

Dizaina produktu konteksta izpēte

Dizaina jomas aktualitātes lokāli un
starptautiski



4. un 5. NODARBĪBA 05.02.2024.

www.elinabusmane.wordpress.com

Atgriezeniskā saite par individuālajām prezentācijām

1. Gandrīz grupā ir **kāds, kas darbu veicis izcili**, pieliekot īpašas pūles no savas puses - secinājumi, noformējums, papildu dizaina izpētes materiāli, citāti, kolāžas.
2. Lielākā daļa darbu veikusi optimālā līmenī - visi uzdevumi izpildīti
3. Visbiežākās nepilnības - trūkst secinājumu pie pēdējiem uzdevumiem; gramatikas kļūdas un nelielas paviršības

Diskusija

1. Kādi ir Tavi iespauidi par filmu "Objectified"?

....

Dokumentālā filma “Objectified”, 2009

Kāpēc ir svarīgi reflektēt par filmā "Objectified" redzēto:

1. Izpratne par **dizaina procesiem starptautiski** un tā ietekmi uz lietotāja pieredzi.
2. Izpratne par ikdienas priekšmetu dizaina sarežģītību
3. Ilgtspējības nozīme dizainā
4. Tehnoloģiju, psiholoģijas, mākslas un inženierzinātņu mijiedarbība dizainā
5. Kritiskās domāšanas un inovāciju loma dizaina problēmu risināšanā
6. Ētisku un sociālu apsvērumu izvērtēšana dizaina lēmumos

Filmas kopsavilkums/atsauksme:

Uzraksti atsauksmi par filmu “Objectified”

2-3 teikumi, iekļaujot savas būtiskākās pārdomas par filmu, raksti no dizainera perspektīvas, kā Tu filmu raksturotu citiem dizaineriem



Nokopē šo slaidu un
izpildi uzdevumu

Līnijas vietā uzraksti
savu vārdu, uzvārdu
un grupu.
Nodarbības beigās
vai mājās slaidu
iekopē savā
prezentācijā

Filmas kopsavilkums/atsauksme:

Atsauksmes piemērs:

Aizraujoša, informatīva un pārdomas rosinoša

droidonthemoon21, oktobris 2010

Pirmkārt, atklāšu, ka esmu dizaineris. Daru to zināmu tāpēc, ka tas var nozīmēt, ka man ir lielāka interese par filmā apskatītajām tēmām nekā citiem. Manuprāt, filma "Objectified" ir pierādījums, ka jautājumi, kas tiek apskatīti filmā, ir interesanti ikvienam.

Filma "Objectified" noteikti ir pietiekami iesaistoša, lai ievilinātu ikvienu dizaina pasaules aizkulisēs; domāšanas dziļumā, kas slēpjas aiz daudzām lietām, kuras mēs uzskatām par pašsaprotamām. Ja jums patīk "lietas", šī filma jums patīks. Pat, ja jūs īpaši neinteresē priekšmetiskā pauzule, es to tomēr iesaku noskatīties šo filmu. Gerijs Hastvits spēj parādīt, cik spēcīgu vilkmi dizaineri piešķir lietām, kas ir mums apkārt, kas tajās tiek ieguldīts un ko no tām iegūstam. Iespējams, jūs atklāsiet, ka šīs tēmas jums rūp daudz vairāk, nekā bijāt domājuši līdz šim. Mums, dizaineriem, patiešām ir materiālistiska domāšana, un šis ir labs pirmais solis, lai to skaidri ieraudzītu ... un varbūt atrastu izeju no tās.

https://www.imdb.com/title/tt1241325/reviews?ref_=tt_ury

Kolāža kā dizaina izpētes rīks:

Kolāžas ir kompozīcijas, kurās iekļauti attēli un vārdi, kas var liecināt gan par abstraktiem, gan reālistiskiem, gan taustāmiem jautājumiem vai notikumiem. Pēc Serpiello (2002) pieredzes, kolāžas īpaši labi darbojas uz lietotājcentrētā dizainā, ja runa ir par sensitīvām vai abstraktām lietām, vai par kaut ko, kas saistīts ar spēcīgu pieredzi cilvēku dzīvē.

(Matelmäki, Design Probes, 2003)



Design Probes vizuāls
piemērs 43.lpp

Kolāža kā dizaina izpētes rīks:

Kolāžas var palīdzēt atklāt gaumes vai sajūtu preferences. Dažkārt pat paši kolāžu veidotāji tikai aktīvā kolāžu veidošanas procesā paši noformulē savas domas par kādu konkrētu jautājumu.

(Matelmäki, Design Probes, 2003)



FIG. 28. What is their environment like? What is the atmosphere like there? Stylish? Aesthetic? What conditions does their environment offer? This collage by Salu Ylirisku combines images from probes and observation phases from the freeride skiing study.

Kolāža kā dizaina izpētes rīks:

Dažādu produktu vai pakalpojumu lietotāju grupu veidotas kolāžas rada vizuālus stāstus, kuros **dizaineri** var rast stimulu un dziļāku izpratni par lietotājiem.

Kaut arī kolāžas ir izplatīts dizaineru rīks, savu patieso nozīmi tās iegūst no to veidotāju personīgajiem stāstiem un interpretācijām.

(Matelmäki, Design Probes, 2003)



FIGURE 2. Probes and designers

The **collage**s were a useful extra to the probes and the interview. New issues that were not asked or mentioned before were revealed. These **collage**s can be used as such to explain the characters and their way of life or even illustrating the feeling of future products. Also the marketing people were interested in us-

Kolāža kā dizaina izpētes rīks:

Kolāžas piemērs



https://www.canva.com/design/DAF7oaY-gvM/pHx8-8Sjz2ueM5Mo-Cqktw/edit?utm_content=DAF7oaY-gvM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Kolāža filmai *Objectified*, 2009



Nokopē šo slaidu un
izpildi uzdevumu

Līnijas vietā uzraksti
savu vārdu, uzvārdu
un grupu.
Nodarbības beigās
vai mājās slaidu
iekopē savā
prezentācijā

Uzdevums:

Izveidot kolāžu par
filmu "Objectified",
kurā būtu:

- Vismaz 5 attēli
- Vismaz 3 gadskaitļi
- Vismaz 1 citāts
- Vismaz 3 atslēgas vārdi

JAUTĀJUMI

KOMENTĀRI

IETEIKUMI

Dizaina produktu konteksta izpēte

Nodarbības dizainu izstrādāja dizainere un pedagoge Elīna Bušmane

2024