدام لمنتجك، أو خدمتك، أو حملتك

للمساعدة في توضيح كيفية استخدام هذه الوحدة، يرجى قراءة دراسة الحالة الخيالية القصيرة التالية.

باستخدام المعلومات التي تم جمعها من اختبار المستخدم، يجتمع الفريق مرة أخرى لمناقشة النموذج الأولي الخاص بهم ووضع اللمسات الأخيرة على الميزات والوظائف التي يجب أن تتوفر في التكرار الأول لهذا الموقع. وعند تجميع هذه القائمة أو التراكمات، يعيد الفريق تقييم سؤالهم البحثي ونموذجهم الأولي المقترح: هل يلبي هذا سؤالهم واحتياجات مجتمعاتهم؟ هل يمكنهم بناء ما يتصورونه في الوقت وبالموارد المتاحة؟ يدعو سام خبيراً تقنياً للتشاور، ويدرك الفريق أنهم لن يتمكنوا من تضمين جميع الميزات التي يريدون تضمينها في المنتج الأول. على سبيل المثال، لن يكون من الممكن الحصول على معلومات دعم السفر والتواصل مع السائقين المتطوعين في هذه المرحلة. يلاحظ الفريق ميزات مثل هذه يريدون تضمينها في النسخة التالية من موقع الويب الخاص بهم ويضعون خطة لإعادة تقييم استخدام الموقع ووظائفه في غضون 6 أشهر. وفي نهاية المطاف، وبدعم من خبير تقني خارجي، يبدأ الفريق في تحديد البائعين وإحياء الموقع!

المصطلحات والمفاهيم الأساسية

للتدريبات "أ" و"ب"، وجمع التعليقات عليها وتحسينها وفقاً لذلك. وسوف تساعدك التعليقات أيضاً في تحديد ما إذا كانت الدورات التدريبية "ج" و"د" ضرورية أو ما إذا كان يجب إكمال التدريب "هـ" أولاً. ويتيح لك التطوير التكراري تطوير الحل الخاص بك بشكل مستدام بأكثر الطرق كفاءةً وفعاليةً من حيث التكلفة.

التراكم: تُعدّ تجربة المستخدم (XU) أو تراكم التصميم طريقة رائعة "لتكديس" الميزات أو سردها. فكلّ في الأمر كقائمة مرتبة - ماذا تريد، وماذا تحتاج، ومن يجب أن يعمل على ماذا؟ هل يلزم إنشاء ميزة واحدة لعمل ميزات أخرى؟

أنا عالق...

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.

إذا واجهتك مشكلة، فحاول أخذ بعض الأفكار وقولها بصوت عالٍ أو تمثيلها. هل لها معنى؟ هل هناك شيء مفقود؟ الهدف هنا هو أن تكون موجزة، ومعرفة كيف تتوافق الأفكار معاً.

لا تنس!

نصيحة التضمين: عندما تنتقل إلى مرحلة تنفيذ منتجك، أو خدمتك، أو حملتك، فكر في كيفية الاستمرار في إشراك المجتمعات المهمشة في تطوير فكرتك فعليًا. كيف سيساعدون في إنشاء التكرارات المستقبلية لفكرتك؟ هل لها مدى لدى مجتمعك وجمهورك المحتمل؟ هل ستعمل؟ كيف ستبدو؟ هذه كلها أسئلة مهمة للإجابة عنها.

ما التالي؟ استمر في التكرار!

التصميم المتمركز حول الإنسان هو دورة مستمرة من التعلم والتكرار. قد تكون الخطوات التالية هي أنك مستعد لتعيين موظفين أو تنمية مشروعك حقًا. ربما تحتاج إلى تعيين أخصائي دعم فني لهذا الغرض. ربما تكون لديك الموهبة الفنية داخل المؤسسة ومستعدًا لبدء التطوير أو ربما تكون مستعدًا 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 سوتربلن، وجيسر فرانت، ومادلين نيكولوف، وسمر باوتشر روبنسون، ومولي ميدلهرست، وويتني فايفر، وماكس سيكامور، وسارة بيكرمان، وكايل هيرمان، ومايا فواز، ولينوكس أتكينسون، وأندري روسانوف، والعديد من الأشخاص الآخرين الذين قدموا النصح وطوّروا الأفكار وتحّدونا لتحسين مجموعة الأدوات هذه. ونحن ممتنون للغاية لشركائنا في لبنان ومولدوفا الذين طورنا معهم وكررنا نهج التصميم الشامل الذي يركز على الإنسان.

كُتب تدريب التعاون/التصرف بشكل أساسي عن طريق مات بيلي، وبريال بهات، وكارولين سيندرز، وتم إحياءه بواسطة وكالة Friendly design.co. 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.