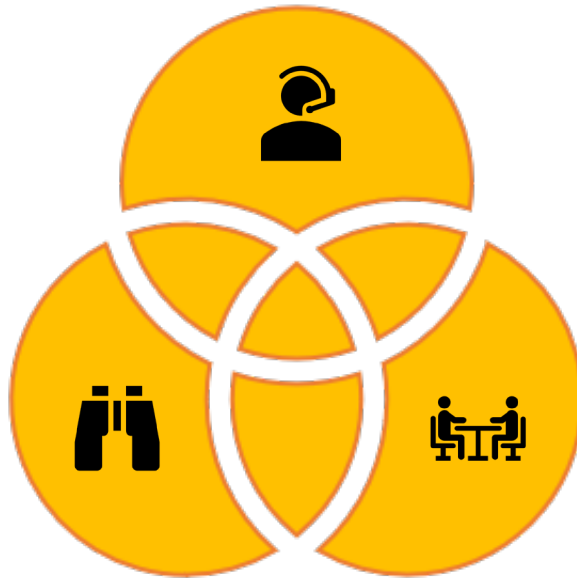


Kvantitatīvās un kvalitatīvās izpētes metodes

Dizaina domāšanas procesam kļūstot sarežģītākam, pētniecība kā rīks ir ļoti nozīmīga. Dizaina domāšanas pamatā ir empātija jeb spēja iejusties lietotāja «ādā». Izpētes posma laikā ir nepieciešams par lietotāju ievākt pēc iespējas vairāk detalizētas informācijas. Izpēte ir obligāts process jebkurā dizaina projektā.

Dizaina pētniecības metodes:

- aptaujas;
- intervijas;
- novērošana.



Lai noskaidrotu lietotāju paradumus, intereses, vajadzības un to, kurus risinājumus un kā tos ikdienā izmanto, tad, balstoties uz **interviju, aptauju un novērošanas rezultātiem**, jāveic iegūto datu apstrāde un interpretācija (grupējot tematiskajās grupās, izmantojot afinitātes diagrammas¹ vai domu kartes² u. c. metodes). Jānosaka izvēlētās problemātiskās vides mērķauditorija un tā jāsegmentē.

ATCERIES!

Tikai pēc datu apstrādes un interpretācijas, problemātiskās vides mērķauditorijas noteikšanas un segmentēšanas var noteikt problēmu un ģenerēt idejas tās risināšanai.

1) <https://ej.uz/afinitatesdiagrammas>

2) <https://ej.uz/domukartes>

Kvantitatīvās izpētes metodes iekļauj statistiskus salīdzinājumus un ciparus. Šādas metodes norāda uz vispārēju tendenci. Tajās izzina noteiktus kvantitatīvos rādītājus, kas raksturo lietotāju. Galvenās kvantitatīvās izpētes metodes ir – aptaujas, statistikas dati u. c.



Aptauja

Aptauja ir viena no visbiežāk izmantotajām datu ieguves metodēm. Ar tās palīdzību var iegūt datus no liela lietotāju skaita, jo tā ir standartizēta un vienkārša datu apstrādes procesā.

Kvalitatīvās izpētes metodes. Kvalitatīvā pieeja paredz lietotāja izpēti tā dabiskajā vidē, īpašu uzmanību pievēršot kontekstam. Metode sniedz iespējas aptvert lietotāja dzīves daudzveidīgumu un unikalitāti. Galvenās kvalitatīvās izpētes metodes ir intervijas, novērošana, dokumentu analīze, fokusa grupas u. c.



Intervijas

Intervijas ļauj gūt padziļinātu izpratni un ieskatu pētāmās tēmas kontekstā, ļauj intervējamajam aprakstīt to, kas viņam pašam ir svarīgi.



Novērošana

Novērošana. Ar šo metodi var vistuvāk un visdziļāk piekļūt pētāmajam objektam un tā ir informatīvākais informācijas vākšanas veids, kas ļauj novērot neapzinātu, neietekmētu lietotāja rīcību, mijiedarbojoties ar kādu esošu produktu vai pakalpojumu.

IETEIKUMS

Novērojumus nereti veic kopā ar intervijām, piemēram, vispirms vēro lietotāju un pēc tam veic reflektējošu interviju.