

情景剧表演在设计研究中的应用及多重价值

董玉妹¹, 巩淼森²

(1. 同济大学, 上海 200092; 2. 江南大学, 无锡 214122)

摘要: **目的** 为应对快速变化和日益复杂化的设计活动, 研究在新的设计语境下情景剧表演在设计研究中的应用和多重价值。**方法** 通过把情景故事法和故事版向三维空间进行动态的拓展, 以用户和利益相关者为角色、产品为道具、产品使用场景为布景、用户体验流程为剧情, 把情景剧表演引入孕产体验设计工作坊中。**结论** 挖掘情景剧表演在设计研究活动中的多重价值和角色, 即作为设计移情的催化剂、用户数据的挖掘机、设计沟通的润滑剂和服务原型的测试员。

关键词: 情景剧表演; 设计研究; 移情; 设计沟通

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)04-0112-04

Application and Multiple Value of Scenario Acting in Design Research

DONG Yu-mei¹, GONG Miao-sen²

(1. Tongji University, Shanghai 200092, China; 2. Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

ABSTRACT: In order to deal with the rapid changing and increasingly complicated design activity, it explores the application and multiple value of scenario acting in new design context. Based on the scenario story and storyboard conducting the dynamic development in 3 dimensional space, with a more vivid way, making user and stakeholder as role, product as prop, product using scenario as set, customer journey as gut, the scenario acting. It is also applied in the project of "design for pregnancy experience". It proves that scenario acting can play a important role in the empathic horizon enhancing, user date mining, design communicating and service proto-tying.

KEY WORDS: scenario acting; design research; empathy; design communication

情景剧表演是一种大众化的艺术活动, 它在艺术表演门类中参与门槛和欣赏门槛相对较低, 同时情感表达效率也较高, 通常 1 h 内就能表现出事件的起承转合, 因而在较多地出现在公众视野中。同时情景剧表演作为一种教育教学方法, 也被成功地迁移到不同的领域如教育教学^[1], 并引发了深入的学术探讨。表演既是理解认知的过程, 又是创造表达的过程, 这是其与设计的共通之处, 也是情景剧应用于设计研究活动的基础。

1 情景剧表演引入设计研究的背景

1.1 产品设计到产品服务体系设计的转变

伴随着社会及产业发展的转型, 设计活动发生了深刻的变化, 从单纯地设计、销售“物质化产品”转向

提供综合的“产品与服务系统”^[2]。产品服务系统设计是伴随着经济结构从商品经济向服务型经济转型过程应运而生的一种新的设计形式^[3], 系统结构中需要统筹考虑人们如何在系统中活动, 考虑人与社会、人与人、人与产品之间的交互关系, 以及产品带来的功能、价值、感受与体验^[4]。在这种情境中, 仅关注于产品本身的设计研究方法正面临着诸多方面的挑战: 一方面, 它难以满足消费者日益增长的需求和不同层次的体验目标; 另一方面, 它无法统筹社会中零散的资源, 在复杂的设计问题面前设计师的力量显得异常薄弱。设计师需要转变思维应对新的设计挑战。

1.2 设计师设计到用户参与式设计的转变

如前所述, 在复杂的设计问题面前, 单凭设计师的知识经验已经难以满足不同用户差异化的体验目

收稿日期: 2016-11-15

基金项目: 教育部人文社会科学研究青年基金 (11YJC760018)

作者简介: 董玉妹 (1988—), 女, 湖南人, 同济大学博士生, 主要从事服务设计、用户体验与移情设计方面的研究。

标。尤其当用户群体的生理特征较为特殊时，设计师很难通过传统的设计研究方法洞察用户需求。这时，参与式设计应运而生。参与式设计即最终用户和利益相关者参与设计过程的设计。它注重激活不同的角色并帮助各类角色清理其动机，促进他们结盟，向共同的目标进军^[5]。如何让没有任何设计经验的用户积极参与到设计过程中，并表达自己的想法成了一个研究难点。设计师需要做的不仅仅是设计一个产品，而是建立一个激励用户参与设计的平台和机制。

1.3 瀑布流开发到敏捷开发的转变

用户的需求瞬息万变，这就要求设计师对用户反馈的问题有敏捷的反应，同时要求高效的设计执行。敏捷开发是针对传统的瀑布开发模式的弊端而产生的一种新的开发模式，是一种应对快速变化的需求的软件开发能力，它强调跨功能团队成员之间的紧密合作及团队成员的自我组织能力^[6]，敏捷开发强调“同地协作”^[7]。在敏捷开发中，设计沟通尤为重要，这一方面指团队内部人员之间沟通，另一方面指设计团队其他利益相关者之间的沟通。

2 设计研究活动中的情景剧表演

2.1 情景剧表演的 4 个要素

情景剧包括角色、道具、布景、剧情（脚本）4 个要素，对应到设计中，分别指设计服务的角色、核心的产品、产品使用场景和用户体验过程。角色不仅包括产品最终用户，还包括其他的利益相关者^[8]。以孕产服务体验的研究为例，角色不仅包括使用胎儿监护仪的孕妇，还包括辅助使用者—孕妇的老公或其他家人，同时还包括会与之产生关联的医生和护士等。在这里，角色可以由设计师扮演，但更理想的情况是真正的用户能够参与进来。道具在设计中表现为核心产品，布景是对产品的主要使用场景的构造，把这些要素贯穿起来的则是剧情。剧情专注于表达用户体验过程，在设计师充当演员的情况下，用户体验故事由前期的用户调研转化而来。在理想的情况下，真正的用户会被邀请进来，由用户自己讲述的用户体验故事构造剧情。但是需要指出的是，剧情不是简单得对用户生活中发生的单一事件的再现，由用户故事到剧情需要概括和提取。为了激发创意，通常需要激化故事的矛盾，这样做同时也能够激发表演者和观看者的热情，为问题解决提供更多的突破口。

2.2 情景剧表演设计研究方法的溯源与发展

与情景剧表演方法相似的两个概念：情景故事法和故事板。“情境故事法”指的是设计师通过观察和体验，去诉说一个故事，营造一种情境，从而设计出可心的产品。设计师站在设计者的角度，通过一个想象

的故事，包括使用背景、环境状况、物品面貌功能，去模拟未来产品的使用情境，通过“快照”来提取各个不同时间，不同场景的分镜头来分析“人—环境—物—活动”之间的互动关系，评断设计构想是否符合设计主题，从而进行产品修正和产品创新^[9]。故事板则是将此“情境故事”视觉化，描述用户使用产品的过程，将此过程的关键步骤分解成一幅幅画面，按时间顺序描绘产品使用情境中的各种因素，使设计师的注意力不仅仅集中在产品的功能和外观，还包含根据情境发掘出用户对产品的潜在需求和新的使用方式^[10]。而情景剧表演则是把情景故事搬上三维的空间，是在故事板基础上的问题和需求的进一步视觉化，是情境故事法和故事板的拓展。与 IDEO 的剧本引导设计法相似，在表演过程中，能透过剧本将使用情景、互动模式、与关键议题等内隐知识显化^[11]。

2.3 情景剧表演设计法的流程

情景剧表演设计法流程见图 1。

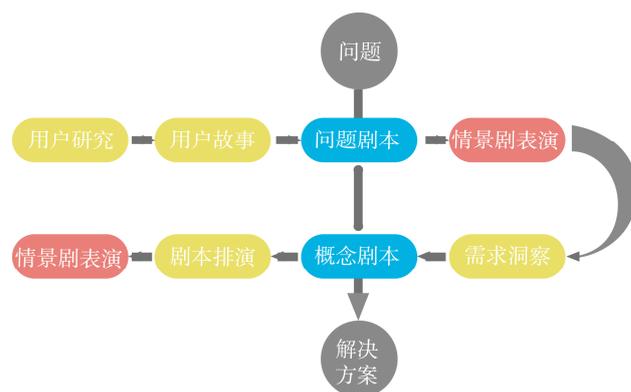


图 1 情景剧表演设计法流程

Fig.1 The flow of scenario acting in design research

情景剧表演设计法一般是建立在快速的用户研究基础上，通过从用户研究获取的用户信息建立用户故事，并从大量的用户故事中抽象和提炼出问题剧本，问题剧本主要呈现用户在没有使用目标产品时出现的问题。接下来设计研究者（有时包含其他的设计相关者）以剧本为纲，进行情景剧表演。以上的阶段主要是对问题的呈现。用户的问题和麻烦用表演的方式表达有利于设计人员真切地了解用户的体验并进行需求洞察。需求洞察以后就可以逐步形成问题的解决方案，建立解决方案呈现的概念剧本。在此之后，所有的角色开始参与情景剧排练。在排练过程，概念剧本中的剧情若有不流畅感，则表明设计解决方案的产品服务系统存在问题，需要进行修正和完善，因此排练理顺的过程即方案完善的过程。同时这个过程也是对服务原型的测试。待剧本排练流畅之后，设计研究团队可进行呈现解决方案的情景剧表演，这时可以邀请所有的利益相关者观赏，完成设计概念的沟通。

3 情景剧表演设计研究法实践

这个研究案例是在江南大学和英国格拉斯哥艺术设计大学联合举办的设计工作坊——“为健康设计协作”上提出来的课题。工作坊由格拉斯哥艺术学院革新设计研究主导员宗诗婷主导，由江南大学设计学院DESIS Lab 巩淼淼担任协调人，同时工作坊邀请了医院方面和技术方面的嘉宾。工作坊为期4天，以情景剧表演作为主要的设计研究方法。

用户研究阶段，设计团队去往无锡市妇幼保健院进行实地调研。在这个研究案例中，核心用户是孕产妇。在研究过程中，设计团队发现孕妇亲人（丈夫）和医院方（包括医生和护士）在孕妇的孕产体验过程中有重要影响力，因此他们也被纳入了关注范围。通过实地调研，设计团队发现孕妇普遍抱怨产检时，漫长的等待时间以及与医疗服务方双向的信息交流匮乏的问题。团队于是以此为切入点创建用户故事，形成概念剧本，剧情以两对孕产妇夫妇为核心展开。孕产新体验设计概念剧本主要角色见图2。



图2 孕产新体验设计概念剧本主要角色

Fig.2 Dominant role in contextual script of project design of pregnancy experience

问题剧本主要呈现用户研究过程中发现的问题，通过情景剧表演，在设计者框定的问题范围内，用户需求进一步凸显出来：产检等待时间的有效利用；孕产保健信息的双向交流，尤其体现在孕期较小的孕妇需要向孕期较大的孕妇咨询，同时活跃的用户也乐于

向其他人分享经验；孕妇行动不便，较为繁重的事情需要别人代劳；资源的共享（如拼车）。针对以上问题，设计团队开始进行概念剧本创作，并提出了“孕妈妈一卡通”的概念。孕产新体验设计简易概念剧本见表1。

表1 孕产新体验设计简易概念剧本

Tab.1 Simplified contextual script of project design of pregnancy experience

背景介绍	医院把孕妈妈课堂整合在每一天的产检等候时间里。不同时间会安排不同的话题，以供孕妈妈讨论。在众多孕妈妈等待产检结果的时间里，护士会来到等候大厅主持讨论的话题。
第1幕	Wendy和Jane正好对坐在一起，她们讨论得很激烈。时间过得很快，医生叫Wendy去看结果，Wendy和Jane通过“孕妈妈一卡通”，互留信息，发现两个正好住在同一个小区。
第2幕	Wendy和Jane在网站上预约产检时间。Wendy和Jane对同样的话题感兴趣，于是预约了同一天产检。Wendy老公要上班，无法陪Wendy。Jane的老公正好有时间，于是Jane的老公开车带着两个孕妈妈一起去省妇幼检查。
第3幕	在等待产检的时间里，Wendy老公为Wendy和Jane忙前忙后。Jane特别感激，并商量着下次和Wendy一起来做产检。
第4幕	Wendy通过“孕妈妈一卡通”账号在线上加Jane为好友，在Jane的个人主页中看到Jane3个月时写的如何缓解孕吐的日志，于是在线上和她交流，并约定晚上在小区广场见面深聊。

概念剧本相对成熟之后，设计团队邀请医院方以及实现“孕妈妈一卡通”的技术方，即物联网专家观看情景剧表演，各个利益相关者从各自专业的角度，为设计提案提出参考意见和建议。

4 情景剧表演运用于设计研究的多重价值

4.1 情景剧表演作为移情的催化剂

设计过程中的移情在面向复杂问题和未来场景

的设计有及其重要的作用，越来越多的设计师意识到创造成功的产品，需要更加敏锐地感受用户所处自然情境。移情使得设计过程从一种专注于理性的、现实的问题向注重个人体验和情境的方向转移^[12]。情景剧表演通过重现用户自然场景催化设计移情的产生。在表演过程中，设计师可以通过模仿用户的穿戴、行为特征以及生活习惯，进行角色扮演和采样，体察用户的痛点，使之真正成为用户的代言人。在面向特殊生

理特征的用户群如盲人或孕产妇等, 情景剧表演作为设计移情催化剂的价值愈加凸显。

4.2 情景剧表演作为用户数据的挖掘机

如前所述, 在情境剧表演中当设计师扮演用户角色时, 他更加能够体察用户的需求, 而在更理想的情况下, 当真正的用户被邀请进入情景剧表演团队, 在用户故事、概念剧本的创建过程中, 设计师可以作为一名观察者, 同时也可以通过即兴的访谈对观察所发现的问题进行进一步验证。相对于传统的用户研究方法和群体文化学方法而言, 用户的积极性在剧场环境下极大地被激发出来, 他们成为主动的问题呈现者和解决方案的积极推动者。在此过程中, 用户数据被最大程度地显露出来, 设计师可以不再需要苦心挖掘, 而仅仅充当一个观察者和记录者的角色。

4.3 情景剧表演作为设计沟通的润滑剂

在情景剧表演的概念剧本表演阶段, 情景剧表演是对解决方法的三维呈现。在表演过程中, 设计团队可以邀请项目的利益相关者观看表演。和传统的设计沟通方式如草图、模型、故事板不同的是, 表演的沟通和信息传达不受专业的限制, 这样就避免了由于表现手段的不娴熟造成的沟通障碍。同时加入了时间流和空间流的表演能更好地模拟和展现服务的流程与各个服务接触点。非专业设计者也可以用表演的语言传达创意, 其他观看表演的利益相关者也可以较低门槛地理解并自由发表意见, 以形成一个融洽的沟通氛围。

4.4 情景剧表演作为服务原型测试的手段

情景剧表演从确定概念剧本之后, 就开始进行一次次排练。如果说概念剧本是对服务概念的初步设计表达, 那情景剧排练的过程就是一次次的快速原型测试, 在排练过程中把剧情不连贯不顺畅的部分理顺的过程就是对产品服务系统设计概念的优化。剧情需要在具体的场景中发生, 因此在排练的过程中, 设计团队会把与场景无关的问题舍弃, 以凝聚服务的焦点。

5 结语

随着用户的需求日益多元化和个性化, 多方的利益调和显得愈加的重要, 传统的纸面设计已经不能满足多方利益相关者的需求。情景剧表演设计研究方法降低了非专业设计人员参与设计的门槛, 把设计从纸面带入了生活、从二维带入了多维空间, 把设计师主导设计转化为用户与利益相关者参与设计, 拓展了用户数据挖掘、设计沟通、原型测试的方式。它突破了设计师和用户之间的鸿沟, 促进多角色的移情, 使设计师成为真正的用户代理人。在设计研究的整个过程中发挥了极大的作用。

参考文献:

- [1] 嵇秀明, 夏珊敏. 情景剧表演在产科临床护理教学中的应用[J]. 国际护理学杂志, 2011, 30(8): 1231—1232.
JI Xiu-ming, XIA Shan-min. Application of Scene Action in Clinical Obstetric Nursing Teaching[J]. International Journal of Nursing, 2011, 30(8): 1231—1232.
- [2] 刘新, 刘吉昆. 机会与挑战——产品服务系统设计概念与实践[J]. 创意与设计, 2011(5): 15—17.
LIU Xin, LIU Ji-kun. Possible Opportunity: the Concept and Practice of Product Service System Design[J]. Creation & Design, 2011(5): 15—17.
- [3] 孟颖, 张凌浩. 高校学生公寓洗衣机产品服务系统设计探析[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 32—36.
MENG Ying, ZHANG Ling-hao. College Students' Apartment Laundry Product Service System[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 32—36.
- [4] 姚子颖, 杨钟亮, 范乐明, 等. 面向工业设计的产品服务系统设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(18): 54—57.
YAO Zi-ying, YANG Zhong-liang, FAN Le-ming, et al. Product Service System Design from the Perspective of Industrial Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(18): 54—57.
- [5] EZIO M, ZHEN Hui. Public Services and Collaborative People: How Social Innovation and Design Can Change Public Services[J]. Creation & Design, 2011(5): 4—7.
- [6] 简召全. 工业设计方法学[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2000.
JIAN Zhao-quan. Industrial Design Methodology[M]. Beijing: Beijing Institute of Technology Press, 2000.
- [7] 季铁, 谢琪, 陈宪涛. 将以用户为中心引入敏捷开发的方法探究[J]. 包装工程, 2013, 34(6): 50—54.
JI Tie, XIE Qi, CHEN Xian-tao. Exploration of Method of User-Centered-Design Integrated into Agile Development[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(6): 50—54.
- [8] 董玉妹. 面向产品服务系统的移情设计研究[D]. 无锡: 江南大学, 2014.
DONG Yu-mei. Empathic Design in Product Service System[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2014.
- [9] 刘兰兰, 蒋晓, 李世国. 情境故事法在产品的设计开发中的应用[J]. 包装工程, 2007, 28(12): 233—235.
LIU Lan-lan, JIANG Xiao, LI Shi-guo. Application of Scenario Approach in Product Design and Development [J]. Packaging Engineering, 2007, 28(12): 233—235.
- [10] 杨宁斌. 故事板在产品的设计过程中的应用[J]. 美与时代, 2009(7): 85—87.
YANG Ning-bin. Application of Storyboard in Product Design[J]. Beauty & Times, 2009(7): 85—87.
- [11] 夏敏燕. 剧本导引设计——产品与服务设计新法[J]. 发明与创新, 2004(9): 19.
XIA Min-yan. Scenario Oriented Design: a New Product and Service Design Method[J]. Invention & Innovation, 2004(9): 19.
- [12] MATTELMAKI T, BATTARBEE K. Empathy Probes [J]. PDC, 2002.