

СЦЕНАРНЫЙ АНАЛИЗ КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДИЗАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯ

Е.А. Егорова

elizabethinspire18mail.ru
SPIN-код: 6955-2090

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Российская Федерация

Аннотация

Рассмотрено понятие сценарного анализа, его методология и инструментарий в контексте предпроектных дизайн-исследований. Перечислены и проиллюстрированы наиболее распространенные и эффективные формы представления сценарного анализа. Выполнено сравнение сценарного и ситуационного анализа с указанием специфики каждого метода. Даны краткие характеристики смежных инструментов-концепций, заимствованных из маркетинга. Выявлено и объяснено значение сценарного анализа не только для предварительных дизайн-исследований, но и для всего дальнейшего процесса проектирования. Основой для написания статьи послужили труды как отечественных, так и зарубежных теоретиков и практиков. Сделаны выводы о необходимости применения сценарного анализа при проектировании качественных изделий.

Ключевые слова

Дизайн, дизайн-исследования, сценарии, сценарный анализ, ситуационный анализ, пользователь, JtBD, CJM

Поступила в редакцию 08.11.2021

© МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2021

Один из наиболее важных этапов процесса дизайн-проектирования — проведение предварительных дизайн-исследований. Зачастую сильные и слабые стороны изделия, выявленные в ходе экспертной оценки, не могут дать исчерпывающих сведений об аспектах, требующих более детальной проработки. Необходимо рассмотреть путь эксплуатации изделия с позиции пользователя — с этой целью создаются сценарии с последующим проведением качественного сценарного анализа.

С точки зрения дизайнерской деятельности, сценарий — это повествование, с помощью которого изучается будущее использование изделия конечным потребителем, что позволяет дизайнерским группам определить место этого изделия в повседневной жизни человека [1]. Сценарный анализ выявляет возможные сценарии поведения потребителей различных типов при использовании ими продукта [2]. Когда необходимо оглянуться на процесс проектирования в целом, сценарии служат ориентиром для команды, позволяющим пересмотреть представления об ожидаемом использовании продукта [3]. Метод достаточно стандартен в сфере дизайн-исследований, широко распространен на

практике и позволяет получить неожиданные, полезные для проектирования и корректировки существующей дизайн-концепции результаты.

Формы представления сценарного анализа могут быть самыми различными: от словесного (контекстного) описания до визуализации в формате схем, рисунков, фотографий (рис. 1–4). Выбор наиболее подходящей формы представления сценарного анализа напрямую зависит от специфики исследования и исследуемой области, объема информации и результатов проведения смежных методов дизайн-исследования: такой подход обусловлен возможностью интеграции разнообразных техник. Например, распространенная практика — дополнение сценариев визуальными раскадровками (рис. 1, 3); таким образом, сценарии очень гибки и могут иметь множество вариаций [4, 5]. Так, на рис. 1, 4 изображены сценарии использования одного и того же изделия — фена Philips BHD006, однако формы представления сценариев различны: вербальный сценарий с комментариями к аспектам хранения, использования и обслуживания (см. рис. 4) позволяет дополнить сведения, полученные в результате раскадровки с последовательным описанием шагов (см. рис. 1).

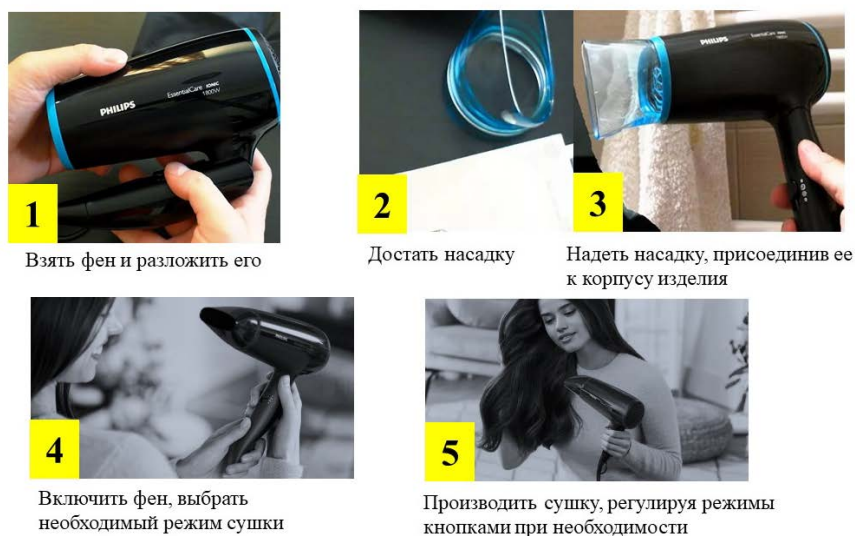


Рис. 1. Визуализированный (фото) сценарий использования фена Philips BHD006 с нумерацией и вербальным описанием шагов

В целях большей наглядности применяется вербальный сценарий с добавлением иконок, пиктограмм и инфографики (рис. 2). Такой способ представления сценария, как правило, создается в лаконичной форме и сопровождается оригинальными композиционными решениями (на рис. 2 последовательность действий отражена не только с помощью нумерации, но и посредством «ступенчатого» расположения текста). Наиболее простая для восприятия форма представления сценария — это раскадровка (рис. 3). Однако данная форма не всегда достаточно информативна, поэтому при выборе формы следует учитывать спе-

цифику проектируемого изделия. Например, в случае проектирования классического подсвечника (рис. 3) раскадровка как форма представления сценария вполне приемлема.



Рис. 2. Вербальное представление сценария использования автономной системы для выращивания растений с нумерацией и пиктограммами

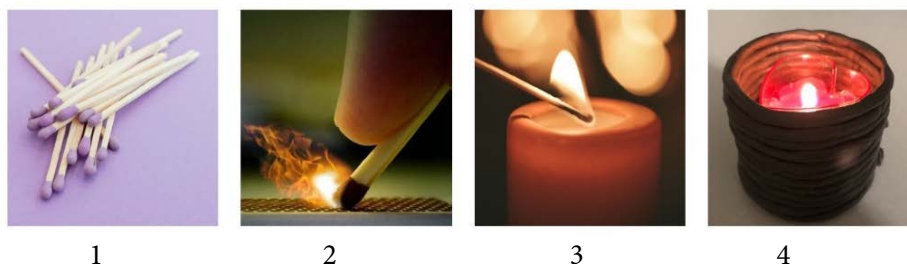


Рис. 3. Визуализированный (фото) сценарий использования подсвечника:

1 — взять спичку; 2 — зажечь спичку; 3 — поднести спичку к свече; 4 — зажечь свечу

Ключевыми требованиями служат наглядность и максимальная информативность. Необходимо упорядочить данные таким образом, чтобы упростить процедуру выявления нестандартных и проблемных моментов при взаимодействии пользователя с продуктом. Каждому персонажу следует предоставить по крайней мере один сценарий, позволяющий исследовать его базовую, относительно неизменную ситуацию, хотя также рекомендуется написание нестандартных сценариев, в которых показаны стрессовые ситуации и условия, далекие от оптимальных. Ограниченный точкой зрения какого-то персонажа сценарий может быть написан в соответствии с традиционным сюжетом. Действие начинается с некоторого события, которое определяет условия взаимодействия человека с продуктом, а заканчивается разрешением проблемы с помощью конкретной технологии, которая помогает персонажу [6].

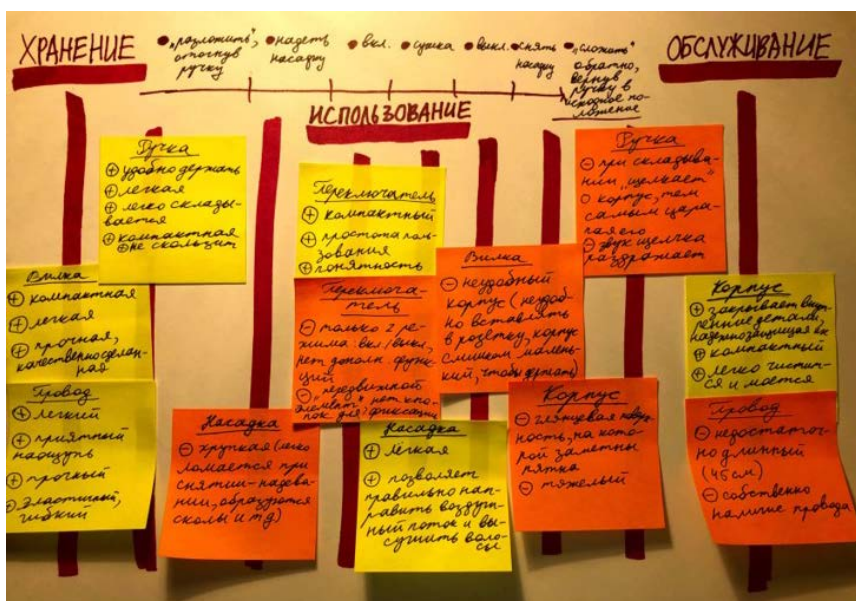


Рис. 4. Вербальный сценарий использования фена Philips BHD006 с выписанными достоинствами и недостатками основных элементов изделия

Сценарный анализ — универсальный метод дизайн-исследования, использующийся повсеместно. В данном ключе нередко принято говорить о таком методе, как ситуационный анализ. Ситуационный анализ используется как в исследованиях — для выявления специфики пользования одним и тем же объектом в разных ситуациях, так и в проектировании — для моделирования предполагаемых ситуаций и отработки проблемных моментов [2]. В отличие от сценарного анализа ситуационный анализ реализует компенсационную функцию: он восполняет пробелы, допущенные в обобщении при сценарном анализе. Ситуационный анализ представляет собой стратегию, включающую в себя углубленное изучение отдельных событий или случаев в контексте с использованием нескольких источников информации [6]. Исключительные и неординарные эпизоды из пользовательского опыта не просто приветствуются — они составляют непосредственно суть ситуационного анализа. Совсем недавно было высказано предположение, что этот метод также имеет значение для практики дизайна и обучения дизайну: в обоих случаях ситуационный анализ используют для исследовательских работ и преподавания дизайна [7].

В контексте сценарного и ситуационного анализа существуют такие полезные инструменты, как концепции JtBD и CJM. Руководствуясь концепцией JtBD (Jobs to Be Done — работа, которую нужно выполнить), можно моделировать путь клиента к продукту и делать его привлекательнее. В этом случае необходимо представлять себе путь клиента в процессе принятия решения, понимать его истинные цели и дифференцировать услуги и продукты на основе JtBD. Данная концепция помогает творчески ограничить представление о продукте и позволяет сосредоточиться на создании вещей, которые люди действительно хотят [8]. Концепция

CJM (Customer Journey Map — карта пользовательского маршрута) представляет собой практический инструмент реализации концепции Jobs to Be Done — карту, которая часто используется для анализа мотивов и ожиданий потребителя. Карта пользовательского маршрута дает представление о действиях, чувствах, ощущениях и настроениях пользователя, включая позитивные, негативные и нейтральные моменты, которыми сопровождается сколько-нибудь продолжительное взаимодействие с продуктом или услугой. Информацию в таких картах дизайнеры чаще всего группируют следующим образом (рис. 5): на основе предварительного интервьюирования/анкетирования выбираются наиболее важные утверждения и высказывания респондентов (на рисунке они расположены в голубом поле), отражающие впечатления и эмоции; затем применительно к исследуемому объекту выявляется конкретная проблема (красное поле), к которой в следующем пункте (зеленое поле) предлагается какие-либо поисковые концепты и решения. Отражающая серию событий и действий пользователя карта пользовательского маршрута нередко помогает разработчикам расширить видение и сосредоточиться не только на оперативной системноориентированной стороне вопроса, но и на контексте, в котором разрабатываемый продукт или услуга будет использоваться на практике [9]. Карты CJM, как правило, составляются параллельно с моделированием персонажей и сценария, что позволяет достичь максимальной эффективности первичных исследований.

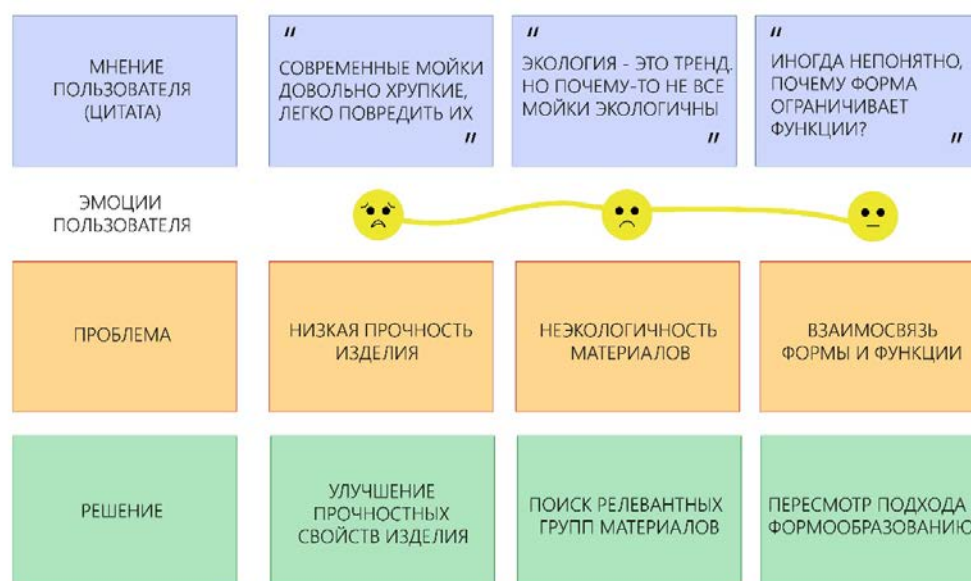


Рис. 5. Карта пользовательского маршрута (CJM) для проекта кухонной мойки

Таким образом, метод сценарного анализа открывает широкие горизонты для прогнозирования оптимальных функций изделия и проектирования в целом. Благодаря данному методу дизайнер точно определяет проблемные моменты, с которыми сталкивается пользователь на каждом из этапов взаимодействия

с продуктом, что позволяет подойти к стадии генерации идей, а затем — к тщательной проработке как поисковых решений, так и итоговых дизайн-концепций. Являясь одним из наиболее часто используемых инструментов стратегического планирования, сценарный анализ дает возможность отклониться от жестких требований технического задания в сторону создания продукта, ориентированного непосредственно на человека [10].

Литература

- [1] Мартин Б., Ханнингтон Б. Универсальные методы дизайна. СПб., Питер, 2014.
- [2] Михеева М.М. Дизайн-исследования. М., Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2015.
- [3] Carroll J., ed. Scenario-based design. Wiley, 1995.
- [4] Goodwin K. Designing for the digital age. Wiley, 2009.
- [5] Carroll J.M. Making use. MIT Press, 2000.
- [6] Yin R.K. Case study research. SAGE, 2009.
- [7] Breslin M., Buchanan R. On the case study method of research and teaching in design. *Des. Issues*, 2008, vol. 24, no. 1, pp. 36–40. DOI: <https://doi.org/10.1162/desi.2008.24.1.36>
- [8] Traynor D. Intercom on jobs to be done. Intercom Inc., 2017.
- [9] Costa T. Executive O&A: design personas and customer journey maps. Forrester Research, 2011.
- [10] Schwartz P. The art of the long view. Doubleday, 1991.

Егорова Елизавета Анатольевна — студентка кафедры «Промышленный дизайн», МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Российская Федерация.

Научный руководитель — Шайманова Елена Николаевна, старший преподаватель кафедры «Промышленный дизайн», МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Российская Федерация.

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Егорова Е.А. Сценарный анализ как универсальный инструмент дизайн-исследования. *Политехнический молодежный журнал*, 2021, № 11(64). <http://dx.doi.org/11.18698/2541-8009-2021-11-751>

SCENARIO ANALYSIS AS A UNIVERSAL DESIGN RESEARCH TOOL

E.A. Egorova

elizabethinspire18mail.ru

SPIN-code: 6955-2090

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russian Federation

Abstract

The paper considers the concept of scenario analysis, its methodology and tools in the context of pre-project design research. The most common and effective forms of scenario analysis presentation are listed and illustrated. The author carried out a comparison of the scenario and situational analysis, indicating the specifics of each method. Brief characteristics of related tools-concepts borrowed from marketing are given. The paper revealed and explained the importance of scenario analysis not only for preliminary design research, but also for the entire further design process. The article is based on the works of both domestic and foreign theorists and practitioners. Conclusions are made about the need to use scenario analysis in the design of high-quality products.

Keywords

Design, design studies, scenarios, scenario analysis, situational analysis, user, JtBD, CJM

Received 08.11.2021

© Bauman Moscow State Technical University, 2021

References

- [1] Martin B., Hanington B. Universal methods of design. Rockport Publishers, 2012. (Russ. ed.: Universal'nye metody dizayna. Sankt-Petersburg, Piter Publ., 2014.)
- [2] Mikheeva M.M. Dizayn-issledovaniya [Design-studies]. Moscow, Bauman MSTU Publ., 2015 (in Russ.).
- [3] Carroll J., ed. Scenario-based design. Wiley, 1995.
- [4] Goodwin K. Designing for the digital age. Wiley, 2009.
- [5] Carroll J.M. Making use. MIT Press, 2000.
- [6] Yin R.K. Case study research. SAGE, 2009.
- [7] Breslin M., Buchanan R. On the case study method of research and teaching in design. *Des. Issues*, 2008, vol. 24, no. 1, pp. 36–40. DOI: <https://doi.org/10.1162/desi.2008.24.1.36>
- [8] Traynor D. Intercom on jobs to be done. Intercom Inc., 2017.
- [9] Costa T. Executive O&A: design personas and customer journey maps. Forrester Research, 2011.
- [10] Schwartz P. The art of the long view. Doubleday, 1991.

Egorova E.A. — Student, Department of Industrial Design, Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russian Federation.

Scientific advisor — Shaimanova E.N., Senior Lecturer, Department of Industrial Design, Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russian Federation.

Please cite this article in English as:

Egorova E.A. Scenario analysis as a universal design research tool. *Politekhnichestkiy molodezhnyy zhurnal* [Politechnical student journal], 2021, no. 11(64). <http://dx.doi.org/11.18698/2541-8009-2021-11-751.html> (in Russ.).