

قرارات

نُتج معرفة تُعظّم الأثر

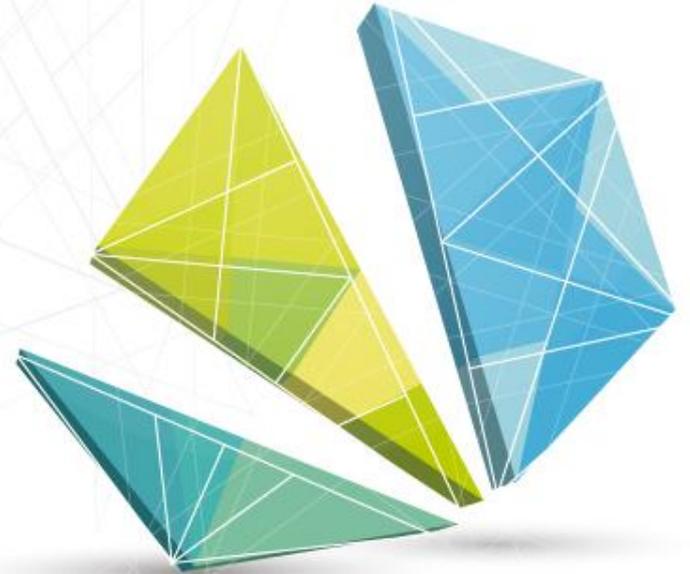


الراجحي الإنسانية
ALRAJHI HUMANITARIAN

الدليل العملي للتصميم المتمحور حول الإنسان

منهجية ابتكار مبادرات مجتمعية تُعظّم الأثر

شوال ١٤٣٩ - يوليو ٢٠١٨



تم إعداد هذا الدليل بدعم من مؤسسة الراجحي الإنسانية وهي مؤسسة مانحة سعودية تهتم بدعم الكيانات التي تهدف لتمكين الشباب وبناء القيادات وإثراء القطاع الشبابي بالمعرفة. وبتنفيذ من قبل شركة قرارات لاستشارات تعظيم الأثر، وهي جهة متخصصة في تعظيم أثر المنظمات المجتمعية من خلال تحديد احتياجات المجتمع، تطوير استراتيجية الأثر، ابتكار المبادرات المجتمعية، قياس النتائج وتطوير قدرات المنظمات.

شكر وتقدير:

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان والامتنان إلى مؤسسة الراجحي الإنسانية على الدعم والتوجيه المستمر. كما يطيب لنا أن نتقدم بالشكر والتقدير إلى الدكتور سمير غازي والدكتور حامد كنعان لما أدلوا به من رأي سديد لتقويم هذا الدليل.

إن وجهات النظر والتحليلات والتوصيات التي يتخلها هذا الدليل لا تعكس بالضرورة آراء مؤسسة الراجحي الإنسانية.



المحتويات

5	1- التصميم المتمحور حول الإنسان وما علاقته بالابتكار
29	2- الإلهام
31	• تأطير التحدي التصميمي.
33	• تصميم خطة جمع المعلومات.
38	• تصميم دليل المقابلات.
44	• النزول للميدان.
49	3- التَّصَوُّر
51	• تحويل الدروس إلى فرص تصميمية.
65	• توليد الأفكار.
71	• بناء النماذج الأولية.
80	• الاختبار الميداني للنماذج الأولية.
83	4- التنفيذ
85	• النموذج المنطقي.
87	• المتابعة والتقييم.
88	• خطة الإطلاق.
89	• التوسع لتعظيم الأثر.



المحتويات

1- التصميم المتمحور حول الإنسان وما علاقته بالابتكار

2- الإلهام

- تأطير التحدي التصميمي.
- تصميم خطة جمع المعلومات.
- تصميم دليل المقابلات.
- النزول للميدان.

3- التَّصَوُّر

- تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية.
- توليد الأفكار.
- بناء النماذج الأولية.
- الاختبار الميداني للنماذج الأولية.

4- التنفيذ

- النموذج المنطقي.
- خطة الإطلاق.
- المتابعة والتقييم.
- التوسع لتعظيم الأثر.



ما هو التصميم المتمحور
حول الإنسان؟ وما علاقته
بالإبتكار؟



ما هو التصميم المتمحور حول الإنسان؟

التصميم المتمحور حول الإنسان:

هي عملية تبدأ مع الأشخاص الذين تُصمَّمُ مبادرة لهم، وتنتهي بحلول جديدة مصممة خصيصاً لتلائم احتياجاتهم.



ما هو التصميم المتمحور حول الإنسان؟

التصميم المتمحور حول الإنسان يعني:

استلهام وتوليد كم كبير من الأفكار.



التعاطف العميق مع الناس الذين تصمم لهم مبادرة.



إطلاق مبادرات مبتكرة للمجتمع.



بناء مجموعة من النماذج الأولية لتصميم المبادرة.

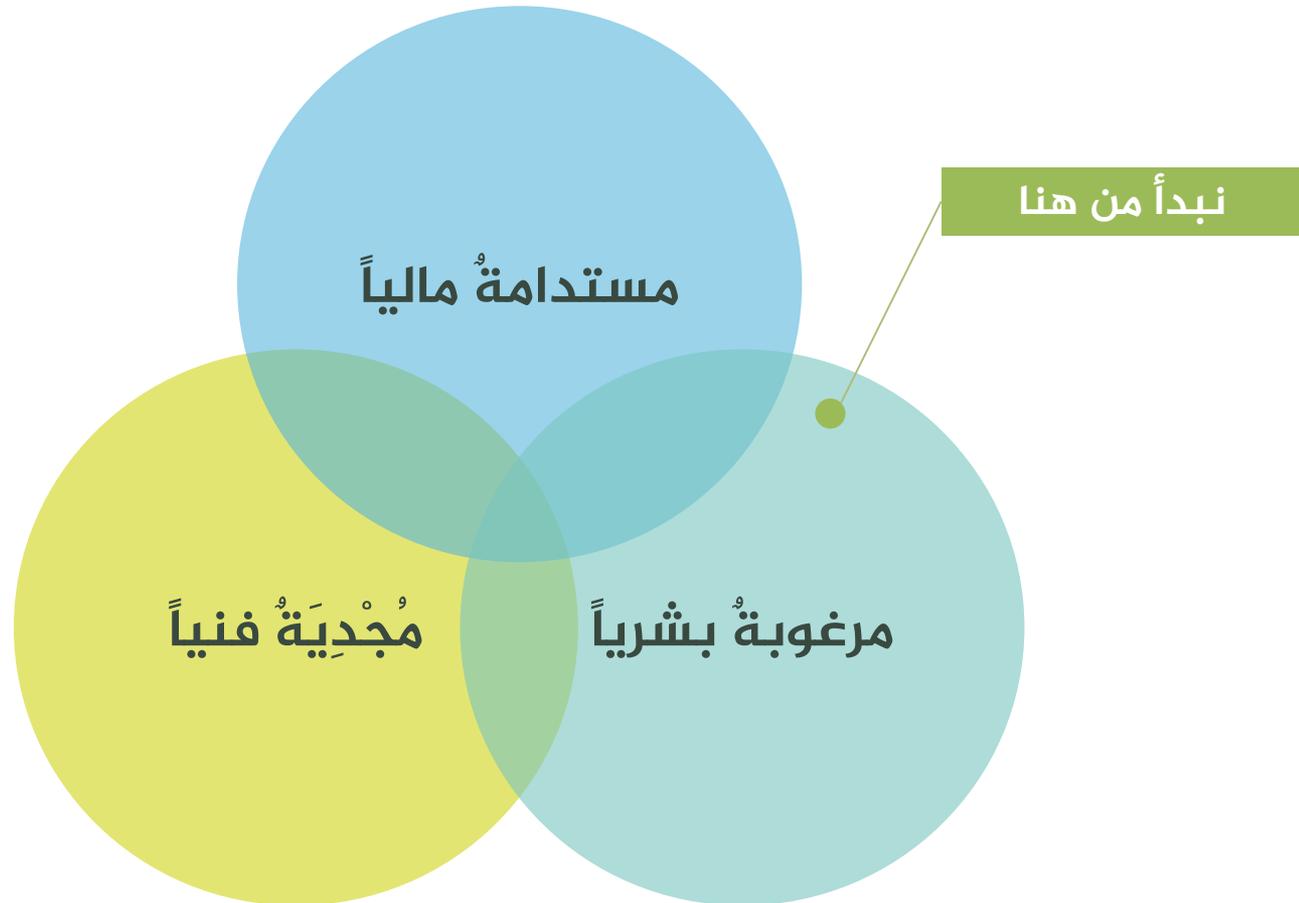


مشاركة ما تم بناؤه من النماذج مع الناس الذين ستصمم لهم للتعلم منهم ولصقل المبادرة.





عناصر المبادرة الناجحة





خطوات التصميم المتمحور حول الإنسان



التنفيذ

لديّ مبادرةً مبتكرة
كيف أجعل الفكرة واقعاً حقيقياً؟
كيف أقيّم مدى فعاليتها؟
كيف أخطّط للاستدامة؟



التصور

لديّ فرصةً لتصميم مبادرة
كيف أفسّر المعلومات التي جمعتها؟
كيف أحوّل النتائج إلى أفكار ملموسة؟
كيف أصنع نموذجاً أولياً؟



الإلهام

لديّ تحديّ تصميم
من أين أبدأ؟
كيف أجري المقابلات؟
كيف أبقى متمحوراً حول الإنسان؟





خطوات التصميم المتمحور حول الإنسان

تستعمل هذه المنهجية لتصميم:



منتجات



خدمات



أنظمة



مساحات/تجارب

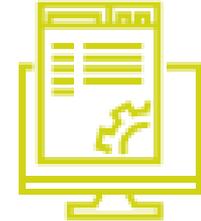
الإلهام

في هذه المرحلة، سوف تبدأ في فهم الناس بشكل أفضل، ستلاحظ نمط حياتهم، تسمع آمالهم ورغباتهم، وتوضح ملامح التحدي الذي ستعمل عليه.



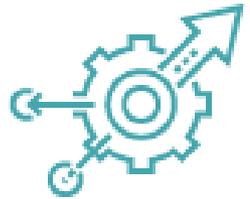
التصور

هنا ستحلل جميع المعلومات التي جمعتها، وتولد كمّاً كبيراً من الأفكار، وتحدد فرصاً للتصميم، وتختبر وتنقح حلولك المبتكرة.



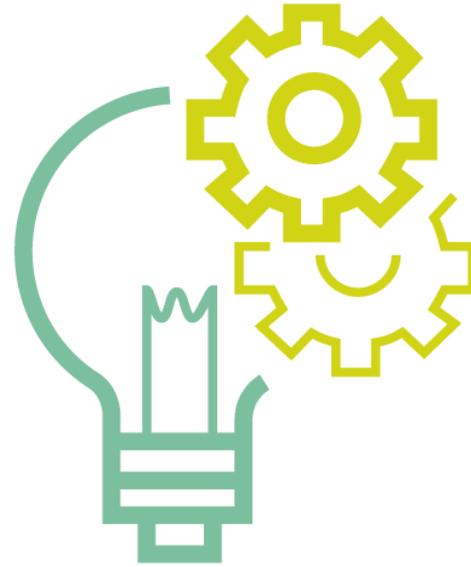
التنفيذ

هنا ستعمل لجلب مبادئك للحياة، ستحدد كيفية إطلاق فكرتك للمجتمع، وكيفية تحقيق أقصى قدر من التأثير على الفئة المستهدفة.





”تطبيق منهجية التصميم المتمحور حول الإنسان تتطلب تغييراً في الذهنية وطريقة التفكير. وذلك لأن المنهجية تعمل بشكل مختلف نوعاً ما عن الطرق التقليدية والخطية التي تعودنا عليها. فهي تتطلب أن يكون لديك ثقة بقدرتك على الإبداع، التعلم من الفشل، تحويل الأفكار إلى أشياء ملموسة، التعاطف مع الفئة المستهدفة، تقبل الضبابية، التفاؤل والتكرار.“

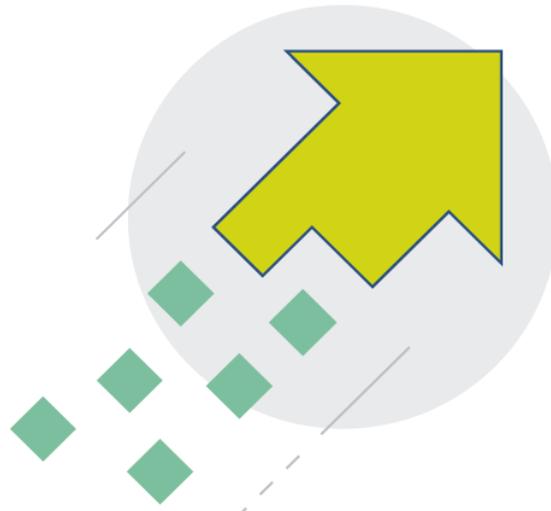


١ - الثقة الإبداعية

”الثقة الإبداعية هي الإيمان بأن لديك أفكاراً كبيرة، وأن لديك القدرة على تنفيذها.“
يمكن لأي شخص التعامل مع البيئة من حوله كمصمم.. في كثير من الأحيان كل ما يلزم لفتح تلك
الإمكانيات هي الثقة الإبداعية.
الثقة الإبداعية هي الاعتقاد بأن الجميع مبدع، وأن علينا أن نعطي إذننا لأنفسنا لإطلاق قدراتنا
الإبداعية.



الذهنية المطلوبة للتصميم المتمحور حول الإنسان



٢- تعلم من الفشل

"لا تفكر في أنها تجربة فاشلة، لكن فكر بها على أنها تجربةٌ تصميميةٌ سوف تتعلم من خلالها".

الفشل أداةٌ قويةٌ بشكلٍ لا يصدقٍ للتعلم. تصميم التجارب والنماذج الأولية، والتواصل مع الفئة المستهدفة، واختبار الأفكار؛ هي جوهر عملية التصميم المتمحور حول الإنسان. سعيًا لحلِّ مشاكلٍ كبيرةٍ يلزمنا بالفشل، ولكن إذا تأقلمنا مع الذهنية الصحيحة، سوف نتعلم من ذلك الفشل.



الذهنية المطلوبة للتصميم المتمحور حول الإنسان

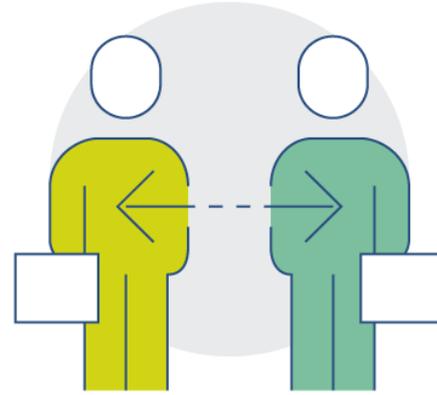


٣- اصنعها

"أنت تُخرج المخاطرة من العملية من خلال صنع شيءٍ بسيطٍ أولاً، لتتعلم الدروس منه".
نحن نصنع الأشياء لاعتقادنا بقوة الأشياء الملموسة، ولها تأثير كبير على طريقة تفكيرنا.
عندما يكون هدفنا هو صناعة مبادرات مجتمعية مؤثرة، فلا يمكننا البقاء في العالم النظري، لا بد من جعل أفكارنا حقيقية.



الذهنية المطلوبة للتصميم المتمحور حول الإنسان



٤- التعاطف

"لن أستطيع الخروج بأية أفكارٍ جديدةٍ إذا كان كل ما أفعله هو حصر ذاتي في تفكيري الشخصي".

التعاطف هو القدرة على رؤية الأشياء من وجهة نظر الآخرين، وذلك لفهم حياتهم وتفسير سلوكياتهم واعتقاداتهم، والبدء في حلّ المشاكل من وجهة نظرهم. التصميم المتمحور حول الإنسان مبنيٌّ على أساس التعاطف مع الآخرين، وعلى أساس أن الناس الذين تصمم لهم هم الذين سيوضحون لك طريقك نحو الابتكار.. كل ما عليك هو التعاطف معهم، فَهْمُهُمْ وإشراكُهُمْ في عملية صناعة المبادرة.



الذهنية المطلوبة للتصميم المتمحور حول الإنسان



0- تقبّل الضبابية

"قد لا نعرف ماهو الجواب، ولكننا نعرف أننا يجب أن نعطي لأنفسنا الإذن للاستكشاف."
التصميم المتمحور حول الإنسان دائماً يبدأ من مكان لا نعرف فيه الجواب على المشكلة التي نسعى لحلّها، وعلى الرغم من أن ذلك ليس مريحاً نوعاً ما، إلا أنه يسمح لنا بفتح آفاق إبداعية، والعمل على أفكار كثيرةٍ مختلفةٍ والوصول لحلولٍ غير متوقعة.
تقبّل الضبابية يسمح لنا أن نعطي أنفسنا إذناً للابتكار.



الذهنية المطلوبة للتصميم المتمحور حول الإنسان



1- كن متفائلاً

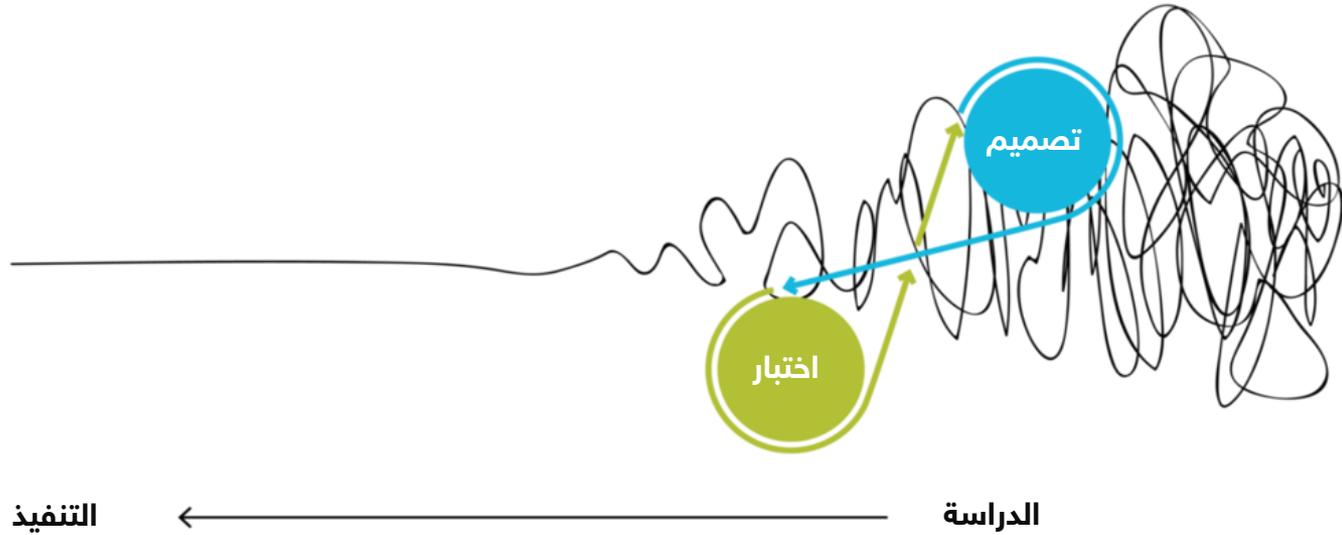
"التفاؤل هو الشيء الذي يدفعك للتقدم".

نحن نعتقد أن التصميم المتمحور حول الإنسان هو بطبيعته متفائلٌ لمواجهة التحديات الكبيرة، خاصةً تَحَدُّ كبيرٍ ومستعصي مثل الفقر، علينا أن نُؤمِّن بأن تحقيق تقدمٍ في هذا المجال هو خيار، وإذا لم نُؤمِّن بذلك، فلن نقوم حتى بالمحاولة.

التفاؤل هو أنه حتى لو كنا نجهل الجواب، نحن نُؤمِّن بأنه موجودٌ في مكانٍ ما، وعلينا أن نبحث عنه.



الذهنية المطلوبة للتصميم المتمحور حول الإنسان



٧- كرّر، كرّر، كرّر

”النهج التكراري يُتيح لنا التحقق من صحة الحل الذي نصممه على طول الطريق.. لأننا نسمع من الناس الذين نصمم لهم بشكل مستمر“.

التصميم المتمحور حول الإنسان هو بطبيعته نهج تكراري لحلّ المشاكل، لأنه يجعل ردود الفعل من الناس مدخلاً أساسياً لتطور الحل الذي نصممه.

من خلال التكرار باستمرار، وتحسين الحل الذي نعمل عليه، نضع أنفسنا في موضع يكون لدينا فيه الكثير من الأفكار، استخدمنا فيه مجموعة متنوعة من الأساليب، وأطلقنا إبداعنا، ووصلنا بسرعة أكبر لحلول ناجحة.



حالة دراسة مختصرة توضح طريقة عمل المنهجية
من البداية حتى النهاية

التحدي التصميمي: كيف يمكن لنا تقليل فوائض
الطعام؟



حالة دراسة



مرحلة الإلهام: فهم احتياجات وسلوكيات الفئة المستهدفة



- مقابلات مع ربوات المنازل
- ملاحظة سلوكيات ربوات المنازل في شراء المقاضي وإعداد الأطباق
- ملاحظة سلوكيات أصحاب المطاعم في إعداد الأطباق والتعامل مع الفوائض
- بحث مكتبي عن طرق التعامل مع فوائض الطعام



حالة دراسة



مرحلة التصور: تحليل المعلومات ، تطوير الأفكار واختبارها

• برزت ٣ نتائج رئيسية:

١. الوعي والمعرفة
٢. التخطيط وإدارة الوقت
٣. عدم الاستغلال الأمثل للمواد المتوفرة



حالة دراسة



مرحلة التصور: تحليل المعلومات ، تطوير الأفكار واختبارها

• تم تحويل النتائج إلى تحديات تصميمية

١. الوعي والمعرفة: كيف يمكن لنا توعية المجتمع عن كيفية شراء وإعداد المقاضي بطريقة فعالة؟

٢. التخطيط وإدارة الوقت: كيف يمكن لنا ابتكار أدوات تساعد على تقليل فوائض الطعام؟

٣. عدم الاستغلال الأمثل للمواد المتوفرة: كيف يمكن لنا نشر استخدام الوصفات الذكية في المجتمع؟

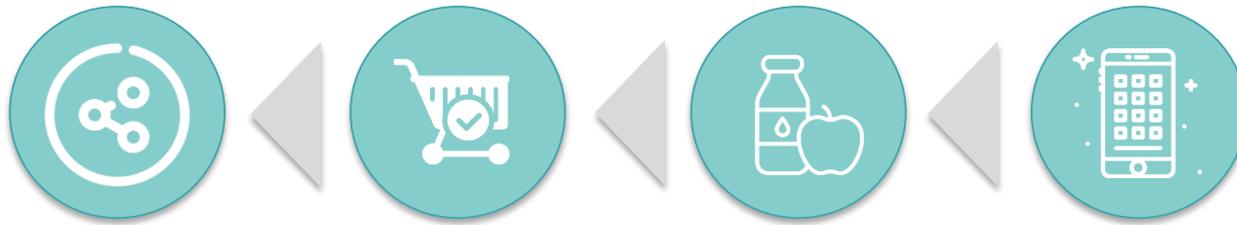


حالة دراسة



مرحلة التصور: تحليل المعلومات ، تطوير الأفكار واختبارها

- أحد الأفكار التي قرر الفريق المضي فيها قديماً هي تطبيق إلكتروني يجمع بين أصحاب المطاعم والمحتاجين. لتوصيف فكرة التطبيق بشكل أدق وتجهيزها للاختبار الميداني تم رسم رحلة المستخدم.
- رحلة أصحاب المطاعم:



النشر

تأكيد التبرع

وصف التبرع

التسجيل



حالة دراسة



مرحلة التصور: تحليل المعلومات ، تطوير الأفكار واختبارها

- وصف الفكرة عبر رحلة المستفيد - رحلة المحتاجين



استلام
الطعام



إستلام إشعارات
عن توفر التبرع
المطلوب



تحديد نوع
الاحتياجات



التسجيل



حالة دراسة



مرحلة التصور: تحليل المعلومات ، تطوير الأفكار واختبارها

- لاختبار الفكرة تم تطوير النسخة الأولى للنموذج الأولي للتطبيق بشكل سريع وغير مكلف.





حالة دراسة



مرحلة التنفيذ: خطة الإطلاق والمتابعة والتمويل

- بناء شراكات مع المطاعم ، الجمعيات و الجهات الحكومية لتطبيق المشروع
- وضع أهداف ومؤشرات بعيدة المدى
- وضع خطط تشغيلية ومؤشرات
- وضع خطة الاستدامة المالية



المحتويات

1- التصميم المتمحور حول الإنسان وما علاقته بالابتكار

2- الإلهام

- تأطير التحدي التصميمي.
- تصميم خطة جمع المعلومات.
- تصميم دليل المقابلات.
- النزول للميدان.

3- التَّصَوُّر

- تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية.
- توليد الأفكار.
- بناء النماذج الأولية.
- الاختبار الميداني للنماذج الأولية.

4- التنفيذ

- النموذج المنطقي.
- خطة الإطلاق.
- المتابعة والتقييم.
- التوسع لتعظيم الأثر.



٢- مرحلة الإلهام

- تأطير التحدي التصميمي.
- تصميم خطة جمع المعلومات.
- تصميم دليل المقابلات.
- النزول للميدان.



هدف مرحلة الإلهام

في مرحلة الإلهام، تبدأ بفهم احتياجات الفئة التي تستهدفها عن طريق مصادر وأدوات مختلفة.

ستلاحظهم وتساءلهم عن: آمالهم، احتياجاتهم، مشاعرهم، ورغباتهم، وجميعها ستلهمك أفكاراً لتحقيق النتائج التي تسعى لها.



مرحلة الإلهام

الخطوة ١: تأطير التحدي التصميمي



ما هو التحدي التصميمي؟

التحدي التصميمي هو السؤال الذي يعبر عن المشكلة التي تحاول حلها.. تأطير السؤال بالشكل الصحيح هو عامل نجاح أساسي لتصميمك، حيث أنه سيوجهك في جميع الخطوات القادمة.

كيف تتم صياغته؟

يصاغ التحدي التصميمي بطريقة سؤال حتى يحفزّ الذهن على البحث عن أجوبة.. يصاغ بطريقة "كيف يمكن لنا.."، لكن يجب الانتباه إلى صياغة السؤال بطريقة متوازنة، بحيث لا يكون عاماً جداً لا يوجهنا لنقطة انطلاق، ولا يكون ضيقاً جداً لا يسمح لنا بابتكار حلول جديدة ، كما هو موضح في الأمثلة التالية.



مرحلة الإلهام

الخطوة ١: تأطير التحدي التصميمي

معايير تقييم التحدي التصميمي

النتيجة	هل يأخذ بعين الاعتبار السياق والمحددات؟	هل يعطينا احتمالاتٍ مختلفةً للحل؟	هل يركز على الأثر؟	أمثلة
عام جداً	السؤال عامٌ ولا يأخذ بعين الاعتبار الفئات المستهدفة للجهة أو منتجاتها الحالية	لا يحدد لنا السؤال نقطة انطلاقٍ نبدأ منها، هناك خياراتٌ كثيرةٌ جداً للحل، ولكن السؤال لا يحدد لنا نقطة بداية	الأثر عامٌ جداً ولا يساعدنا في تحديد اتجاهٍ معينٍ للتركيز عليه	كيف يمكن لنا تشجيع المجتمع للتعامل مع المال بشكلٍ صحيح؟
متوازن	عند وضع السؤال يجب الأخذ بعين الاعتبار الفئات المستهدفة للجهة ومنتجاتها الحالية وسياقها بشكلٍ عام	نعم، يمكن تصميم: حملة، تطبيق، لعبة، دورة، إلخ.. ويمكن التركيز على سلوكياتٍ مختلفة، مثل: الادخار، الاستثمار، الاقتراض، إلخ..	نعم، السؤال يركز على تغيير سلوكياتٍ معينة، لفئةٍ معينة، في منطقةٍ معينة	كيف يمكن لنا تشجيع الشباب في مدينة الرياض لممارسة السلوكيات المالية الصحيحة؟
ضيقٌ جداً	عند وضع السؤال يجب الأخذ بعين الاعتبار الفئات المستهدفة للجهة ومنتجاتها الحالية وسياقها بشكلٍ عام	السؤال يُوَظِّر الجواب في حَلٍّ محددٍ لتغيير سلوكٍ محدد، مما يقلل فرص الخروج بأفكارٍ جديدةٍ قد تغير مجموعة سلوكياتٍ مختلفة	مع أن السؤال يركز على تغيير سلوكٍ واحد، إلا أنه ضيقٌ نوعاً ما ويقيد نوعية الحلول الممكنة	كيف يمكن لنا تصميم تطبيقٍ للشباب لمتابعة طريقة صرفهم للمال؟



مرحلة الإلهام

الخطوة ٢: تصميم خطة جمع المعلومات

هناك أربع طرق رئيسية لجمع المعلومات

أ) التعلُّم من الناس: قضاء وقتٍ مع الفئة المستهدفة لفهمها بشكل عميق، وهذا يتم بشكل أساسي عن طريق الاحتكاك المباشر معهم وليس عن طريق استبيان أو باحثين ميدانيين.. حدد طبيعة الفئة التي تريد أن تقابلها، ما هي خصائصهم ومواصفاتهم.. حاول أن تقابل أناساً يمثلون الأطراف وليس فقط الناس الطبيعيين.. احرص على تنظيم الأمور اللوجستية والمواعيد بشكل جيد.. اجعل بيئة المقابلة مرتاحةً وغير رسمية، وحاول أن تكسب ثقة الشخص الذي أمامك، وتذكر أن دورك الرئيسي هو التعلم والاستماع، وليس إقناعه بفكرتك أو طرح وجهة نظرك.



ب) التعلُّم من الخبراء والبحث المكتبي: الخبراء يضيفون خلفيةً تاريخيةً عن الموضوع الذي تركز عليه، ولديهم معلومات عن التجارب الناجحة وغير الناجحة، وقد يكون لديهم فهم لوجهات نظر الجهات الحكومية والخاصة والخيرية.. اختر الخبراء بعناية، وتأكد بأن يكون لديك أسئلة واضحة حتى تخرج بأكثر قدر ممكن من الفائدة.. البحث المكتبي دائماً ما يضيف قيمةً كبيرة، حيث توضح آخر الأبحاث والدراسات والممارسات الناجحة، بالإضافة إلى توسيع الأفق عن طريق الاطلاع على تجارب شبيهةٍ للتحدي الذي تعمل عليه.





مرحلة الإلهام

الخطوة ٢: تصميم خطة جمع المعلومات

هناك أربع طرق رئيسية لجمع المعلومات

ج) الاختلاط المباشر في البيئة: لا توجد طريقة أفضل لفهم حياة وسلوكيات الفئة التي تستهدفها من الاختلاط معهم وقضاء يوم كامل في ملاحظتهم والاندماج معهم.. خطّط للملاحظة التي ستقوم بها، حدد الأسئلة الرئيسية التي تبحث عن جوابها، وركّز على التفاصيل الصغيرة والدقيقة، وكن منفتحاً لتعلم أي نتائج جديدة.. يمكنك تلخيص ملاحظاتك من خلال رسم رحلة المستفيد، وتوضيح المشاعر، التحديات والنتائج في كل مرحلة من الرحلة.



د) الاستعارة: هي عملية ربط فكرية تسمح لك بنقل معنى من موضوع إلى آخر (مثل التشبيه).. الاستعارة تأخذ الإلهام من سياق مختلف لتعطيك منظوراً جديداً للتحدي الذي تعمل عليه.. على سبيل المثال: استلهم فريقاً يعمل على تطوير الشباب مهنيّاً آلياً جديدة في عمل البرنامج عن طريق النظر إلى طريقة عمل العيادات الخارجية في مستشفى وفهم آلية التحليل، التشخيص والعلاج.





مرحلة الإلهام

الخطوة ٢: تصميم خطة جمع المعلومات - مثال

كيف يمكن لنا تشجيع الشباب على قراءة آية واحدة في اليوم والتفكر فيها؟

طرق جمع المعلومات التي تم استخدامها



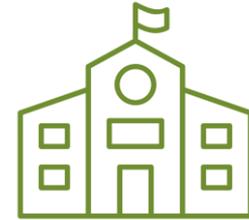
تحليل سلوك
استخدام تطبيق
قرآني



بحث مكتبي



مقابلات مع الشباب



زيارات في المدارس



مرحلة الإلهام

الخطوة ٢: تصميم خطة جمع المعلومات



نموذج كيف سنجمع المعلومات؟



مرحلة الإلهام

نموذج الخطوة ٢: خطة جمع المعلومات

اعمل مع فريقك لكتابة الأشخاص المحتمل التحدث إليهم والأماكن التي يمكن زيارتها كجزء من جمع المعلومات.

الطريقة	من؟	متى؟	أين؟	كيف؟
التعلم من الناس				
التعلم من الناس				
التعلم من الناس				
التعلم من الناس				
خبراء				
خبراء				
خبراء				
مواقع اختلاط مباشر في البيئة				
مواقع اختلاط مباشر في البيئة				
مواقع اختلاط مباشر في البيئة				
مواقع استعارة				
مواقع استعارة				
مواقع استعارة				



مرحلة الإلهام

الخطوة ٣: تصميم دليل المقابلات

كفريقٍ واحدٍ فكروا في الهدف من التحدي التصميمي، اسألوا أنفسكم بعض الأسئلة الأساسية: لماذا نجري البحث؟ ما الذي نحاول معرفته؟ من هم الذين سنتحدث إليهم أو نراقبهم؟ اعلم أن هذا النقاش هو الجزء الأكثر قيمةً أثناء التفكير في تصميم الدليل.

1- حدّد أهداف المقابلة

عند كتابة الدليل فكّر في نوع ردود الفعل والأجوبة التي ستكون الأكثر فائدةً وإلهاماً. دليل المقابلة لا ينبغي أن ينظر إليه على أنه نص يجب الالتزام به، ولكنه دليل يُضمن لك البقاء على المسار الصحيح أثناء المقابلة.. حافظ على الاتصال بالعين مع الشخص الذي تجري معه المقابلة.

2- عصفٌ ذهنيٌّ للأسئلة

هناك قاعدةٌ أساسيةٌ في المقابلات، وهي بدء المقابلة ببعض الأسئلة العامة، ثم التدرج للأسئلة العميقة.. هذا سوف يعطي الوقت لكسر الجليد وبناء العلاقة والثقة مع المجيب، وهذه بعض القواعد الإرشادية المفيدة:

- بدايةً عامة: تبدأ بالأسئلة الأساسية "الديموغرافيات"، مثل: العمر، العمل، إذا كان لديهم أطفال..
- ابدأ بالأسئلة المريحة والسهلة للمشاركين.
- الأسئلة العميقة: اسأل أسئلةً أكثر عمقاً عن الآمال والطموحات والمخاوف.. تأكد من أن تكون الأسئلة مفتوحةً، ومتصلةً بالتحدي التصميمي الخاص بك.. على سبيل المثال: إذا كنت تعمل على مشروع يتعلق بادخار المال، قد تطلب من شخص رسم الأشياء الخمسة الكبيرة التي يتمنى أن يوفر لها المال على مدى السنوات العشر المقبلة وكيف تناسب تلك الأشياء أهداف حياتهم.

3- نظم أسئلتك



مرحلة الإلهام

الخطوة ٣: تصميم دليل المقابلات



4- استخدم أسئلة مفتوحة

صياغة الأسئلة بطريقةٍ مفتوحةٍ يساعدك على مواصلة استكشاف التحدي الخاص بك وتوضيح مواضيع مثيرة للاهتمام.. على سبيل المثال:

- "قل لي عن تجربتك في...".
- "ما هو أفضل / أسوأ جزءٍ حول ...؟"
- "هل يمكنك مساعدتي على فهم...؟".

شجّع الناس على إخبارك القصة بكاملها وتجنب الأسئلة التي تؤدي إلى مجرد جوابٍ بنعم أو لا.

5- توزيع الأدوار

كجزءٍ من البحث الميداني الخاص بك، عليك تعيين شخصٍ واحدٍ لقيادة النقاش، وعضو فريقٍ آخر لتدوين الملاحظات (تذكر أن تشجعهم لكتابة اقتباساتٍ مباشرةٍ والتقاط التفاصيل).. الفريق يجب أيضاً أن يختار شخصاً لتسجيل/ تصوير المقابلة والبيئة المحيطة بها.. تأكد من طلب إذنٍ قبل التقاط أي صور، من الأفضل بناء الثقة مع المجيب قبل الإستئذان بالتقاط الصور.



مرحلة الإلهام

الخطوة ٣: تصميم دليل المقابلات

اسأل أسئلةً تمكِّنك من معرفة وفهم تفاصيلٍ حول المحاور التالية:

الممارسات والتجارب

ما هو المثير للاهتمام في الطريقة التي يتفاعل بها مع البيئة من حوله؟ (على سبيل المثال: طريقة تعامله مع والديه في المنزل، أو طريقة استخدامه لخدمةٍ معينة)

المحبطات وجوانب المعاناة

ما الذي يحبطهم؟ ما هي الاحتياجات التي لديهم والتي لا يتم تلبيتها؟

المحفزات والدوافع

ماهي اهتمامته؟ محفزاته؟ دوافعه؟ طموحاته؟

تفاصيل شخصية

أسئلةٌ عامةٌ وديموغرافية (المهنة، العمر، والموقع، وما إلى ذلك)



مرحلة الإلهام

الخطوة ٢: تصميم خطة جمع المعلومات

أحرص على استخدام أسئلة غير مباشرة حتى تصل لجواب حقيقي وعميق. الأسئلة المباشرة غالباً ينتج عنها أجوبة سطحية.



أمثلة على بعض الأسئلة المباشرة:

1. هل أنت صحي؟
2. هل تحب الأكل الصحي؟
3. لماذا لا تمارس رياضة؟
4. هل تحب المشي أم الجري؟



أمثلة على بعض الأسئلة غير المباشرة:

1. ارسم شئ يعيقك عن ممارسة الرياضة، صف ماذا رسمت.
2. اسأل لماذا؟ 5 مرات.
3. احكي قصة واجهتك حول محاولتك لتكون رياضي؟
4. هل يمكن أن تريني شيئاً يجعلك تشعر بأنك غير رياضي، لماذا؟



مرحلة الإلهام

الخطوة ٣: تصميم دليل المقابلات



نموذج تصميم دليل المقابلات



مرحلة الإلهام

نموذج الخطوة ٣: تصميم دليل المقابلات

المحور	أمثلة	أسئلتك
أسئلة عامة/كسر الجليد	- ماهي طبيعة عملك/دراستك؟ - ماذا تحب أن تعمل في وقت فراغك؟ - ماهو مطعمك المفضل؟	
المحفزات والدوافع	ماهي اهتمامته؟ محفزاته؟ دوافعه؟ طموحاته؟	
المحبطات وجوانب المعاناة	ما الذي يحبطهم؟ ما هي الاحتياجات التي لديهم والتي لا يتم تلبيتها؟	
الممارسات والتجارب	ما هو المثير للاهتمام في الطريقة التي يتفاعل بها مع البيئة من حوله؟ (على سبيل المثال: طريقة تعامله مع والديه في المنزل، أو طريقة استخدامه لخدمة معينة)	



مرحلة الإلهام

الخطوة ٤: النزول للميدان

الآن حان الوقت لبدء البحث الخاص بك.. إجراء البحث بشكل شامل مهم للغاية، لأن ما سوف تتعلمه سيشكل مدخلاً أساسياً لحل التحدي التصميمي الخاص بك، وكذلك سيكون وقود المرحلتين المقبلتين من عملية التصميم المتمحور حول الإنسان.

من السهل أن تشعر أنك مرتبك أو تائه بسبب كمية المعلومات التي جمعتها بعد المقابلات، لذا اقض بضع دقائق بعد كل مقابلة لتلخيص نتائج المقابلة، وتدوين أي أفكار جديدة ظهرت لديك..



مرحلة الإلهام

الخطوة ٤: النزول للميدان

1- أعد خطة إجراء المقابلات

قبل أن تبدأ، حدّد مع فريقك كم من الوقت ستحتاجون لإجراء المقابلات، من سيجريها، متى، مع من وكيف، وغيرها من الأسئلة التي تضع تفاصيل واضحة لإجراء المقابلات.

3- التقسيم إلى فرق البحث

إذا كان فريقك مكوناً من شخصين أو ثلاثة، فعليك إجراء البحث كفريق كامل؛ أما إذا كان فريقك من أربعة إلى ستة أشخاص، فيمكنكم التقسيم إلى فريقي بحث.. بإمكانك أيضاً التفكير في جدولة مقابلات الخبراء عبر الإنترنت أو الهاتف أو الاجتماعات الشخصية.

2- وزّع الأدوار

كجزء من البحث الميداني الذي ستقوم به، عليك تعيين شخص واحد لقيادة النقاش.. هذا الشخص لا ينبغي أن يدون الملاحظات، لذلك حدد شخصاً آخر لتدوين الملاحظات أثناء المقابلة.. إذا كان هناك عضو ثالث في فريق المقابلة، فإنه يمكن أن يقوم بدور المصور والتركيز على المراقبة والملاحظة.

4- أجر استخلاصاً سريعاً للمعلومات

لا تنسى أن تأخذ بضع دقائق بعد كل مقابلة أو زيارة ميدانية لاستخلاص المعلومات مع زملائك في الفريق والبدء بالتقاط ما تعلمتموه.. يمكنك القيام باستخلاص المعلومات في أي مكان، ولكن يجب أن تكون بعد المقابلة على الفور.



مرحلة الإلهام

الخطوة ٤: النزول للميدان

شارك انطباعاتك مع الفريق بعد الانتهاء من العمل الميداني

ما هي الأشياء التي وجدتها مثيرةً للاهتمام أكثر من غيرها؟ استمع إلى مذكرات باقي أعضاء الفريق.. قارن بين التجارب والانطباعات، ولكن لا تقلق بشأن تحليل هذه النتائج بعد.

لتغطية الموضوعات الأكثر أهمية، خذ بعين الاعتبار نقاش هذه النقاط:

- الاقتباسات: ما العبارات التي التصقتُ بك؟ ولماذا؟
- قصصٌ مثيرةٌ للاهتمام: ما الذي كان مفاجئاً بالنسبة لك أكثر من غيره؟
- التفاعلات: ما الذي كان مثيراً للاهتمام حول طريقة التفاعل مع بيئته؟
- الأسئلة المتبقية: ما هي الأسئلة التي ترغب في استكشافها في المقابلات القادمة؟



حقيقة

الإنسان أولاً.. وأخيراً

يذكر معظمنا ما أثاره استخدام الإنسان الآلي من قلق على مستقبل قوى العمل البشرية، فقد وصلت الأمور إلى درجة تنبأ معها كثيرون بحلول (الروبوت) محل الإنسان في بداية القرن الحادي والعشرين، لكن جاءت الأحداث بعكس هذه التوقعات وعاد الإنسان ليحل محل الروبوتات. فما الذي حدث؟

في الثمانينيات قامت الروبوتات بأداء عددٍ من العمليات التي طالما قام بأدائها الإنسان، وانتشرت الظاهرة في صناعات السيارات، وامتدت لتدخل مجالاتٍ حساسةٍ كجراحات العيون.

السرُّ في ذلك هو تحول معظم العمليات في هذه الصناعات إلى إجراءاتٍ روتينيةٍ متكررة، تخلو من الابتكار.

وفجأةً أيقن المديرون أن كل النشاطات تحتاج إلى الابتكار أكثر مما تحتاج إلى دقة أداء الأعمال الروتينية.. الإنسان هو مصدر الابتكار، وليس الآلات سوى جزءٍ من ابتكارات العقل البشري، ولذلك تراجعت مكانة الآلات واستعاد الإنسان المبتكر مكانته مرةً أخرى.



المحتويات

1- التصميم المتمحور حول الإنسان وما علاقته بالابتكار

2- الإلهام

- تأطير التحدي التصميمي.
- تصميم خطة جمع المعلومات.
- تصميم دليل المقابلات.
- النزول للميدان.

3- التَّصَوُّر

- تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية.
- توليد الأفكار.
- بناء النماذج الأولية.
- الاختبار الميداني للنماذج الأولية.

4- التنفيذ

- النموذج المنطقي.
- خطة الإطلاق.
- المتابعة والتقييم.
- التوسع لتعظيم الأثر.



٣- التصور



- تحويل الدروس إلى فرص تصميمية.
- توليد الأفكار.
- بناء النماذج الأولية.
- الاختبار الميداني للنماذج الأولية.



هدف مرحلة التصور

في مرحلة التصور يتحول البحث الخاص بك إلى توجهاتٍ محددةٍ وقابلةٍ للتنفيذ، هذه التوجهات تشكل أساساً للتصميم الخاص بك. ستبدأ بتحليل ما تعلمته من خلال النزول للميدان وجمع المعلومات. بعد ذلك، ستحدد الموضوعات الرئيسية والتي ستساعدك على تحديد فرص تصميمية تتميز بأنها متباينة ومولدةً لحلول مبتكرة.



مرحلة التصور



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

عملية تحويل مخرجات جمع المعلومات إلى فرصٍ تصميمية..

أ - النتائج

النتائج هي أهم مخرجات عملية جمع المعلومات، سواءً كانت: اقتباسات، أصوات، أشكال، ملاحظات، وما إلى ذلك.. يجب أن تكتب النتائج بطريقة جملٍ كاملةٍ توضح الفكرة بشكلٍ وافٍ.

ب- المواضيع

يتم إنشاء المواضيع بعد تنظيم النتائج إلى أقسامٍ أو مجموعاتٍ متباينة، عن طريق جمع العبارات والملاحظات المماثلة. المواضيع هي العناوين الرئيسية للمجموعات المتماثلة.

ج- التبصُّر

عبارات التبصُّر هي رؤىٌ تلخِّص ما تم تعلمه من أنشطة البحوث الميدانية. تقدم عبارات التبصُّر منظوراً جديداً، حتى لو لم تكن اكتشافاتٍ جديدة، فهي ملهمةٌ وذات صلةٍ بالتحدي التصميمي الخاص بك.

د- كيف يمكن لنا

أسئلة "كيف يمكن لنا" هي نقطة البداية لجلسة العصف الذهني. أسئلة كيف يمكن لنا تكتب كردُّ مباشرٍ على عبارات التبصُّر. هذه الأسئلة تشعرك بالتفاؤل والحماس، وينبغي أن تساعدك على التفكير في أفكارٍ جديدةٍ بسرعة.

لا توجد أماكن عامة للشباب لممارسة الرياضة

تكلفة عالية

لم يسبق لأحدٍ محاولة استغلال الأراضي البيضاء داخل الأحياء لممارسة الرياضة

كيف يمكن لنا استغلال الأراضي البيضاء داخل الأحياء لممارسة الرياضة؟



مرحلة التصور



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

أ- النتائج

1. وضع قائمة

ابدأ بوضع قائمة بكل شخص تمت مقابلته والأماكن التي تمت زيارتها.

2. مشاركة القصة

الآن حان الوقت لتبادل القصص عن الناس التي تحدثت معهم والأماكن التي زارها فريقك.. ابدأ في مناقشة نتائج كل مقابلةٍ على حدة ، وحاول بقدر الإمكان استخدام الصور وأية موادٍ أخرى من المقابلة. هذه بعض المحاور التي يجب أن تحاول تحليلها عن كل شخص تمت مقابلته :

- التفاصيل الشخصية: الاسم والمهنة والعمر والموقع، وما إلى ذلك.
- قصصٌ مثيرةٌ للاهتمام: ما الذي كان الأكثر تميزاً وإثارةً للدهشة؟
- الدوافع: ما أهم الأشياء التي تهتم هذا الشخص؟ ما الذي يحفزّه؟
- الحواجز: ما إيجابياتهم؟ ونقاط معاناتهم؟
- التفاعلات: ما الذي كان مثيراً للاهتمام حول الطريق التي تفاعلوا فيها مع بيئتهم؟
- الأسئلة المتبقية: ما هي الأسئلة التي لم تُجب عليها وتودُ استكشافها لو كانت لديك مقابلةٌ أخرى مع هذا الشخص؟

3. سجّل ما يقوله الجميع

بينما كنت تستمع إلى زملائك في الفريق يقولون قصصهم، دوّن ملاحظاتك حول ما يقولونه.. استخدم عباراتٍ موجزةً وجملاً كاملةً بحيث يستطيع الجميع فهمها بسهولة.. حاول التقاط الاقتباسات من المجيبين، حيث أنها وسيلةٌ قويةٌ لتمثيل صوتهم.. اكتب ملاحظةً واحدةً في ورقة تعليقٍ صغيرة، حتى يكون هناك مرونةٌ في الفرز والتجميع لاحقاً.



مرحلة التصور



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

أ- النتائج

4. علّق ملاحظتك على الحائط

عند الانتهاء من الحديث عن شخصٍ معينٍ تمت مقابله، علّق ملاحظتك على الحائط (تحت صورة المجيب إذا كان لديك واحدة).. يجب أن يكون هناك قسمٌ منفصلٌ على الجدار لكل شخصٍ قابله فريقك.. حافظ على الاقتباسات والصور معاً من أجل رسم قصةٍ غنيةٍ عن المجيب.

5. تحديد أي فجوات

حدد أنواع البحث التي قمتم بها، والتي لم تستطيعوا القيام بها، هل لا يزال هناك فجوات واضحة في البحث الخاص بك؟ هل لديك خطة لمحاولة ردم تلك الفجوات؟





مرحلة التصور

الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية أ- النتائج



تفاصيل شخصية

المحفزات والدوافع

المحيطات وجوانب
المعاناة

الممارسات والتجارب



مرحلة التصور



حالة دراسة



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

أ- النتائج - مثال فهم احتياجات الشباب الباحثين عن عمل في أحد مناطق المملكة

آراء بعض الشباب وذوي العلاقة الذين تمت مقابلتهم

"التوجه حكومي بحث عند الشباب، ابي مكتب وابي شاهي ووظيفة مرموقة. الحكومة مسؤولة عني أنا مني مسؤول عن نفسي" - مجموعة شباب

"ودنا نشغل بس ما وجدنا مجال فيه توظيف. أنا الحين طالبة واخذ دورات برة الجامعة وأدور على وظيفة في العصر بس مافي." - مجموعة شابات

" شريحة كبيرة تعيش تحت خط الفقر بحكم المنطقة ما فيها زراعة ولا صناعة تحسن من دخل الفرد" - شيخ قبيلة

"أنا خريجة جامعة صارلي سنتين ماني لاقية وظيفة. بالمولات ما ابي اشتغل. ابي وظيفة حكومية تناسب شهادتي" - مجموعة شابات

"نحتاج دورات تدريبية وتوفير مستشارين لرواد الأعمال يساعدهم في إنشاء شركاتهم" - مجموعة شباب

"انا رحلت لأحد الجهات عشان القروض، كنت ابغا افتح مشروع، قالت والله لسه ما في اي قرض. للأسر المنتجة ما في دورات ما في أي شيء" - مجموعة شابات



مرحلة التصور

الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

ب - المواضيع



3. قم بتنقيح مجموعاتك

أنشئ ما بين ثلاث إلى خمس مجموعات.. هل هناك مجموعة جديدة قد تحتاج إليها؟ هل يمكن الجمع بين مجموعتين حالييتين؟



1. العثور على "الأحجار الكريمة"

بعد أن يعلّق فريقك النتائج على الجدران، يجب على كل شخص اختيار الخمسة الأكثر إثارة للاهتمام، ثم وضعها في مساحة فارغة على الجدار ، دعونا ندعو هذه النتائج "الأحجار الكريمة".



4. كتابة المواضيع

لكل مجموعةٍ من المجموعات التي أنشأتها، أعطها موضوعاً، مثل: "القرب" أو "النظافة" أو "الدفع".



2. كمجموعة، راجع "الأحجار الكريمة" التي اختارها

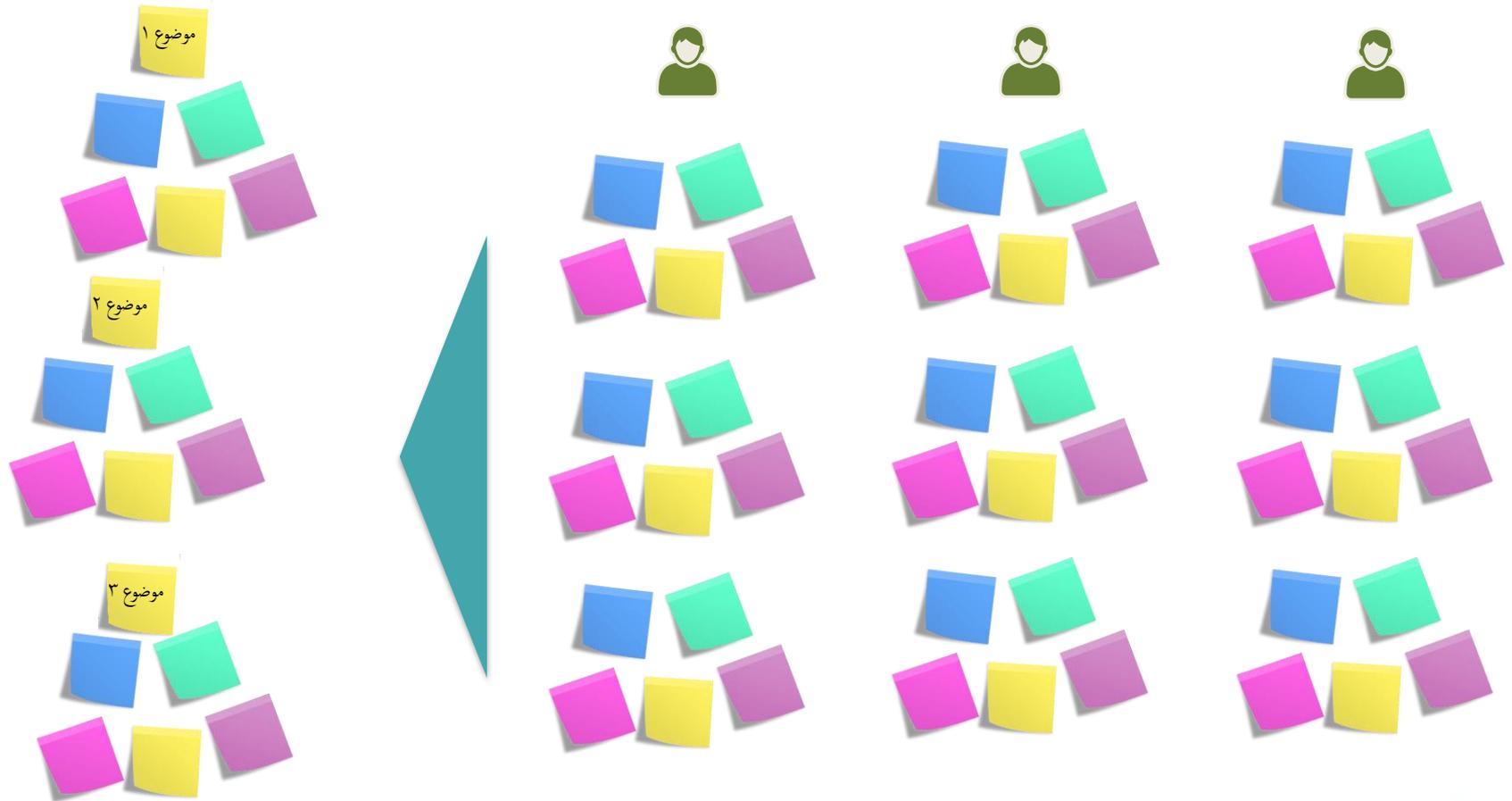
فريقك.. وحاول تنظيم باقي النتائج تحت إحدى الأحجار الكريمة بحيث تتشكل مجموعات.. هذه المجموعات تجمع الأفكار والسلوكيات المتشابهة.



مرحلة التصور

الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

ب - المواضيع





مرحلة التصور



حالة دراسة



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

ب - المواضيع - مثال فهم احتياجات الشباب الباحثين عن عمل في أحد مناطق المملكة

تغيير الثقافة المهنية

"التوجه حكومي بحث عند الشباب، ابي مكتب و ابي شاهي ووظيفة مرموقة. الحكومة مسؤولة عني أنا مني مسؤول عن نفسي" - مجموعة شباب

دعم رواد الأعمال

"انا رحلت لأحد الجهات عشان القروض، كنت ابغا افتح مشروع، قالت والله لسه ما في اي قرض. للأسر المنتجة ما في دورات ما في أي شيء" - مجموعة شباب

قلة الفرص الوظيفية في المنطقة

" شريحة كبيرة تعيش تحت خط الفقر بحكم المنطقة ما فيها زراعة ولا صناعة تحسن من دخل الفرد" - شيخ قبيلة

"أنا خريجة جامعة صارلي سنتين ماني لاقية وظيفة. بالمولات ما ابي اشتغل. ابي وظيفة حكومية تناسب شهادتي" - مجموعة شباب

"نحتاج دورات تدريبية وتوفير مستشارين لرواد الأعمال يساعدهم في إنشاء شركاتهم" - مجموعة شباب

"ودنا نشتغل بس ما وجدنا مجال فيه توظيف. أنا الحين طالبة و اخذ دورات برة الجامعة وأدور على وظيفة في العصر بس مافي." - مجموعة شباب



مرحلة التصور

الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

ج- كتابة عبارات التبصّر



لكل موضوع تم اختياره، اكتب 3 عباراتٍ موجزةً وواضحةً
تشرح لماذا هذا الموضوع يشكل تحدياً للفئة التي
تستهدفها.

ناقش العبارات مع فريقك ونقحها حتى يتم الاتفاق على
العبارات الأكثر أهميةً وتعبيراً عن التحدي الخاص بك.



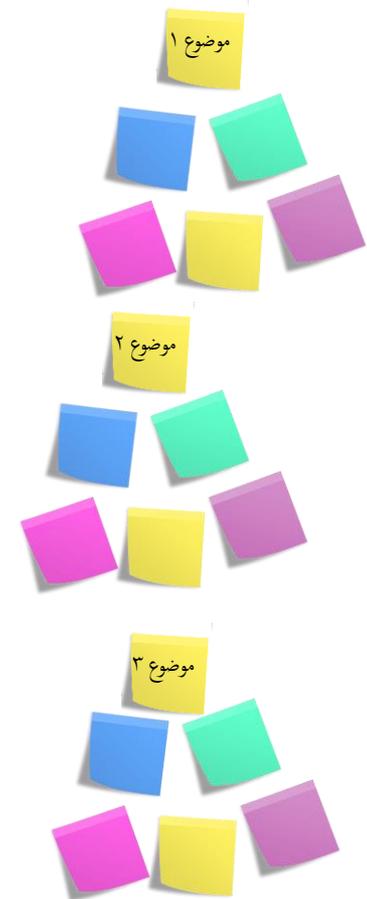
مرحلة التصور



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

ج- كتابة عبارات التبصّر

عبارات التبصر تلخّص ما تم تعلمه وتعطي منظوراً جديداً، حتى لو لم تكن اكتشافاتٍ جديدة، فهي مهمةٌ وذات صلةٍ بالتحدي التصميمي الخاص بك.



عبارات تبصر

..... ١.
..... ٢.
..... ٣.

عبارات تبصر

..... ١.
..... ٢.
..... ٣.

عبارات تبصر

..... ١.
..... ٢.
..... ٣.



مرحلة التصور



حالة دراسة



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

ج- كتابة عبارات التبصّر - مثال فهم احتياجات الشباب الباحثين عن عمل في أحد مناطق المملكة

دعم رواد الأعمال

"انا رحلت لأحد الجهات عشان القروض، كنت ابغا افتح مشروع، قالت والله لسه ما في اي فرض. للأسر المنتجة ما في دورات ما في أي شيء" - مجموعة شباب

"نحتاج دورات تدريبية وتوفير مستشارين لرواد الأعمال يساعدهم في إنشاء شركاتهم" - مجموعة شباب

- بناء مهارات الشباب لبدء مشاريعهم التجارية الخاصة متطلب أساسي
- خدمات تمويل المشاريع الصغيرة تحتاج دعم وتطوير



مرحلة التصور

الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

د- وضع أسئلة «كيف يمكن لنا ...»

التصميم المتحمور حول الإنسان يكون أقوى عندما تتحول التحديات القائمة إلى فرصٍ للتصميم.. في هذه الخطوة سيقوم فريقك بتحويل عبارات التبصر إلى أسئلةٍ تشكل نقطة انطلاق العصف الذهني.. هذه الأسئلة تبدأ بـ “كيف يمكن لنا..”، كدعوةٍ للمدخلات، الاقتراحات والاستكشاف.



2. اعملوا على صياغة عبارات التبصر بصيغة أسئلة “كيف يمكن لنا”، مع الأخذ بعين الاعتبار معايير تقييم التحدي التصميمي التي تم مناقشتها سابقاً في مرحلة الإلهام.. اعملوا كفريقٍ على تنقيح الأسئلة حتى تشعرون بأنها محفزة للعصف الذهني.



1- كفريقٍ واحد، حددوا ثلاث عبارات تبصرٍ مفضلةٍ لديكم.. حاولوا اختيار ثلاث عبارات تبصرٍ من ثلاثة مواضيع مختلفة.. هذا سيقدم مزيداً من التنوع في أسئلة كيف يمكن لنا.



مرحلة التصور

الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية

د- وضع أسئلة «كيف يمكن لنا ...»



• كيف يمكن لنا
.....

١.
٢.
٣.

عبارات تبصر



موضوع ١

• كيف يمكن لنا
.....

١.
٢.
٣.

عبارات تبصر



موضوع ٢

• كيف يمكن لنا
.....

١.
٢.
٣.

عبارات تبصر



موضوع ٣



مرحلة التصور



حالة دراسة



الخطوة ١: تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية د- وضع أسئلة «كيف يمكن لنا» - مثال فهم احتياجات الشباب الباحثين عن عمل في أحد مناطق المملكة

دعم رواد الأعمال

"انا رحلت لأحد الجهات عشان القروض، كنت ابغا افتح مشروع، قالت والله لسه ما في اي قرض. للأسر المنتجة ما في دورات ما في أي شيء" - مجموعة شباب

"نحتاج دورات تدريبية وتوفير مستشارين لرواد الأعمال يساعدهم في إنشاء شركاتهم" - مجموعة شباب

عبارات تبصّر

- بناء مهارات الشباب لبدء مشاريعهم التجارية الخاصة متطلب أساسي
- خدمات تمويل المشاريع الصغيرة تحتاج دعم وتطوير

أسئلة كيف يمكن لنا

- كيف يمكن لنا بناء مهارات الشباب في المنطقة لبدء مشاريعهم التجارية الخاصة؟
- كيف يمكن لنا دعم و تطوير خدمات تمويل المشاريع الصغيرة في المنطقة؟



مرحلة التصور

الخطوة ٢: توليد الأفكار

العصف الذهني ليس عملية عشوائية وغير منظمة، لكنها في الواقع هي عملية مركزة تنطوي على كثير من الانضباط. اتبع قواعد العصف الذهني، ولكن نغذُه مع الكثير من المرح.. في هذه المرحلة من عملية التصميم تبدأ بإطلاق طاقاتك الإبداعية.

أ - العصف الذهني

قواعد العصف الذهني

متحدث واحد في كل مرة	البناء على أفكار الآخرين	لا ترهق عقلك بالتفاصيل	تأجيل الأحكام
يجب سماع جميع الأفكار، لذلك شخص واحد فقط يجب أن يتحدث في كل مرة	عندما تسمع فكرةً من زميل في الفريق، استخدم "و..." بدلاً من "ولكن..." لكي يكون النقاش مجدياً قدر الإمكان	لا تحاول نقاش التفاصيل الدقيقة والتنفيذية للأفكار المطروحة، دع الأفكار تتدفق	حاول ضبط نفسك وتأخير أي حكم على أي فكرة.. سيكون هناك الكثير من الوقت لتضييق الأفكار في وقت لاحق



مرحلة التصور

الخطوة ٢: توليد الأفكار

العصف الذهني ليس عملية عشوائية وغير منظمّة، لكنها في الواقع هي عملية مركّزة تنطوي على كثير من الانضباط. اتبع قواعد العصف الذهني، ولكن نفّذه مع الكثير من المرح.. في هذه المرحلة من عملية التصميم تبدأ بإطلاق طاقاتك الإبداعية.

أ - العصف الذهني

قواعد العصف الذهني		
التركيز على الموضوع	تأكد من ملائمة المكان والزمان	كن بصرياً
للخروج بأقصى قدر ممكن من الفائدة، ركّز على أسئلة كيف يمكن لنا	اختر مكان ملائم يتميز بالهدوء ويشجع على الإبداع. وتأكد من ملائمة الوقت، إجراء عصف ذهني في نهاية اليوم قد يكون غير فعال.	استخدم رسومات بسيطة للتعبير عن أفكارك



مرحلة التصور

طرق أخرى في توليد الأفكار

التفكير الاستعاري: يساعدنا في رؤية الحقيقة بنشاطٍ أكثر، والتفكير الاستعاريُّ أو المَجَازيُّ يصف شيئاً ما بكلماتٍ شيءٍ آخر؛ لتظهر التشابهات ومقارنتها بطرقٍ أكثر خيالية، ومن خلال ذلك تنشأ أفكارٌ جديدةٌ بشأن مشكلةٍ ما. فمثلاً كيف يمكن توليد أفكار حول تطوير الشباب مهنيّاً عبر التشبيه بطريقة صنع السيارة.



لعبة التشابه: اختر أحد عوامل المشكلة، واختر عشوائياً فعلاً ما، مثل: اتباع حميةٍ غذائية، ثم حاول تطوير التشابه وتجنّب المنطق في تلك التشابهات، ولا تتوقف مهما بدا لك أنه لا يوجد ارتباط بين النشاطين.



التخيُّل: مهارة التخيل مفقودةٌ عند العديد من الناس مع أنها تُغني عن ألوف الكلمات، وهي نوعٌ من أحلام اليَقظة المتعمّدة، وقد توحى بالعديد من الأفكار الجديدة إذا أعطيناها الفرصة المناسبة، فالتخيل عمليةٌ نفسيةٌ قويةٌ تستعمل غالباً كعلاجٍ أو لتخفيف بعض المصاعب.





مرحلة التصور

طرق أخرى في توليد الأفكار

تقنيات المطابقة: تصوّر نفسك في وضع آخر وتؤدي دور مطابقة لشخص آخر، بمعنى طابق أسلوب وتصرف شخص له مكانة علمية أو اجتماعية أين كانت في مواجهة المشكلة التي تمرّ بك الآن، وأنقن دورك.



تقنيات القلب: هذه التقنية وغيرها هي محاولة لمواجهة عناصر الإقناع الخفية المسيطرة على أفكارنا دون أن ندرك ذلك، فهذه التقنية هي قلب الوجهة من الداخل إلى الخارج، من الأمام إلى الخلف.. وهكذا، فمن خلال هذه التقنية وأخواتها نحاول كسر القواعد والمفاهيم التي تحكم تفكيرنا وتسيطر عليه بجعل التفكير على اتجاه واحد.





مرحلة التصور

الخطوة ٢: توليد الأفكار

ب - اختيار أفضل الأفكار

1- مسح الأفكار
قراءة جميع أفكار العصف الذهني، بشكل فرديٍّ وصامت، حتى لا يتأثر الآخرون ببعضهم البعض.

2- التصويت على الفكرة الأكثر ابتكاراً
كل عضو من أعضاء الفريق يختار فكرتين، وارسم دائرةً فوق الفكرة التي تعتقد أنها الأكثر ابتكاراً.

3- التصويت على الفكرة الأكثر نجاحاً
كل عضو يختار الفكرة التي يعتقد أن لديها قابليةً أعلى للنجاح، ويضع فوقها علامة (✓).

4- عدُّ الأصوات
كفريق واحد، اختاروا الأفكار الواعدة ووضعوها جانباً.. هل هناك اتفاقٌ حول مجموعةٍ من الأفكار؟





مرحلة التصور

الخطوة ٢: توليد الأفكار

ج - تقييم أفضل الأفكار

فريقك وُلِدَ العديد من الأفكار خلال جلسة العصف الذهني، ومن ثم اختار مجموعةً من الأفكار الواعدة بناءً على التصويت. فَيَمِّمُ هذه الأفكار بناءً على المعايير التالية، لتحديد الفكرة التي ستأخذونها للنمذجة الأولية.. ناقش مع فريقك نتائج التقييم.



					اسم الفكرة
5	4	3	2	1	شعورياً، ما مدى حماسك لهذه الفكرة؟
5	4	3	2	1	ما مدى ابتكار واختلاف هذه الفكرة عن الأشياء الموجودة حالياً؟
5	4	3	2	1	ما مدى عملية هذه الفكرة؟ هل يبدو تطبيقها واقعياً؟



مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

التصميم المتمحور حول الإنسان هي عملية تبدأ مع الناس الذين تصمم لهم، وتنتهي بحلول جديدة مصممة خصيصاً لتناسب احتياجاتهم. النماذج الأولية تتيح فرصة لنقل الأفكار من رأسك إلى أيدي الناس الذين تصمم لهم. من خلال الحصول على التغذية الراجعة في وقت مبكر من عملية التصميم، والاستمرار في تحسين فكرتك، ستكون في طريقك للخروج بأفكار وحلول مفيدة للمجتمع.

ما هي النماذج الأولية؟

النماذج الأولية تعني جلب فكرتك للحياة حتى تتمكن من التعلم منها، وتحسينها بشكل سريع، وتطويرها بحيث تكون أكثر أثراً. النمذجة الأولية تعني بناء نموذج لفكرتك، بحيث تحصل على ردود الفعل لتحسين، أو حتى التخلي عن فكرتك.



مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

أنواع النماذج الأولية



نماذج أولية للمساحة

نمذجة مساحةٍ تحاكي تجربة استخدام والتفاعل مع البيئة المحيطة، مثل: مبنى أو مساحة في الهواء الطلق. النماذج الأولية للمساحة قد تستفيد من تحويل منطقة العمل (مثلاً)، باستخدام أدوات متاحة مثل: الطاولات والكراسي والكرتون، أو الخشب.



نماذج أولية للخدمات

تستكشف النماذج الأولية للخدمات: الأدوار، والعمليات، والأدوات المؤثرة على تجربة المستفيد. بعض الخدمات يكون فيها احتكاك بشري، في حين أن بعضها يكون رقمياً أو عن بُعد.



النماذج المادية

النماذج المادية تختبر كيفية تفاعل الناس مع الأشياء الملموسة أو المنتجات. قد تركز النماذج الأولية على اختبار وظيفة المنتج أو شكله أو ملمسه (في المراحل المتقدمة).



مرحلة التصور



الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

أ - رسم رحلة المستخدم

بعد أن تم اختيار فكرة لبناء نموذج أولي لها، من المهم جداً تقسيم الفكرة إلى أجزاء صغيرة يمكن نمذجتها واختبارها بسهولة.. أحد الطرق الفعالة للقيام بذلك هي عن طريق رسم رحلة المستخدم. رحلة المستخدم هي عبارة عن تصوير لتجربة المستخدم مع فكرتك من البداية إلى النهاية. ستوضح الرسمة العناصر الأساسية لفكرتك، ونقاط الالتماس مع المستخدمين.

مثال لبعض الخطوات الرئيسية في رحلة المستخدم



المشاركة
كيف يمكن للمستخدمين مشاركة تجربتهم مع الآخرين؟



السماع / الاكتشاف
كيف ستعرف الفئة المستهدفة عن برنامجك؟



التسجيل
ما هي تجربة التسجيل أو اتخاذ قرار المشاركة في البرنامج؟



الاستخدام الأول
ما هي أهم لحظة في استخدام / المشاركة في البرنامج لأول مرة؟



إعادة الاستخدام
ما هي أهم لحظة عندما يرغب المستخدم المشاركة مرة أخرى؟

ب - تحديد ما الذي ستم نمذجته من رحلة المستخدم

بعد أن تم رسم رحلة المستخدم، حان الوقت لتحديد المراحل / الخطوات ذات الأولوية في رحلة المستخدم، والتي يجب اختبارها عن طريق النموذج الأولي. ليس شرطاً بناء نموذج أولي لكل مراحل الرحلة، ولكن اختار المرحلة الأكثر أهمية، والتي لو نجحت فستنجح الفكرة، ثم حدّد الأسئلة الجوهرية التي يجب أن تتم الإجابة عنها لاختبار هذه المرحلة.



حالة دراسة



مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

أ - رحلة المستفيد لبرنامج يهدف لتطوير رواد مجتمعين





مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

أ - رسم رحلة المستخدم

ب - تحديد ما الذي ستتم نمذجته من رحلة المستخدم



نموذج رحلة المستخدم



مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

أ - رسم رحلة المستخدم

ب - تحديد ما الذي ستتم نمذجته من رحلة المستخدم

مرحلة 6	مرحلة 5	مرحلة 4	مرحلة 3	مرحلة 2	مرحلة 1	المراحل
						ما الذي يحدث في هذه المرحلة
						الأسئلة الرئيسية التي يجب اختبارها
						كيف يمكن اختبارها؟
						ترتيب المراحل حسب أهمية اختبارها



مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

ج - اصنع النماذج الأولية

إنشاء نموذج مادي

اصنع تمثيلاً بسيطاً ثلاثي الأبعاد لفكرتك.. استخدم الورق والكرتون، ومنظفات الأنابيب، والنسيج، وأي شيء آخر يمكنك أن تجده.. أبقِ النموذج بسيطاً وخفيفاً وطوره مع مرور الوقت.

إنشاء نموذج إلكتروني

اصنع نماذج للأدوات الرقمية أو المواقع، من خلال رسوماتٍ بسيطةٍ للشاشة على ورق، ثم يمكنك لصق هذه الرسومات على شاشة الجوال أو الكمبيوتر عند اختبارها.

لعب الأدوار

العب الأدوار المختلفة للعناصر في فكرتك، على سبيل المثال: دور المستخدم، دور موظف الاستقبال، دور المراجع، إلخ.. وحاول معرفة طبيعة الأسئلة التي يمكن أن تسأل أو المشاكل التي يمكن أن تواجهك.. خذ بعين الاعتبار استخدام زي رسمي مبسطٍ وأي أدواتٍ أخرى لمساعدة المستخدمين على تجربة الخدمة/ المنتج بشكل واقعي.



مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

ج - اصنع النماذج الأولية

إنشاء قصة

أخبر قصة فكرتك عن المستقبل.. صف تفاصيل التجربة، اكتب مقالةً عن فكرتك وكأنها موجودة، ووضِّح فيها أكبر قدر من التفاصيل.. الغرض من ذلك هو أن يسمع الناس فكرتك ويتفاعلون معها وكأنها حقيقية، لتلاحظ ردة فعلهم.

إنشاء إعلان

إنشاء إعلانٍ وهميٍّ يبرز أفضل أجزاء فكرتك.. لا تتردد في المبالغة في الإعلان.. اصنع إصداراتٍ مختلفةً من الإعلان لتعرف الإعلان الأكثر تأثيراً وفعاليةً.





مرحلة التصور

الخطوة ٣: بناء النماذج الأولية

أمثلة على نماذج أولية

نموذج أولي مادي لتطبيق إلكتروني بأستخدام الورق



نموذج أولي لبرنامج شبابي على شكل إعلان

كيف يمكن لنا ان ننشئ كيان جذاب للشباب ؟

نادي برق الشباب

لخدمة الشباب وتطوير مهاراتهم
بشكل يجمع ما بين الفائدة والترفيه
يستهدف الشباب من عمر ١٦ إلى ١٩ سنة

تحديات وتجارب

- في هذه المرحلة نحتاج أن نحوص العديد من التجارب .
- دائما ما تكون المسابقات جافرا لتقديم الأفضل ما لدينا .
- مسابقات دورية وتجارب متنوعة .

رفقة مميزة

- ليس من السهل الحصول على رفاق جدد بشاركوتك النضوح والاهتمامات .
- مكان محيا للإيجار .
- بيئة جاذبة للمبدعين .

عضوية النادي

- الذخاب بشكل يومي في المعاهي أو الأماكن العامة لقضاء الوقت مختلف جدا .
- اشترك العضوية لتمتع رفقة .
- مزاي خاصة وخصومات .

ركن القراءة

- زاوية الضيافة
- استديو التصوير
- طاولة إجتماعات
- خدمات البحث
- عروض هزينة

تمكين وتطوير

- قليلأ ما نجد دورات تلمس احتياجاتنا .
- اكتشاف مواهب .
- دورات تطويرية .
- استضافات مميزة .
- حفلات نقاش .

خدمة مجتمعية

- نحب ان نطوع أين نحنأ .
- معالجة معاربات تطوعية نوعية .
- المشاركة في خدمة المجتمع والحي .

رحلات وزيارات

- المواصلات والتنسيق تحدينا عن الذهاب لأي التفتيات والتعارف .
- رحلات تركهوية .
- زيارات منسحة وثرية .
- توفير المواصلات .

من الشباب إلى الشباب

الجمعية العامة العمومية
للجمعية الوطنية للشباب
مستشفى بورد العيون الفرنسية (٢٠١٥)





مرحلة التصور



الخطوة ٤: الاختبار الميداني للنماذج الأولية

حان الوقت لاختبار النماذج الأولية التي قمت بإنشائها.. هذه بعض النصائح والإرشادات التي تساعدك على اختبار النماذج الأولية..

اختر المواقع التي ستختبر فيها النموذج الأولي

قرر السياق الذي تريد اختبار نموذجك فيه.. هل من المفيد لأول مرة عرض فكرة تقريبية في وضع غير رسمي، مثل ... أو ستتعلم أكثر لو اختبرت النموذج في المكان الفعلي الذي ستنفذ فيه فكرتك.

تحديد أنشطة التغذية الراجعة

بناءً على ما تحاول تعلمه، خطط بعناية لطريقة جمع التغذية الراجعة من المستفيدين.. هل ستجري: محادثة، ملاحظة، مقابلة بعد الاستخدام، إلخ..

كن صادقاً ومحايلاً

قدم النموذج الأولي باعتباره تحت الإنشاء، وتأكد من أنك تقدمه بلهجة محايدة وغير دفاعية، واستمع إلى جميع ردود الأفعال.





مرحلة التصور



الخطوة ٤: الاختبار الميداني للنماذج الأولية

سجل ردود الأفعال والدروس

دون الملاحظات على جميع التعليقات الإيجابية والسلبية من الناس، وانتبه لردود الفعل الدقيقة وغير اللفظية.

القيام باستخلاص سريع للمعلومات مع فريقك

خطط لبعض الوقت الإضافي بعد اختبار النموذج الأولي، لمشاركة الانطباعات والدروس مع فريقك، خاصةً وأنها لا تزال حاضرةً في عقلك.. ناقش كيفية تحسين النموذج الأولي والأفكار الجديدة للنموذج التالي.. يمكنك استخلاص المعلومات عملياً في أي مكان (على الرصيف، في السيارة، أثناء المشي).

كرر النموذج الأولي استناداً إلى ردود الفعل التي تتلقاها، أدرج ردود الفعل في فكرتك.. أجر تغييراتٍ على الجوانب التي تعمل جيداً.. أبرز الجوانب التي لقيت قبولاً جيداً.. طبق حلقة التعلم مراراً وتكراراً لتحسين فكرتك.





المحتويات

1- التصميم المتمحور حول الإنسان وما علاقته بالابتكار

2- الإلهام

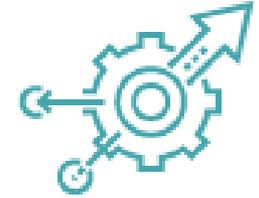
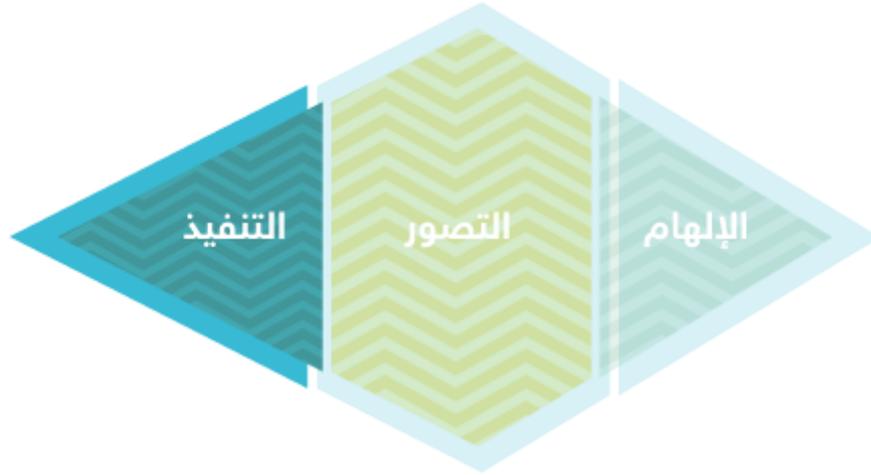
- تأطير التحدي التصميمي.
- تصميم خطة جمع المعلومات.
- تصميم دليل المقابلات.
- النزول للميدان.

3- التَّصَوُّر

- تحويل الدروس إلى فرصٍ تصميمية.
- توليد الأفكار.
- بناء النماذج الأولية.
- الاختبار الميداني للنماذج الأولية.

4- التنفيذ

- النموذج المنطقي.
- خطة الإطلاق.
- المتابعة والتقييم.
- التوسع لتعظيم الأثر.



٤- التنفيذ

- النموذج المنطقي.
- المتابعة والتقييم.
- خطة الإطلاق.
- التوسع لتعزيز الأثر.



هدف مرحلة التنفيذ

تتمثل مرحلة التنفيذ في تحديد كيفية جلب فكرتك إلى الحياة وواقع المجتمع الذي تعمل فيه. في النهاية.. عليك أن تعرف أن مبادرتك ستكون ناجحةً بإذن الله، لأنك حرصت على إشراك الناس الذين تصمم لهم في قلب عملية تصميم المبادرة. هذه المرحلة سوف توجهك نحو طريقة تنفيذ مبادرتك، قياس أدائك، تحديد الشراكات، صقل نموذج عملك و تجريب فكرتك في الميدان.



٤- التنفيذ

الخطوة ١: النموذج المنطقي

اربط بين الأنشطة التي تقوم بها في مبادرتك، والنتائج المتوقعة لهذه المبادرة. النتائج عادةً ما تكون: تغييراً في سلوكٍ معين، تطوير مهارة، بناء معرفة، أو تحسين حالةٍ معينة (حالة اجتماعية، اقتصادية، إلخ..). قد تحتاج إلى تقسيم نتائجك إلى: نتائج قريبة المدى، متوسطة المدى، وبعيدة المدى.

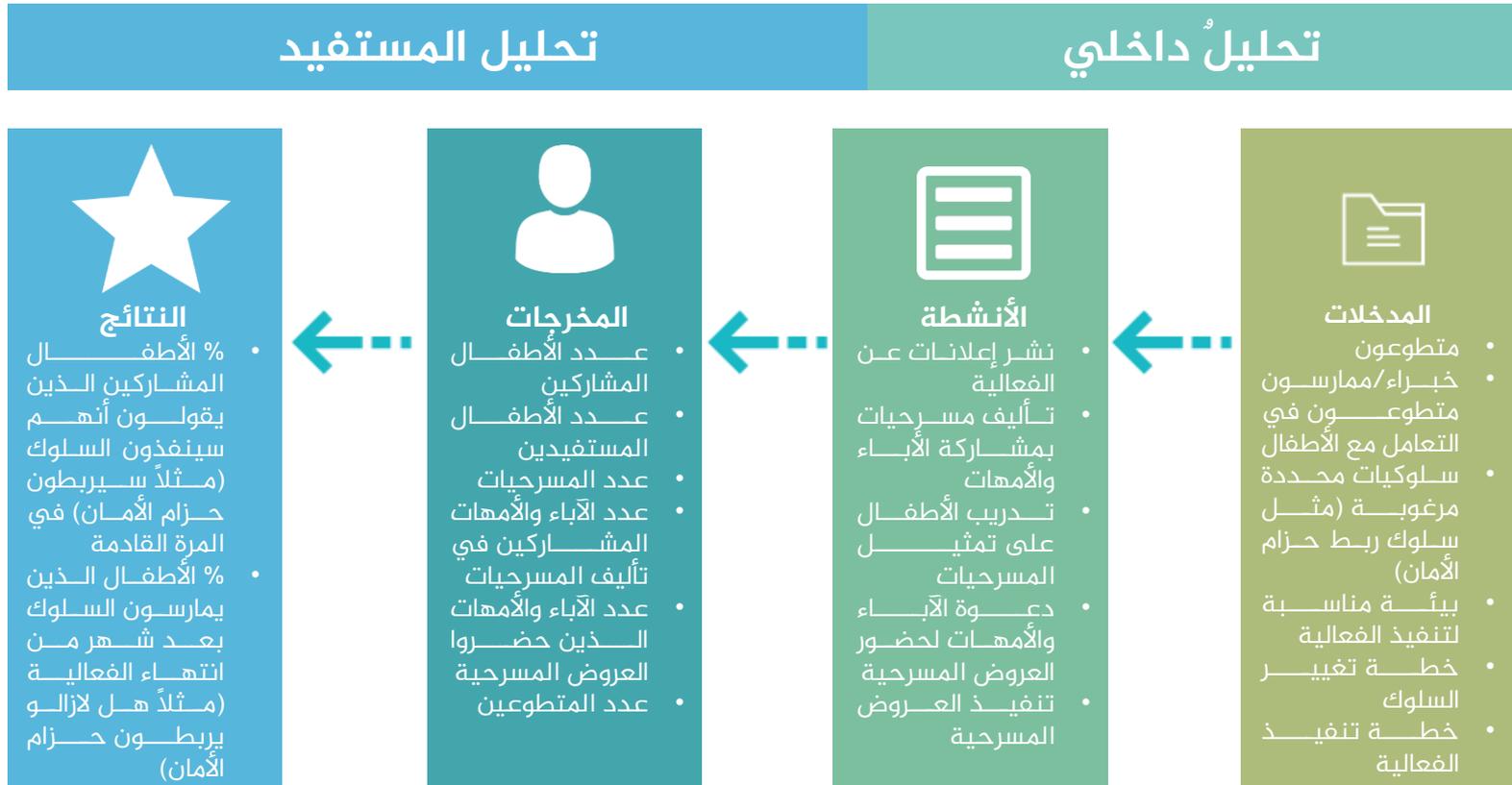




٤- التنفيذ

الخطوة ١: النموذج المنطقي

مثال على نموذج منطقي لمشروع يهدف لإكساب الأطفال بعض القيم عن طريق المسرح





الخطوة ٢: المتابعة والتقييم

من خلال خطة المتابعة والتقييم يتم تحديد المؤشرات التي تقيّم النموذج المنطقي وتوضح التقدم الذي تم تحقيقه، والتعديلات المطلوبة على المبادرة. بعد كل دورة جمع معلومات، يتم الرجوع إلى النموذج المنطقي، وتحديد نقاط القوة والضعف في أداء المبادرة، وفرص التحسين. في بعض الأحيان قد يكون من السهل القياس. ولكن إذا كنت تحاول تغيير سلوك المجتمع أو زيادة استخدام خدمة جديدة، فستحتاج إلى منهجية دقيقة. ضع في عين الاعتبار أنك قد تحتاج لسنوات لفهم أثر مبادرتك على المجتمع بشكل حقيقي.

مؤشرات الفعالية

المؤشر	النوع	المستهدف (مثال)	أداة/مصدر جمع المعلومات
عدد المتطوعين المسجلين في قاعدة البيانات في التعامل مع الأطفال	مدخلات	100	قاعدة بيانات المتطوعين في الجمعية
عدد الذين وصل لهم الإعلان	أنشطة	1000	قنوات إرسال الإعلان
عدد الآباء والأمهات المشاركين في تأليف المسرحيات	مخرجات	20	سجلات المركز
عدد الآباء والأمهات الذين حضروا العروض المسرحية	مخرجات	100	سجلات المركز
% الأطفال المشاركين الذين يقولون أنهم سينفذون السلوك (مثلاً سيربطون حزام الأمان) في المرة القادمة	نتائج	%40	استبيان مبسط مع الأطفال
% الأطفال الذين يمارسون السلوك بعد شهر من انتهاء الفعالية (مثلاً هل لازالو يربطون حزام الأمان)	نتائج	%60	استبيان مع أولياء الأمور



٤- التنفيذ

الخطوة ٣: خطة الإطلاق

مثالياً.. يتم إعداد خطة الإطلاق بإشراك جميع الشركاء وأصحاب المصلحة الرئيسيين. خطة الإطلاق توضح بشكل رئيسي: التمويل المطلوب، الشراكات، الموارد البشرية المطلوبة وخارطة الطريق.



خارطة الطريق

- ما هي المراحل التي ستمر بها المبادرة خلال هذه السنة؟
- ماهي الرؤية الخمسية لتطور المبادرة وتوسعها؟
- كيف ستطور نتائج المبادرة، نموذج عملها، تمويلها وفريقها خلال السنوات القادمة؟



التمويل

- هل ستتقدم بطلب للحصول على منح أم ستجمع تبرعات؟
- هل ستبيع خدماتك على المستفيد؟
- هل ستحتاج لهذا النوع من التمويل بشكل مستمر؟ أم يمكنك التحول لنموذج الإيرادات المستدامة؟
- كم تحتاج من الوقت للوصول إلى نقطة التعادل (حجم الدخل يساوي حجم التكاليف)؟



الشراكات

- ما أنواع الشركاء الذين تحتاج إليهم لتنفيذ مبادرتك؟ هل هم شركاء في التمويل أم في بناء القدرات؟ إذا كانوا في جانب بناء القدرات، بم سيساهمون (تقنياً، لوجستياً، فنياً، إلخ..)?



الموارد البشرية

- ما المهارات الأساسية التي تحتاج إليها في فريق التنفيذ؟
- هل تحتاج إلى مدير مشروع لتنسيق الجوانب المختلفة وإدارة الفريق؟
- ما نوع فريق الدعم الذين تحتاجهم للنزول إلى الميدان؟



٤- التنفيذ

الخطوة ٤: التوسع لتعظيم الأثر

عرّف النجاح

خلال مرحلة التنفيذ سوف تفكر في التوظيف، والتمويل، والجدول الزمني للمشروع.. هذه فرصة عظيمة لمعرفة شكل النجاح. تحديد المعالم الرئيسية الهامة في حياة مبادرتك، والتفكير في آفاق زمنية مختلفة للمبادرة (ما هو النجاح في الشهرين المقبلين، في السنة القادمة، في الخمس السنوات القادمة)؟



الإيرادات المستدامة

استراتيجية التمويل ستمكنك من الانطلاق، ولكنك سوف تحتاج إلى إستراتيجية لتوليد إيراداتٍ على المدى الطويل، لتحقيق أقصى قدر من التأثير والاستدامة.. حان الوقت للجلوس مع فريقك والشركاء الرئيسيين وأصحاب المصلحة لتقييم ما إذا كان لديك استراتيجية قوية لتوليد الإيرادات، أو إذا هناك حاجة لتطوير استراتيجية جديدة.



في ما يلي بعض النقاط التي يجب التفكير فيها:

- ما هي جميع التكاليف (الموظفين، التسويق، الإنتاج، إلخ..)؟
- إذا كنت تعتمد على المنح أو التبرعات، فكر بشكل نقدي حول كيفية جمع المال وما مدى موثوقية مصادر التمويل الحالية؟ أي نوع من العلاقات قد تحتاج إلى بنائها لضمان نجاح مبادرتك؟
- إذا كنت تباع منتجاً (حتى إن كنت جهة غير ربحية)، فكم ستحتاج أن تباع؟ وكيف ستتأكد من استمرار المبيعات؟ وهل ستحتاج إلى: تطوير المنتج؟ إطلاق منتجات جديدة؟
- فكر في التوسع والانتشار.. في خمس سنواتٍ كيف سيكون شكل المبادرة (من ناحية المواقع الجغرافية، عدد المنتجات/ الخدمات الجديدة، إلخ..؟



المراجع

بالعودة لعدّة مراجع في التفكير التصميمي والتصميم المتمحور حول الإنسان والاستلهام منها، قمنا بإعداد هذا الدليل، وذلك بعد تجربة المنهجية بشكل عملي مع مجموعة من المنظمات المحلية وموائمتها مع سياق وواقع هذه المنظمات. في ما يلي قائمة بالمراجع الرئيسية لهذا الدليل:

1. أدوات ومنهجية شركة IDEO في الابتكار (<http://www.designkit.org>).
2. منشورات منظمة Acumen+ في التصميم المتمحور حول الإنسان والنمذجة الأولية.
3. كتاب تصميم القيمة المقدمة.
4. مشاريع خاصة بشركة قرارات لاستشارات تعظيم الأثر.



الراجحي الإنسانية
ALRAJHI HUMANITARIAN

www.alrajhihum.org

قرارات

ننتج معرفة تُعظّم الأثر

www.qararatconsulting.com

هذا الإصدار مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي نسبة
الدراسة - غير تجاري - الترخيص بالمثل، ٤ دولي

