

WELFARE

Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι

Ενότητα 3: Σχεδιαστική σκέψη – Ενσυναίσθηση και
Προσδιορισμός (Empathize & Define)

“Ερευνητικό Πλάνο & Χάρτης ενσυναίσθησης”





1. Θεωρία

Η **ποιοτική έρευνα** χρησιμεύει για να εμβαθύνει στους υποκείμενους λόγους, τις απόψεις, τα κίνητρα, τις εμπειρίες και τις διαδικασίες, προσφέροντας πολύτιμες πληροφορίες για την πρόκληση και βοηθώντας στην ανάπτυξη ιδεών και ιδεών. Λόγω της έμφασής της στην κατανόηση, η ποιοτική έρευνα είναι πρωτίστως **διερευνητική**, γεγονός που την καθιστά ιδιαίτερα σημαντική κατά τη διάρκεια της ερευνητικής φάσης της διαδικασίας σχεδιαστικής σκέψης.

Μπορούμε να διακρίνουμε τρεις διαστάσεις στην ποιοτική ερευνητική μεθοδολογία:

- ✓ Την κατανόηση του **πλαισίου** ή του τρόπου με τον οποίο οικονομικοί, πολιτικοί, κοινωνικοί, πολιτιστικοί, περιβαλλοντικοί και οργανωτικοί παράγοντες επηρεάζουν την πρόκλησή σας. Όπως και τους ανθρώπους που ζουν μέσα στο πλαίσιο αυτό.
- ✓ Την κατανόηση των ίδιων των **ανθρώπων** ή το πώς σκέφτονται, πώς κατανοούν τις εμπειρίες τους, γιατί συμπεριφέρονται με τον τρόπο που συμπεριφέρονται κτλ.
- ✓ Την κατανόηση της **αλληλεπίδρασης** ή τον τρόπο με τον οποίο οι εμπλεκόμενοι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και με το περιβάλλον τους.

Η ποιοτική έρευνα χαρακτηρίζεται από τα εξής:

- ✓ **Ερευνητικά ερωτήματα και στόχος της έρευνάς σας**
 - ✓ Τα ερευνητικά ερωτήματα επικεντρώνονται σε σύνθετα θέματα ή κοινωνικές διαδικασίες
 - ✓ Η καθημερινή πραγματικότητα των εμπλεκόμενων ατόμων (π.χ. κοινωνικό πλαίσιο, αντικείμενα, δραστηριότητες) είναι κεντρική για την έρευνά σας
- ✓ **Ο ερευνητικός σχεδιασμός είναι...**
 - ✓ Ευέλικτος
 - ✓ Επικεντρώνεται στη μελέτη των φυσικών περιβαλλόντων
 - ✓ Και παρέχει μια ολιστική προσέγγιση για την κατανόηση του πλαισίου



✓ Συλλογή Δεδομένων

- ✓ Υπάρχουν διαθέσιμοι πολλοί ερευνητικοί μέθοδοι συλλογής δεδομένων
- ✓ Τις περισσότερες φορές χρησιμοποιούνται πάνω από μια
- ✓ Η συλλογή δεδομένων απαιτεί άμεση επαφή με το πεδίο

✓ Ανάλυση Δεδομένων

- ✓ Η ανάλυση επικεντρώνεται κυρίως στο κείμενο και όχι στους αριθμούς
- ✓ Η ανάλυση επικεντρώνεται στη βαθιά κατανόηση
- ✓ Η ανάλυση επικεντρώνεται στην διαδικασία

Είδη ποιοτικών δεδομένων:

- ✓ Δομημένο κείμενο (συγγράμματα, ιστορίες, σχόλια ερευνών/ ερευνητών, άρθρα ειδήσεων ...)
- ✓ Μη δομημένο κείμενο (απομαγνητοφωνήσεις, συνεντεύξεις, ομάδες εστίασης, συζήτηση ...)
- ✓ Παρατήρηση
- ✓ Ηχογραφήσεις
- ✓ Βιντεοσκοπήσεις (γραφικά, τέχνη, εικόνες, οπτικό υλικό)

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες πληροφορίες στο: May, T. (2002). *Qualitative research in action*. SAGE.

2. Οδηγίες

Βήμα 1^ο: Φτιάξτε το ερευνητικό σας πλάνο.

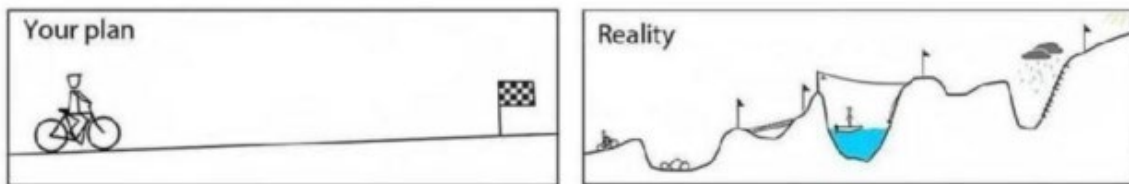
Οι οδηγίες και οι κατευθυντήριες ερωτήσεις είναι ενσωματωμένες στο παρόν υπόδειγμα.

- ✓ Καθορίστε την ερευνητική σας πρόκληση.
- ✓ Διατυπώστε τα ερευνητικά ερωτήματα.
- ✓ Προσδιορίστε τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη.
- ✓ Επιλέξτε τις μεθόδους έρευνας σύμφωνα με τα ερευνητικά σας ερωτήματα και τους ενδιαφερόμενους φορείς.



Βήμα 2ο: Βγείτε έξω, μιλήστε στους ανθρώπους, ακούστε!

- ✓ Χρησιμοποιήστε το ερευνητικό σας πλάνο για να διεξάγετε την έρευνά σας και να κατανοήσετε τους χρήστες σας και το περιβάλλον τους.
- ✓ Συζητήστε ως ομάδα πώς θα κατανείμετε τις διάφορες εργασίες (δηλαδή, ποιος θα κάνει τι μέχρι πότε;).
- ✓ Η έρευνα δεν είναι εύκολη υπόθεση και ποτέ - μα ποτέ (!) - δεν πηγαίνει με τον τρόπο που την είχατε αρχικά σχεδιάσει. Να είστε ευέλικτοι, να συζητάτε εναλλακτικές προσεγγίσεις ως ομάδα και να μην χάνετε την όρεξή σας για μάθηση.



Copyright image: Murray, C. (2014). The plan versus reality. Retrieved from <https://the-goodcoach.com/tgcblog/2015/1/14/the-plan-versus-reality-by-charlotte-rydland.html>

Βήμα 3ο: Συγκεντρώστε όλα τα δεδομένα που έχετε από την έρευνα σας, συμπληρώνοντας τον Καμβά του Χάρτη Ενσυναίσθησης.

“Μπες στα παπούτσια του άλλου” των ενδιαφερομένων μερών σας. Προτεραιοποιήστε τις ανάγκες των χρηστών που μάθατε κατά τη διεξαγωγή της έρευνάς σας. Τι συμπεραίνετε; Κατευθυντήριες ερωτήσεις ενσωματώνονται στο υπόδειγμα.

- ✓ Με ποιον συμπάσχετε;
- ✓ Τι πρέπει να κάνουν;
- ✓ Τι βλέπουν;
- ✓ Τι λένε;
- ✓ Τι κάνουν;
- ✓ Τι ακούνε;



- ✓ Τι σκέφτονται και τι αισθάνονται;
 - ✓ Ποιες είναι οι προκλήσεις (“rains/ πόνοι”);
 - ✓ Ποιοι είναι οι στόχοι (“gains/ κέρδη”)?

Βήμα 4^ο : Για τι άλλο θέλετε/χρειάζεστε να μάθετε περισσότερα;

Σκεφτείτε τη διαδικασία της έρευνάς σας και αναπτύξτε την περαιτέρω με βάση την ανταπόκριση που θα λάβετε για την παρουσίασή σας.

Βήμα 5^ο: Παρουσιάστε τον χάρτη ενσυναίσθησης σε 2 λεπτά.

- ✓ Προετοιμάστε μια παρουσίαση 2 λεπτών, με βάση τον χάρτη ενσυναίσθησης σας.
 - ✓ Περιεχόμενο της ομιλίας σας:
 - Πώς πήγε η έρευνά σας;
 - Πώς βλέπετε/καταλαβαίνετε τον χρήστη σας;
 - Ποιες είναι οι πιο σημαντικές γνώσεις που αποκτήσατε;
 - Ποια διαπίστωση σας εκπλήσσει; Ποια διαπίστωση σας ενεργοποιεί; Ποια διαπίστωση σας θυμώνει;

Tips:

- ✓ Μην επιδιώξετε να παρουσιάσετε κάθε κομμάτι του χάρτη ενσυναίσθησης.
- ✓ Παρουσιάστε τα κεντρικά σημεία της ομιλίας σας ως ομάδα.
- ✓ Κρατήστε την σύντομη και περιεκτική.



3. Εργαλείο

Ερευνητικό πλάνο:

Ερευνητική πρόκληση

Περιγράψτε την πρόκλησή σας με λίγες προτάσεις, ώστε να μπορεί ο οποιοδήποτε να καταλάβει, πάνω σε τι εργάζεστε

Διατυπώστε την ερευνητική σας πρόκληση σε μια σαφή πρόταση (π.χ. "Θέλουμε να εργαστούμε πάνω στο ...", "Θα θέλαμε να ...", "Είναι πρόκληση να ..."). Επισημάνετε τις λέξεις-κλειδιά.

Αναφέρετε τα 3 κύρια ερευνητικά ερωτήματα ή/και τις υποθέσεις που θέλετε να επαληθεύσετε

Ερευνητικά ερωτήματα

Ποιοι είναι στο επίκεντρο της έρευνάς σας; Καταγράψτε τα ερωτήματα που θέλετε να απαντήσετε και τις υποθέσεις που θέλετε να ελέγξετε.

Τι πραγματικά γνωρίζετε;

Τι πιστεύετε ότι γνωρίζετε;

Τι δεν γνωρίζετε;



Ανάλυση Ενδιαφερομένων Μερών		
Ποια ενδιαφερόμενα μέρη θέλετε να εμπλέξετε; Γιατί;	Με ποιους ενδιαφερόμενους φορείς θα έρθετε σε επαφή; Γιατί;	Πώς θα απευθυνθείτε στους ενδιαφερόμενους φορείς σας;



Μεθοδολογία		

<p>Ποιες ερευνητικές μεθόδους θα χρησιμοποιήσετε για να απαντήσετε στα ερευνητικά σας ερωτήματα και/ή να ελέγξετε τις υποθέσεις σας; Διακρίνετε μεταξύ βιβλιογραφικής έρευνας και έρευνας πεδίου. Θυμηθείτε ότι διαφορετικά ερωτήματα και υποθέσεις μπορεί να απαιτούν διαφορετικές μεθόδους.</p>	<p>Κάντε το συγκεκριμένο: με ποιον, τι, πού, πότε ...</p>
<p><i>Πώς θα προσπαθήσετε να κατανοήσετε την οπτική των ενδιαφερομένων μερών σας;</i></p>	

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Empathy Map Canvas

1 WHO are we empathizing with?
Who is the person we want to understand?
What is the situation they are in?
What is their role in the situation?

GOAL

2 What do they need to DO?
What do they need to do differently?
What job(s) do they want or need to get done?
What decision(s) do they need to make?
How will we know they were successful?

6 What do they HEAR?
What are they hearing others say?
What are they hearing from friends?
What are they hearing from colleagues?
What are they hearing second-hand?

7 What do they THINK and FEEL?

PAINS
What are their fears, frustrations, and anxieties?

GAINS
What are their wants, needs, hopes and dreams?

What other thoughts and feelings might motivate their behavior?

3 What do they SEE?
What do they see in the marketplace?
What do they see in their immediate environment?
What do they see others saying and doing?
What are they watching and reading?

5 What do they DO?
What do they do today?
What behavior have we observed?
What can we imagine them doing?

4 What do they SAY?
What have we heard them say?
What can we imagine them saying?

Last updated on 16 July 2017. Download a copy of this canvas at <http://gamestorming.com/empathy-map/> © 2017 Dave Gray, xplane.com

Τί άλλο θέλετε/χρειάζεστε να μάθετε περισσότερο;

*Ποια κενά στο χάρτη ενσυναίσθησης/κατανόησης σας χρειάζονται περισσότερη έρευνα;
Ποια ερωτήματα από τις άλλες ομάδες παίρνετε μαζί σας και χρειάζονται περισσότερη έρευνα;*

Μετάφραση τμημάτων:

1) Με ποιον συμπάσχουμε;

Ποιο είναι το πρόσωπο που θέλουμε να κατανοήσουμε;

Ποια είναι η κατάσταση στην οποία βρίσκεται;

Ποιος είναι ο ρόλος του στην κατάσταση αυτή;

2) Τι πρέπει να κάνουν;

Τι πρέπει να κάνουν διαφορετικά;

Τι δουλειά θέλουν ή πρέπει να κάνουν;

Ποιες αποφάσεις πρέπει να πάρουν;

Πώς θα ξέρουμε ότι ήταν επιτυχημένες;

3) Τι βλέπουν;

Τι βλέπουν στην αγορά;

Τι βλέπουν στο άμεσο περιβάλλον τους;

Τι βλέπουν να λένε και να κάνουν οι άλλοι;

Τι βλέπουν και διαβάζουν;

4) Τι λένε;

Τι τους έχουμε ακούσει να λένε;

Τι μπορούμε να φανταστούμε να λένε;

5) Τι κάνουν;

Τι κάνουν σήμερα;

Ποια συμπεριφορά έχουμε παρατηρήσει;

Τι μπορούμε να τους φανταστούμε να κάνουν;

6) Τι ακούνε;

Τι ακούνε να λένε οι άλλοι;



*Τι ακούνε από τους φίλους τους;
Τι ακούνε από τους συναδέλφους τους;
Τι ακούνε από δεύτερο χέρι;*

7) Τι σκέφτονται και τι αισθάνονται;

*Pains: Ποιοι είναι οι φόβοι τους, απογοητεύσεις και αγωνίες τους;
Gains: Ποιες είναι οι επιθυμίες, οι ανάγκες, οι ελπίδες και τα όνειρά τους;
Ποιες άλλες σκέψεις και συναισθήματα μπορεί να παρακινούν τη συμπεριφορά τους;*

4. Πηγές

- ✓ Game storming (2017). Empathy map. Retrieved from <https://gamestorming.com/empathy-mapping/>
- ✓ Steinke, I., Flick, U., & Von Kardorff, E. (2004). A companion to qualitative research. London: Sage.



Co-funded by
the European Union



website

<https://www.welfareproject.eu/>

