

Vides objekta izveides process.

Noskaidrojam vajadzību!

“Dizains ir eksperta atbilde uz to, kādā veidā pieiet noteiktai problēmai, un piedāvā skaidru plānu, kā to risināt.”

Dizaina process vides dizainā **sākas** ar pirmo posmu, kas ietver sākotnējo problēmas identificēšanu, izpēti (un iedvesmu), iespēju un ierobežojumu novērtēšanu.

Šis posms beidzas ar darba uzdevuma (design brief) izveidi dizaina izstrādes dalībniekiem. Problēmas atrašana un formulēšana > novietnes apmeklēšana un iepazīšana > izpēte (un iedvesma) > darba uzdevuma sastādīšana un/vai precizēšana > ko mēs dizainēsim?

1. UZDEVUMS Sākotnējā vides novērošana un problēmsituācijas(-u) identificēšana (praksē tas saistīts ar klienta dotu uzdevumu).

Fiksējot novērojumus un pieredzi, tiek noteiktas vajadzības un risināmā situācija – dizaina problēma.

- Diskusiju var rosināt, uzdodot jautājumus.
- Vai ir kas tāds, ko savā vidē gribētu mainīt un uzlabot?
- Vai ir kāda noteikta situācija, norise, vieta, ko būtu nepieciešams mainīt un uzlabot?
- Aprunājies ar draugiem, vecākiem vai radniekiem – kādi uzlabojumi, viņuprāt, būtu nepieciešami?
- Vai ir kāda sabiedrības grupa ar īpašām vajadzībām vides lietošanā, ko vajadzētu risināt?
- Vai apkārtnē, kur uzturies ikdienā, nepieciešamas kādas pārmaiņas, ko varētu atrisināt ar dizaina palīdzību?
- Varbūt tev ir inovatīva ideja par kādu ļoti nepieciešamu un radošu vides risinājumu?

Izpēte

Izpēte un konteksta analīze ir būtiska dizaina procesa sākuma sastāvdaļa, kas veido dizainera pamatzināšanu bāzi. Izpētes gaitā dizainers **savāc, apkopo un sakārto (organizē), analizē un grafiski noformē nepieciešamo informāciju un datus**, kas būs nepieciešami, sākot dizaina izstrādi. Izpētes daļa var būt laikietilpīga un apjomīga, ne visa savāktā informācija noder tālākajam darbam. Izpēte turpinās visā dizaina procesa laikā.

- **2. UZDEVUMS** Nemot vērā iepriekšējā uzdevuma rezultātus un atbilstīgi risināmās situācijas specifikai darba grupa veido izpētes organizēšanas plānu. Formulē, kāda informācija un dati nepieciešami, kā veiks izpēti, no kurienes un kā iegūt informāciju. Grupas biedri vienojas par veicamo darbu/lomu sadali.
- Atkarībā no meklējamās informācijas veida un tās tālākās lietošanas var izmantot dažādas pieejas un pētījumu metodes. Izpētē apkopotā informācija un iespaidi tiek sintezēti, veidojot objektīvas zināšanas, nonākot pie unikālām un specifiskām atziņām, kā arī veidojot savu personīgo attieksmi par izvirzīto problēmu.

Ko un kā pētīt?

Primārā izpēte NOVĒROJUMS ir mērķtiecīga un uzmanīga fiziskās vides, artefaktu, notikumu, cilvēku uzvedības un to savstarpējās mijiedarbības vērošana.

Novērojumus var dokumentēt, izmantojot skices, piezīmes, foto vai video.

Novērojums palīdz izvērtēt problēmas aktualitāti, noteiktu parādību atkārtošanos un specifiskus uzvedības modeļus kādā noteiktā vietā.

- Novērojumus var sistematizēt šādās kategorijās: aktivitātes un uzvedība, vide, cilvēku mijiedarbība, objekti, lietotāji u. c. •
- Novērojumi, piemēram, novērojot potenciālo lietotāju / lietotāju grupu / fokusgrupu, vai novērojumi, kā lietotāji izmanto līdzīgu dizaina paraugu; uzvedības, psiholoģisko faktoru novērojumi;
- standarta jautājumi lietotājiem un novērojumi, kā viņi izmanto ierasto ikdienas vidi, lai veiktu noteiktas paredzētās darbības; skaidrojums – ko viņi dara un kā;
- sociālekonomiskais konteksts – lietotāju vecums, dzimums, piederība kādai etniskai grupai, izglītības līmenis, ienākumu līmenis un nodarbinātības statuss.

INTERVIJA jeb saruna

tiek veikta, lai iegūtu pirmreizēju informāciju no klienta vai lai uzzinātu potenciālā lietotāja pieredzi, viedokli, attieksmi, uztveri, vajadzības un gaidas. Intervijas parasti notiek klātienē, bet var notikt arī attālināti. Vēlams, lai intervijā piedalās ne vairāk kā trīs dizaina izstrādes dalībnieki un katram ir noteikta loma – intervētājs, fotogrāfs, pierakstu veicējs utt. Intervijai ir jā sagatavojas (pārdomājot jautājumus vai iepriekš norunājot sarunas tematu).

Vēlams sākt ar plašākiem, vispārīgākiem jautājumiem, tad uzdot specifiskus ar dizaina uzdevumu saistītus jautājumus. Intervijas norisi var papildināt ar personīgiem novērojumiem, tās laikā var demonstrēt attēlus.

Interviju var pierakstīt un (ja intervējamais atļauj) dokumentēt ierakstot un filmējot.

- Interviju veidi:
- intervija ar klientu – kas būs lietotājs? kas raksturo lietotāju? vai ir kādi telpiskie ierobežojumi? vienreizējs vai daudzkārt izmantojams risinājums? attieksme pret dabu, ilgtspējība? eksistējoši piemēri? objekta izmantošanas ilgums u. c. jautājumi;
- intervijas ar jomas ekspertiem, partneriem un ieinteresētajām pusēm, kam ir noteikta loma vai interese par dizaina risinājumu: 1) noskaidro, kādu ekspertu būtu vajadzīgs intervēt; 2) dod ieskatu, par kādām tēmām vēlēsies runāt; 3) vienojas par sarunai atvēlamo laiku; 4) sagatavo jautājumus, kas balstās iepriekš veiktā izpētē un bāzes zināšanās;
- 1:1 intervijas ar lietotāju / lietotāju grupu, lai iegūtu informāciju tieši no gala lietotāja.

APTAUJA (questionnaire, survey) ir noteiktu ziņu un informācijas vākšana, izmantojot jautājumu kopumu – aptaujas lapu. Aptaujā tiek sniegtas atbildes un izteiktas domas, attieksme pret uzdotajiem jautājumiem. Aptauju veikšana ir laba metode, lai savāktu pietiekamu apjomu ar daudzveidīgu informāciju, ko var analizēt statistiski.

- Aptaujas var notikt klātienē vai izmantojot digitālos rīkus un dažādas saziņas tehnoloģijas, kā arī sociālos tīklus.
- Aptauja var būt papildu metode intervijai.
- Sagatavojot aptauju, var veidot vairāku tipu jautājumus – tie varētu būt atvērtie/slēgtie, vispārīgie/ specifiskie, faktoloģiskie/hipotētiskie, vērtējošie un salīdzinošie jautājumi.
- Aptauja palīdz (ja nepieciešams – anonīmā veidā) izprast lietotāju vajadzības un noskaidrot vēlmes – kādu lietotāja problēmu izstrādātais dizains risinās? Aptaujas veidā, uzdodot specifiskus jautājumus, var pārbaudīt arī dizaina hipotēzi.

KONTEKSTUĀLĀ IZPĒTE (contextual inquiry) – novērojumus un intervijas apkopjoša metode.

Novērojumu verifikācija pēc četriem principiem: 1) konteksts (uztvert lietas kontekstā lietotāja vidē); 2) sadarbošanās (dati, kas pēc iespējas precīzāk atspoguļo realitāti); 3) interpretācija (pētnieka savāktā informācija jāpārbauda ar dalībniekiem); 4) fokuss (iejusties lietotāja vietā un fiziskajā vidē). Rezultātus var apkopot infografikā – diagrammu, tabulu u. c. veidā

UZVEDĪBAS KARTĒŠANA (mapping) – noteiktā vietā veikta lietotāju uzvedības vizuāla dokumentēšana.

- To veic, lai novērtētu cilvēku aktivitātes, raksturu, savstarpējo iedarbību fiksētās vietās vai pārvietojoties un vides specifiku. Pamatā var izmantot arhitektūras plānu vai uzskicēt plāna shēmu, kur grafiski attēlo novērojumus.
- Šo metodi īsteno klātienē, bet var izmantot arī video filmēšanas tehniku.

Kartēšana ir visaptverošs termins – metode:

kādas novietnes grafisks raksturojums, izmantojot diagrammas vai zīmējumus. Kartēšana ir veids, kā raksturot kādu vietu pēc noteiktiem parametriem.

Projekta darba prezentācijas struktūra.

1.slaidis- sākotnējo problēmas identificēšanu, izpētīto(un iedvesmu), iespēju un ierobežojumu novērtēšanu. Pilsētvides novērošanas rezultāti un vietas izvēles pamatojums. Mērķgrupas izvēle.

2.slaidis- klases biedru intervēšanas rezultātu apkopojums par iecerētā projekta efektivitāti un ierosinājumiem. Intervijā uzdotie jautājumi un to apkopojums.

3.slaidis- Problēmas atrašana un formulēšana Savas koncepcijas izstrāde. Pamato savas idejas koncepciju un tajā iecerētos principus, izstrādā darbības plānu. Sadala pienākumus grupā. Dod atbildi uz jautājumu: ko un kā mēs dizainēsim.

4. slaidis-levieto projekta skices, kuras radītas no vairākiem rakursiem(vismaz 4 skices).

5. un tik cik nepieciešams slaidu- veido prototipu,telpiskās vides risinājuma modeli, ņem vērā objekta izmērus, strādā mērogā, lai saglabātu proporcionalitāti (digitāli vai maketēšana materiālā) Digitāli var izvēlēties jebkuru datorprogrammu, bez maksas ir, piemēram, SketchUp) .

6.slaidis- izveido materiālu sarakstu, kurus izmantos objekta veidošanā, ņem vērā ilglaicības, enerģijas un resursu ekonomijas principus, uzsverot inovatīvus risinājumus, informāciju meklē datu bāzēs.

7.slaidis- secinājumi par paveikto, darba grupas katra dalībnieka ieguldījuma analīze.

Darba prezentēšana paredzēta 15.01.2024.