

# Dizaina procesi

# Uz cilvēku orientēts dizains

Gita Līpenīte

MIKC Latgales Mūzikas un mākslas vidusskola

Rēzeknes Mākslas un dizaina skola

2026

# Mācību līdzekļa

**Mērķis** ir attīstīt izpratni par to, kas ir uz cilvēku orientēts dizains un kā pielietot uz cilvēku orientētu pieeju preču un pakalpojumu dizainā.

## **Uzdevums.**

*Izpētes darbs nelielās grupās vai pāros – domu karte*

«Uz cilvēku orientēts dizains man apkārt. Kā es, kā patērētājs, iesaistos? Kā es, kā jaunais dizainers, varu iesaistīties?» (*uzdevuma izpildes plāns 18.lpp.*)

*Individuālais darbs – eseja par Tim Brown citātu 6. lpp. (uzdevuma izpildes plāns 19.lpp.)*

## **Sasniedzamais rezultāts.**

Audzēknis izprot, kas ir uz cilvēku orientēts dizains, kā topošais dizainers un lietotājs, un apgūst uz cilvēku orientēta dizaina produktu radīšanas nosacījumus.

# Dizaina process

Dizainā strādājam pēc sešiem principiem:

1. Uz cilvēku orientēts. Dizaina procesos svarīga ir visu ieinteresēto pieredze (ne tikai pakalpojuma lietotāja, bet arī pakalpojuma sniedzēja un citu iesaistīto personu zināšanas un pieredze), iesaiste piemērotākā risinājuma izvērtēšanā un lēmumu pieņemšanā.
2. Uz sadarbību orientēts. Dizaina procesos ir aktīvi jāpiedalās visiem iesaistītajiem, veicinot multidisciplināru sadarbību, pārstāvot daudzpusīgas ar pakalpojumu vai precī saistītās zināšanas un pieredzi.
3. Iteratīvs. Dizains ir izzinošs, eksperimentāls un pielāgojams. Izstrādes gaita ir nelineāra, dizaina procesi un posmi var notikt vienlaicīgi un pat atkārtoties, izvirzot par galamērķi pakalpojuma ieviešanu.
4. Secīgs. Dizainā visām darbībām ir jābūt secīgām un savstarpēji saistītām.
5. Reāls, aktuāls. Problēmas aktualitāte ir jāpierāda ar pētījumu, dizainā nedrīkst rīkoties pieņēmumu iespaidā. Arī idejas ir jāpārbauda, prototipējot un prototipus testējot, materiālas un nemateriālas vērtības ir jāpierāda fiziskā vai digitālā vidē
6. Holistisks. Pakalpojumam vai precei ir jābūt ilgtspējīgai un jāapmierina visu iesaistīto vajadzības visā produkta dzīves ciklā

# Uz cilvēku orientēts dizains (human-centered design)

Veiksmīga dizaina pamatā ir uz cilvēku un cilvēka vajadzībām orientēta pieeja

Tā piešķir vienādu vērtību lietotāja pieredzei un daudzpusīgiem biznesa procesiem, lai radītu gan kvalitatīvu pakalpojuma saņēmēja pieredzi, gan netraucētu pakalpojuma sniegšanu

Šāda pieeja palīdz uzņēmumiem paskatīties uz sniegto pakalpojumu vai produktu holistiski – visaptveroši –, īpaši pievēršot vērību klienta apmierinātībai

Pēc dizaina projekta īstenošanas, kura pamatā ir uz cilvēku orientēta pieeja, var notikt stratēģiskas pārmaiņas uzņēmumā vai organizācijā, var tapt jauns produkts vai pakalpojums vai būtiski izmainīts esošais, var tikt izmainīta darba kultūra, kā arī veidoties dažādas sociālās inovācijas

# Uz cilvēku orientēts dizains (human-centered design)

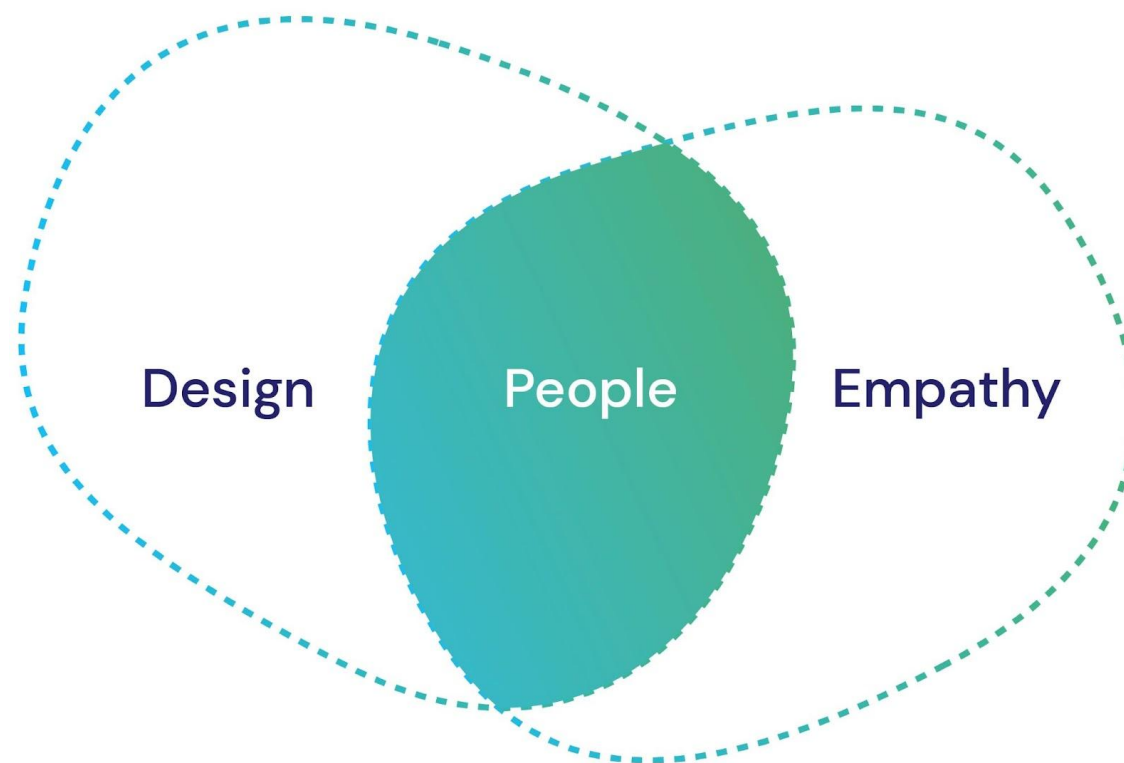


# Uz cilvēku orientēts dizains (human-centered design)

Lai radītu veiksmīgu dizainu, ir nepieciešams identificēt nepietiekami apmierinātu vajadzību (definēt problēmu), pārbaudīt savu ideju un izstrādāt efektīvu risinājuma piedāvājumu

Veicot šos soļus, viens no veidiem, kā nodrošināt, ka ir atrasts pareizais ceļš un tiek izstrādāti produkti un pakalpojumi, kurus patērētāji pieņems un atzīs, ir iesaistīt procesā potenciālos klientus un īstenot uz cilvēku orientētu dizainu

Uz cilvēku vērsts dizains mums atgādina, ka cilvēki ir lielisku lietu centrā



# Tim Brown (IDEO) par cilvēkorientētu dizainu (human-centered tasks)

---

Dizains vairs neaprobežojas tikai ar jaunu fizisku produktu ieviešanu, bet ietver arī jauna veida procesus, pakalpojumus, mijiedarbības veidus, izklaides formas, saziņas un sadarbības veidus. Tieši ar šādiem uz cilvēku orientētiem uzdevumiem dizaineri ikdienā strādā.

Dabiskā pāreja no dizaina praktiskās īstenošanas uz dizaina domāšanu atspoguļo mūsdienu uzņēmējdarbības līderu pieaugošo atziņu, ka dizains ir kļuvis pārāk nozīmīgs, lai to atstātu tikai dizaineru ziņā.

T. Brown «Change by Design», 2009



<https://www.ideo.com/leaders/tim-brown>

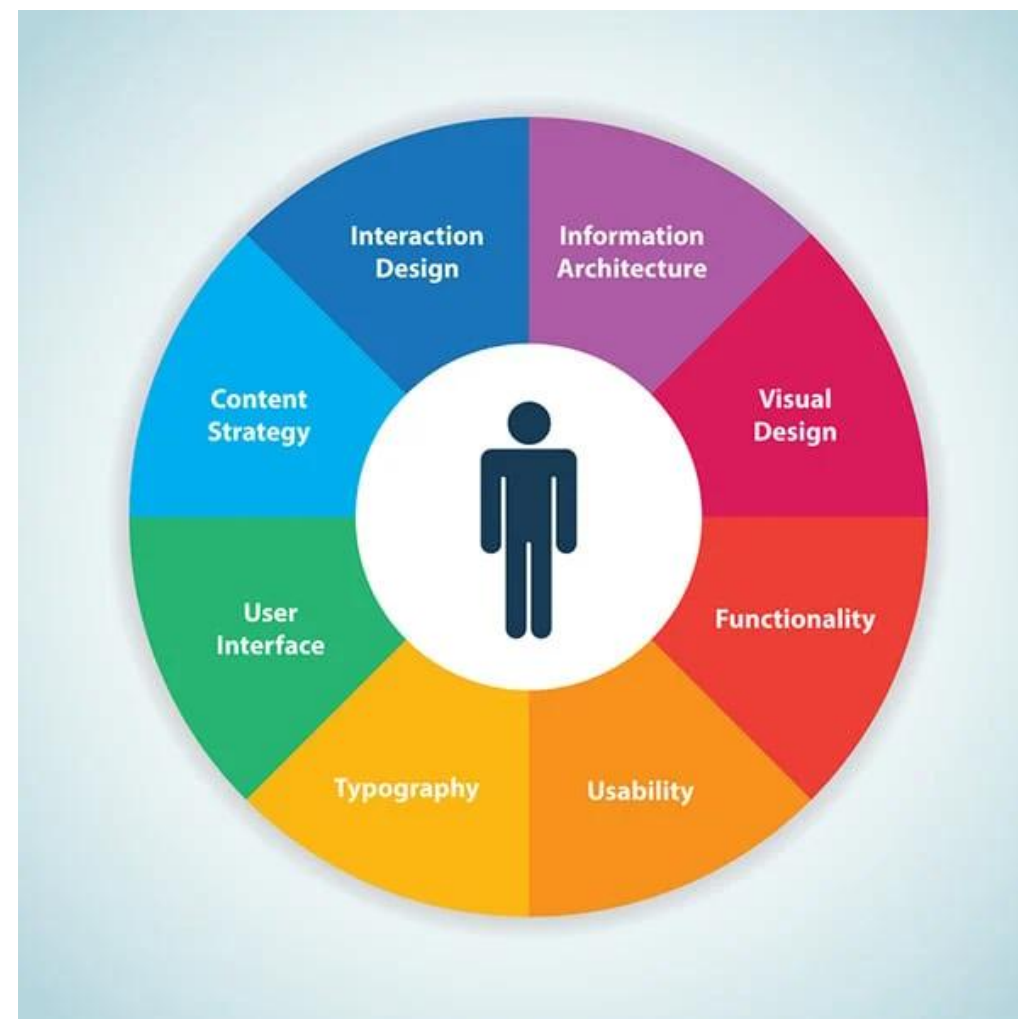
# Uz cilvēku orientēts dizains (human-centered design)

Uz cilvēku vērsta dizaina pamatā ir iesaistītie cilvēki, viņu mērķi, vajadzības un tas, kas viņus dara laimīgus un ne tik laimīgus

Uz cilvēku vērsts dizains ir pieeja projektēšanai un problēmu risināšanai, kuras mērķis ir dziļi iejusties cilvēkos, lai radītu efektīvus un pat patīkamus veidus viņu mērķu sasniegšanai

Tā pievērš uzmanību nevis problēmām, bet gan cilvēkiem, lai pārlicinātos, ka mēs saprotam, kas patiešām ir jārīcina.

Uz cilvēku vērsts dizains - empātijas vadīta problēmu risināšanas metode

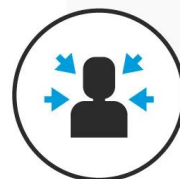


# Uz cilvēku orientēts dizains (human-centered design)

Uz cilvēku orientēts dizains produkta izstrādes procesa centrā izvirza reālus cilvēkus, ļaujot radīt produktus un pakalpojumus, kas atsaucas un ir pielāgoti mērķauditorijas vajadzībām

Mērķis ir visos procesa posmos domāt par lietotāju vēlmēm, sāpju punktiem un prioritātēm

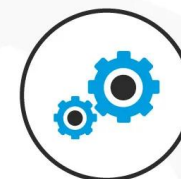
## 4 Principles of Human-Centered Design



People-Centered



Solve the  
Right Problem



Everything is  
a System



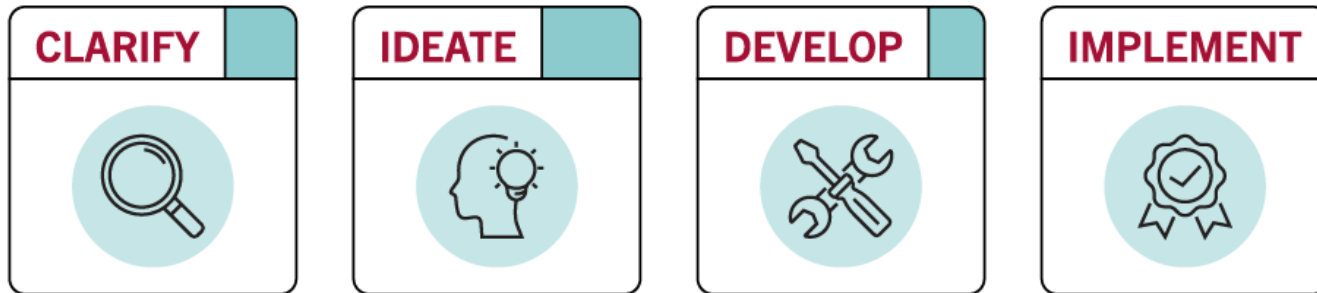
Small & Simple  
Interventions

Interaction Design Foundation  
[interaction-design.org](https://www.interaction-design.org)

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/human-centered-design>

# Uz cilvēku orientēta dizaina procesa fāzes

Noskaidrojiet Izdomājiet Izstrādājiet Īstenojiet



# Dizaina domāšanas pieeja dizaina produkta radīšanas procesā

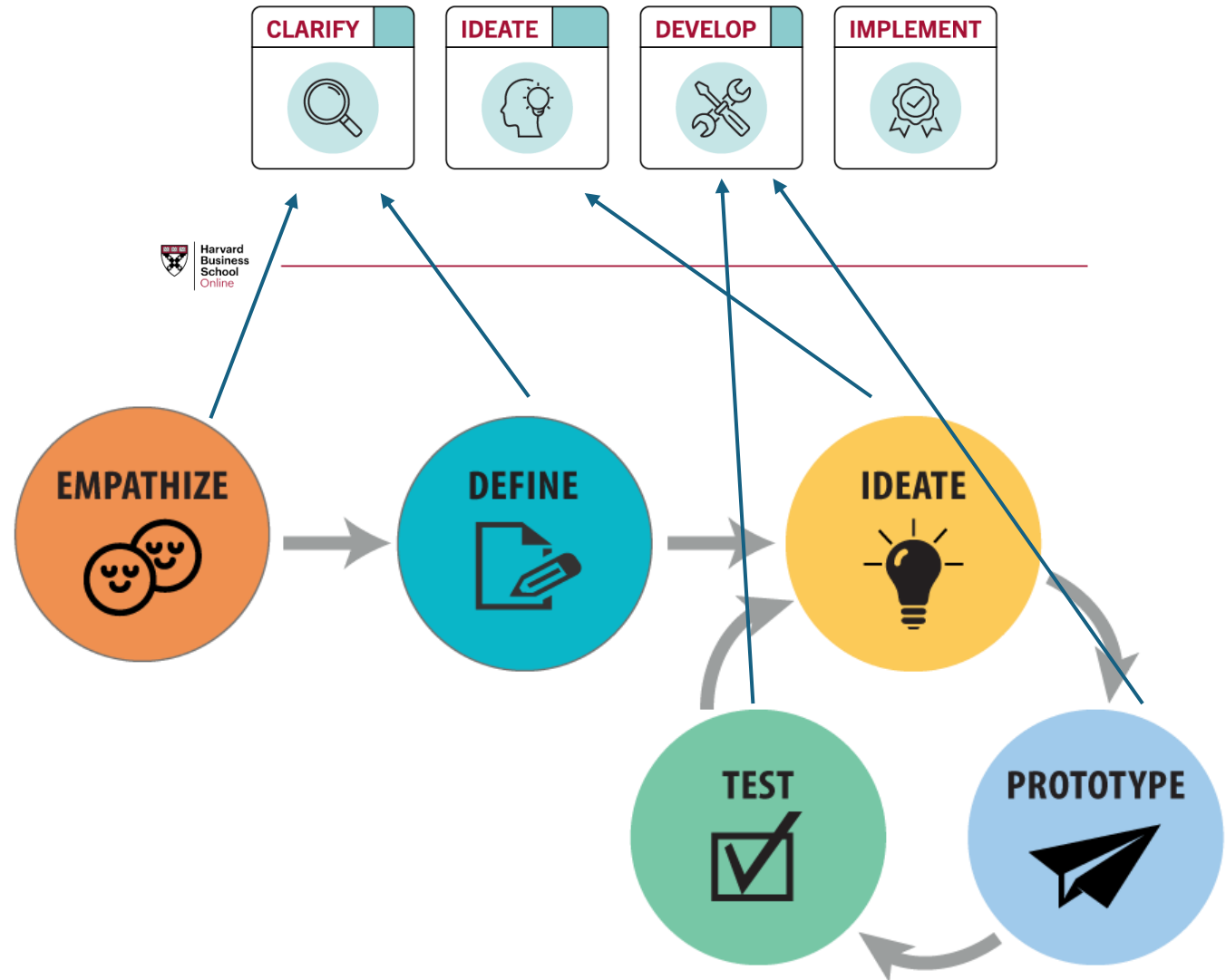
Izjūtiempātiju, iejūtieties - izprotiet cilvēkus

Definējiet - kāds ir jautājums, ko mēģināt atrisināt

Iedomājieties - radiet radošus risinājumus

Izveidojiet prototipu - izveidojiet idejas versiju un testējiet to ar klientu bāzi

Testējiet - noskaidrojiet, ko par to saka sākotnējā lietotāju grupa



# Uz cilvēku orientēta dizaina fāzes

## 1. Noskaidrojiet

- Pirmais posms ir veltīts datu vākšanai un klientu novērošanai, lai noskaidrotu problēmu un tās risināšanas iespējas
- Tā vietā, lai izstrādātu produktus, pamatojoties uz pieņēmumiem, jūs veicat lietotāju izpēti un novērtējat klientu vajadzības, lai noteiktu, ko vēlas potenciālie pircēji.
- Noskaidrošanas posmā ir nepieciešama empātija - spēja izprast cita cilvēka pieredzi un emocijas
- Ir jāņem vērā klientu perspektīva un jāuzdod jautājumi, lai noskaidrotu, kādus produktus viņi pašlaik izmanto, kāpēc un kā viņi tos izmanto un kādas problēmas viņi cenšas atrisināt
- Šajā posmā vēlaties atklāt klientu sāpju punktus, kurus var iedalīt divos veidos:
  - Skaidri: Tie ir sāpju punkti, kurus lietotāji var aprakstīt; viņi apzinās, kas viņus neapmierina viņu pašreizējā pieredzē
  - Latenti: Tie ir sāpju punkti, kurus lietotāji nevar aprakstīt un, iespējams, pat nezina par to esamību



# Uz cilvēku orientēta dizaina fāzes

## 1. Noskaidrojiet

- Lietotāji atklāti norādīs uz sāpīgajiem punktiem,” raksta Dean Datar izdevumā “Design Thinking and Innovation”. “Taču pētniekiem būs jāiedziļinās pieredzē - vērojot, klausoties un izmēģinot pašiem, lai atklātu slēptos sāpju punktus, kas noved pie pārveidojošas inovācijas.”
- Lai noteiktu savu klientu sāpju punktus, novērojiet cilvēkus, kas izmanto jūsu produktu, un veiciet intervijas ar lietotājiem.
- Uzdodiet šādus jautājumus:
  - Kādu problēmu jūs mēģinājāt atrisināt, kad iegādājāties šo produktu?
  - Kādas citas iespējas jūs apsvērāt, pieņemot lēmumu?
  - Kas lika jums izvēlēties šo produktu, nevis alternatīvas?

Pēc katras atbildes jūs sāksiet ģenerēt atziņas, ko varat izmantot, lai izveidotu problēmas izklāstu no lietotāju perspektīvas. To jūs mēģināsiet atrisināt turpmākajos posmos. (Landry, L.)



# Uz cilvēku orientēta dizaina fāzes

## 2. Izdomājiet

- Pirmajā posmā gūtā iedvesma jūs novedīs pie otrās fāzes - ideju radīšanas.
- Šajā posmā varat izmantot dažādus dizaina domāšanas rīkus, piemēram, sistemātisku izgudrotājdomāšanu (SIT) vai prāta vētru, lai pārvarētu kognitīvo fiksētību (nemainību) - domāšanas veidu, kurā apzināti vai neapzināti pieņemat, ka ir tikai viens veids, kā interpretēt vai pieiet situācijai
- Kad esat pārvarējuši kognitīvo fiksētību, mērķis ir radīt desmitiem ideju, lai pastiprinātu radošumu un nodrošinātu, ka neviens nepieķeras potenciālajam risinājumam, pirms tas ir pārbaudīts



# Uz cilvēku orientēta dizaina fāzes

## 3. Izstrādājiet

- Izstrādes fāzē jūs apvienojat un kritiski izvērtējat idejas, lai radītu vairākus iespējamus risinājumus
- Apvienojot un izvērtējot savas idejas, jūs varat labāk apmierināt lietotāju vajadzības un noteikt, kuras no tām vēlaties virzīt uz prototipa izstrādi, lai samazinātu izmaksas, ietaupītu laiku un uzlabotu galaprodukta kvalitāti



# Uz cilvēku orientēta dizaina fāzes

## 3. Izstrādājiet

- Trīs uz cilvēku orientēta dizaina pazīmes, kas ir jāņem vērā, kritiski izvērtējot idejas, ir vēlamība, iespējamība un dzīvotspēja:
  - **Vēlamība:** Vai šī inovācija atbilst lietotāju vajadzībām un vai tai ir tirgus?
  - **Īstenojamība:** Vai tas ir funkcionāli iespējams? Vai organizācijai ir resursi, lai radītu šo inovāciju? Vai ir kādi juridiski, ekonomiski vai tehnoloģiski šķēršļi?
  - **Dzīvotspēja:** Vai šī inovācija ir ilgtspējīga? Vai uzņēmums var turpināt ražot vai piegādāt šo produktu ar peļņu ilgākā laika posmā?
- Kad sākat prototipu izstrādi, jums ir jābūt paredzamām atbildēm uz šiem jautājumiem, lai jūs varētu ātri un, ideālā gadījumā, ar nelielām izmaksām uzzināt vairāk par saviem konceptiem.
- “Ir svarīgi agri un bieži izvērtēt koncepcijas un radīt prototipus, lai jūs varētu veicināt eksperimentēšanas domāšanu un izstrādāt pārbaudītus risinājumus, kas ir gatavi ieviešanai,” raksta Dean Datar grāmatā Design Thinking and Innovation (Landry, L.)

# Uz cilvēku orientēta dizaina fāzes

## 4. Īstenojiet

- Šajā posmā ir ļoti svarīgi informēt iekšējās un ārējās ieinteresētās personas, tostarp kolēģus un patērētājus, par inovācijas vērtību, lai to veiksmīgi ieviestu tirgū, veicinātu adaptāciju un nodrošinātu izaugsmi.
- Īstenošanas posmā veltiet laiku, lai pārdomātu savas organizācijas kultūru un novērtētu grupas dinamiku. Vai jūsu komanda ir spējīga izstrādāt un atkārtot uz lietotāju orientētus risinājumus? Jūs nevarat turpināt radīt inovatīvus risinājumus bez atbilstošas organizācijas kultūras.
- Ir svarīgi atzīmēt, ka jūsu darbs nebeidzas, kad esat sasniedzis pēdējo posmu. Klientu vēlmes un vajadzības turpinās attīstīties. Jūsu mērķis ir pielāgoties, lai tās apmierinātu.
- Paturot cilvēka lomu izstrādes procesa centrā, jūs nodrošināsiet, ka nepārtraukti ieviešat uzlabojumus un panākat produkta atbilstību tirgum.



# Uz cilvēku orientēts dizains

Lielisks uz cilvēku orientēta dizaina piemērs ir bērnu zobu birste, kas joprojām tiek izmantota.

Deviņdesmito gadu vidū Oral-B lūdza pasaules dizaina firmai IDEO izstrādāt jaunu bērnu zobu birsti.

Tā vietā, lai atkārtotu tirgū jau pieejamo - tievu, īsāku pieaugušo izmēra zobu birstes versiju -, IDEO komanda devās tieši pie avota; viņi vēroja, kā bērni tīra zobus.

Viņi saprata, ka bērniem bija grūti noturēt tievās zobu birstes, ko lietoja viņu vecāki, jo viņiem nebija tādas pašas veiklības un motorikas.

Bērniem bija nepieciešamas zobu birstes ar lielu, resnu, mīkstu rokturi, kas būtu vieglāk satverams.“

Tagad šādas zobu birstes ražo visi zobu birstes ražotāji pasaulē,” savā uzrunā saka IDEO partneris Toms Kellijs. “Bet mūsu klients ziņo, ka pēc tam, kad mēs izdarījām šo mazo, niecīgo atklājumu, sēžot vannas istabā un vērojot, kā piecgadīgs zēns tīra zobus, viņiem 18 mēnešus bija vislabāk pārdotā bērnu zobu birste pasaulē.”

Ja IDEO komanda nebūtu devusies uz lauka - vai, šajā gadījumā, uz bērnu mājām -, viņi nebūtu pamanījuši šo mazo iespēju, kas uzņēmumam Oral-B deva lielu peļņu.



# Uzdevums – domu karte «Uz cilvēku orientēts dizains man apkārt. Kā es, kā patērētājs, iesaistos? Kā es, kā jaunais dizainers, varu iesaistīties?»

Darbs nelielās grupās vai pāros.

- Izpētīt, apzināt savu apkārtējo vidi (gan fizisko, ar ko saskaraties ikdienā, gan virtuālo vidi, kurā «uzturaties» ikdienā) un saskatīt uz cilvēku orientēta dizaina principu pielietojumu dažādās precēs un pakalpojumos, ar ko ikdienā saskaraties/lietojat
- Uz papīra lapas (A3 vai lielākas) uzrakstīt un uzzīmēt vismaz 3 labos piemērus uz cilvēku orientētam dizainam savā apkārtnē un vismaz 3 preces vai pakalpojumus, kur būtu nepieciešami uzlabojumi un kādi uzlabojumi, lai šī prece vai pakalpojums īstenotu uz cilvēku orientēta dizaina principus
- Attēlot un uzrakstīt domu kartē, kā jūs kā lietotāji/patērētāji mijiedarbojaties ar šo preci vai pakalpojumu, kāda ir jūsu kā lietotāja pieredze, un kā jūs kā jaunie dizaineri varētu mijiedarboties/uzlabot/attīstīt šīs preces vai pakalpojumus, padarot tos lietotājiem draudzīgākus, saprotamākus, ērtākus utt.
- Prezentēt domu karti kursa biedriem un atbildēt uz jautājumiem

# Uzdevums – argumentēta eseja

Darbs individuāli.

- Izlasīt citātu no Tim Brown grāmatas «Change by Design» (sk. 6. slaidu)
- Uzrakstīt argumentētu eseju par šo citātu, piekrītot vai nepiekrītot un/vai attīstot šo tēmu tālāk, minot konkrētus dizaina piemērus, faktus
- Apjoms – 1 A4 lapa, burtu lielums 12 pt, lapas piemaļes kreisā - 3, labā, augšējā un apakšējā mala - 2 cm, Times New Roman burtveidols

# Informācijas avoti

- What is human-centred design? (2024). <https://mantelgroup.com.au/what-is-human-centred-design-an-easy-to-understand-explanation-finally/>
- Widdowson, C. (2024). What is Human-Centered Design? <https://www.thecreativemomentum.com/blog/what-is-human-centered-design>
- Landry, L. (2020). What is Human-Centered Design? <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-human-centered-design>
- Brown, T. Change by Design. How design thinking transforms organizations and inspires innovation. 2019. New York: HarperCollins Publishers.