

# TASARIMCILAR İÇİN GELECEK SENARYOLARININ ÖNEMİ VE KULLANIM OLANAKLARI

Fazıl Akın, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Ürün tasarımı büyük oranda gelecekle ilgilenmektedir. Gelecek tanımı projelere göre değişmektedir: bazen altı ay, bazen iki hafta, bazen de 20 yıl sonrası için tasarımlar yapılmaktadır. Tasarımcıların pratikleri gereği, geleceği düşünmek, geleceğe şekil vermek veya gelecek için karar verecek birey veya grupları etkilemek gibi kaygıları olmalıdır. Geleceğin nasıl olacağı ile ilgili çeşitli metotlar mevcuttur. Delphi çalışmaları, trend öngörülleri, hatta bilim-kurgu kitap ve filmleri bunlardan birkaçı olarak gösterilebilir. Bazı metotlar tasarım alanı tarafından geliştirilmiş ve kullanılmaktadır, kurgusal tasarım (*design fiction*) veya tasarım örnekleme (*design prop*) gibi. Bu araştırmanın odağında gelecek senaryoları olacaktır. Araştırmanın amacı senaryo planlama (*scenario planning*) metodolojisinin tasarım pratikleri için avantajları ve en önemlisi tasarımcıların öngörüllerinin inandırıcılığını artırmak için nasıl kullanılacağını göstermektir. Senaryolar olası gelecekleri tartışmak, şimdiki kararların geleceği nasıl etkileyebileceğini göstermek için önemli araçlardır. Gelecek senaryolarının başarılı bir şekilde uygulandığı en ünlü örnekleri Shell'in 1970 krizi öncesi oluşturduğu petrol fiyatları ile ilgili senaryosu (Wack, 1985) ve Adam Kahane'nin 1991 ve 1992 yıllarında Güney Afrika Cumhuriyeti için organize ettiği Mont Fleur Senaryo Çalışmaları (Ogilvy, 2002) olarak gösterilebilir. Araştırma, tasarım alanında kullanılan gelecek üzerine fikirler geliştirmek metotlarını özet olarak içermekte, senaryo planlama metodolojisi üzerine literatür taraması ve bu yöntemi daha önce çalışma hayatlarında kullanmış olan iki tasarım araştırmacısı ile yapılan görüşmelerin sonuçlarını içermektedir. Senaryo planlama metodolojisinin nasıl kullanıldığı, nerelerde kullanıldığı, tasarım alanında nasıl kullanılabileceği, hangi avantajları ve dezavantajları getireceği incelenmektedir. Örnek senaryo planlama uygulamalarının yanı sıra senaryo planlama alanında temel kitaplar (Fahey ve Randall, 1998; Ogilvy, 2002; R.Schwartz, 1996) ve yakın zamanda yayınlanan makaleler araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gelecek çalışmaları; senaryolar; senaryo planlaması; metotlar; tasarım metotları.

## GİRİŞ

Geleceğin nasıl olacağı, tüm tasarım aktivitelerinin merkezinde yer alan bir sorudur (Jonas, 2001). Tasarımcılar genelde olan şeyler üzerine değil de, olabilecek

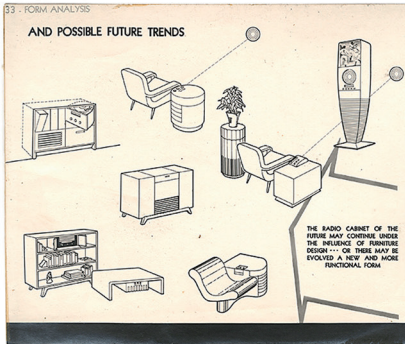
şeyler üzerine çalışmaktadırlar (Franke, 2010). Bu nedenle geleceği öngörmek için günümüzdeki olayları ve trendleri yorumlamak her tasarımcı için önemlidir (Toffler, 1991). Geleceği bilmek mümkün olmasa da, onun hakkında fikir yürütebiliriz (Ramirez vd., 2005). Kendisi bilim-kurgu yazarı olan Bruce Sterling (2003) de geleceğin bizim dünyamızdan çok farklı olmadığını geleceği sadece farklı insanların yaşadığı bir dünya olarak görmemiz gerektiğini savunmaktadır.

## Problem Tanımı

Geleceği öngörme araçları ve tasarımcıların kullandığı araçlar arasındaki ilginç bir kesişim senaryolardır. Her iki alanın da kendine has bu aracı kullanma teknikleri vardır. Gelecek senaryoları, tasarımcıların inandırıcılığını artıran bir yöntem olarak kullanılabilir. Tasarım tarihi boyunca birçok tasarımcı geleceği öngörmek ile ilgilenmişlerdir. Bunlardan birisi de Norman Bel Geddes'dir (Resim 1). Norman Bel Geddes'in 1939 Dünya Fuarı için tasarladığı Futurama sergisi, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1960'larda kurulan otobanlarda kullanılan birçok detayın ve kitlesel uçak yolculuklarının öncüsü olmuştur (Innes, 2005).

Metodolojik bir yöntem ile geleceği düşünmek tasarımcılar açısından faydalı olmaktadır. Senaryo planlaması yöntemi, tasarımcıların yöneticiler ve karar vericiler gibi farklı disiplinlerden gelen paydaşları ikna etmek için kullanabilecekleri bir araçtır. Birçok araştırmacı senaryoların tasarımcılar açısından gittikçe önem kazanan bir araç olduğunu vurgulamıştır (Anggreeni ve van der Voort, 2007). Senaryoların tasarımcılar tarafından kullanımı geliştirilmesi gereken bir alandır. Örneğin, deneyimli tasarımcılar senaryoları daha çok sezgisel bir biçimde kullandıklarını vurgulamışlardır (Anggreeni ve van der Voort, 2008). Deneyimi çok olmayan tasarımcılar ve tasarım öğrencileri ise, metotları uyguladıkları bir yöntemi tercih etmektedirler, bu nedenle senaryo planlaması gibi bir metot onlar için daha ilgi çekici olabilmektedir (Eggink vd., 2009).

Bu araştırma aşağıdaki soruları cevaplamayı hedeflemektedir:



**Resim 1.** Norman Bel Geddes'in 1940'ta geleceğin radyosunun mobilyalara entegre olmasını öngören araştırması (Norman Bel Geddes Database, t.y.)

- Gelecek senaryolarını, tasarım ve gelecek araştırmaları arasında ortak nokta olarak görebilir miyiz?
- Gelecek için tasarlarken senaryoların önemi nedir?
- Senaryo planlaması yöntemi nedir ve uygulama basamakları nelerdir?

## **Metodoloji**

Araştırma literatür taraması ve örnek uygulamalar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Alvin Toffler (1991), Patrick Dixon (2007) ve Bruce Sterling (2007) gibi gelecek üzerine yazan araştırmacıların kitapları, Phillips'in *Past Tense Future Sense* (Marzano, 2005) kitabında sunulmuş olanlara benzer şekilde, tasarımcıların ve firmaların gelecek vizyonları incelemiştir. Ayrıca, son yıllarda senaryolar, gelecek senaryoları, tasarım ve gelecek, senaryo planlaması gibi anahtar kelimeler ile tasarım ve gelecek araştırmaları dergilerinde yayınlanan makaleler de bu çalışma için taranmıştır. Gelecek senaryoları ve tasarım ile ilgili çeşitli İnternet sayfaları araştırma için kullanılmıştır. Avrupa'da önemli firmalarda tasarım araştırmacısı olarak çalışan Massimo Botta'nın ve Stijn Ossevoort'un gelecek senaryolarının uygulanması üzerine görüşleri röportaj şeklinde alınmıştır.

## **GELECEĞİ ÖNGÖRME METOTLARI**

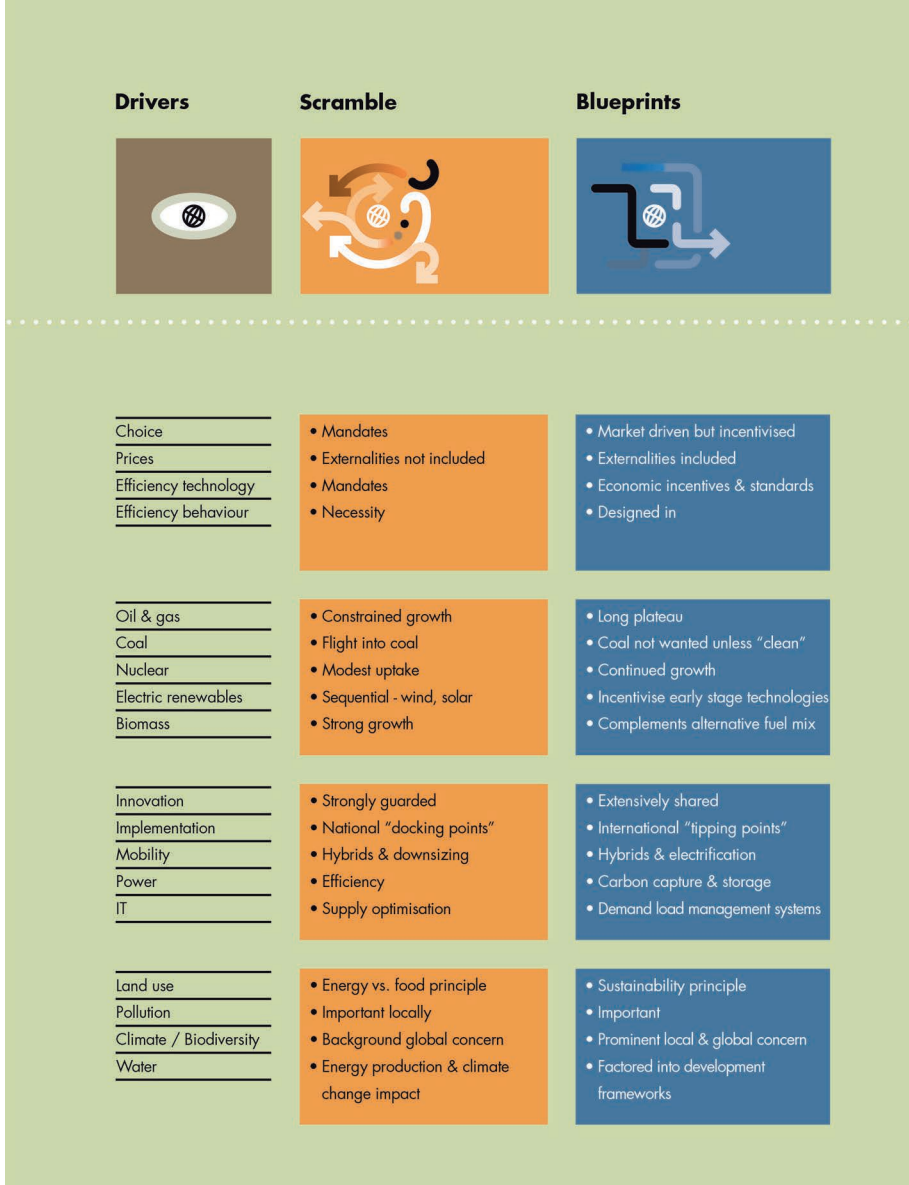
Gelecek çalışmaları, önümüzdeki zamanlarda neler olacağını öngörebilmek üzerine çalışmalardır ve birçok kurum ve şirket için önem arz ederler. Her ne kadar geleceği kesin olarak tahmin etmek imkansız olsa da, geleceğe hazırlıklı olmak için bu çalışmalar yapılmaktadır. Gelecek üzerine düşünmek aynı zamanda günümüz için de pozitif sonuçlar getirebilmektedir (Toffler, 1991). Geleceği şekillenmesini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Her ne kadar bilim ve teknolojinin gelecek için öneminden sıkça bahsedilse de, aslında duygular da bir o kadar önemlidir (Dixon, 2007).

Bu bölümde gelecek üzerine düşünmek amaçlı geliştirilen çeşitli metotlardan bahsedilecektir. Metotlar iki kısımda incelenecektir: ilk bölümde yönetsel amaçlarla geliştirilen metotlardan, ikinci kısımda ise tasarımcıların kullandığı gelecek hakkında düşünmeye yarayan metotlardan.

### **Yönetim Alanından Metotlar**

Gelecek öngörü aktiviteleri (*foresight activities*) uzmanların, fütüristlerin ve araştırmacıların çok özel bir alan için motivasyonları, fırsatları ve araçları ortaya koymaları işi olarak adlandırılmaktadır. Bir sistemin önceden tahmin edilebilmesi için, o sistemdeki değişmez elemanlar tespit edilmeli ve geri kalan parçaların sistemi nasıl etkileyeceği hakkında çeşitli tahminlerde bulunulmalıdır (Wack, 1985).

Delphi çalışmaları genel olarak yönetim ve karar alma mekanizmaları tarafından kullanılmaktadır. İlk olarak, incelenecek alan daraltılır. Daha sonra farklı alanlardan uzmanların, kendi alanları ile ilgili öngörülerini alır. Ardından uzmanların kendi alanları dışında her konu ile ilgili görüşleri alınır. Bu görüşlerden sonra her



**Resim 2.** Shell'in 2050 için öngördüğü 'Scramble' ve 'Blueprint' olarak adlandırdığı iki senaryonun birbiriyle karşılaştırılması (Shell, 2008)

uzman kendi alanını tekrar gözden geçirir, bu döngü ortak bir gelecek vizyonu elde edilene kadar tekrarlanır (Ramirez vd., 2005).

Trend çalışmalarında ise bir konuda uzmanlaşmış kişilerin, toplumun küçük bir kısmındaki değişimleri fark edip onların gelecekte daha büyük kitlelerce kullanılacağını öngörmeleri durumu söz konusudur (Ramirez vd., 2005). Toplumda aynı zamanda uzmanların tespit ettikleri tüm trendlerin bir de karşı-trendleri olmaktadır (Dixon; 2007). Hangi trendin toplumun büyük kesiminde görüleceğini birçok faktör belirlese de, firmaların bu yönde büyük etkileri olmaktadır. Her ne kadar trend analizi genel olarak moda ve tekstil endüstrisi tarafından daha çok yapılsa da (Sallin vd., 2011) son yıllarda ürün tasarımında da önemli bir yere sahip hale gelmiştir (Evans, 2003).

Senaryo planlamasının ilk çıktığı yıllar olarak Hermann Kahn'ın Soğuk Savaş yıllarında yaptığı çalışmalar gösterilmektedir (Chermack vd., 2001). En popüler senaryo planlama örneklerinden arasında Shell'in gelecek senaryoları gösterilmektedir (Wack, 1985). Senaryo planlamasının en önemli özelliklerinden biri, geleceği tahmin etmek yerine, geleceğe farklı senaryolar üzerinden bakılması gerektiğini vurgulamasıdır. Öncelikle günümüzde var olan trend ve yönlendiriciler (*drivers*), geleceği etkileyen etmenler tespit edilir, daha sonra bulunan bu veriler bir sıralamaya konur ve öngörülebilirlikleri tartışılır. Bu verilerden de genelde üç-dört farklı senaryo oluşturulur. Bu senaryolar amacı karar vericilerin sağlıklı bir biçimde bir kurumu, şirketi, ülkeyi yönetmelerini sağlamaktadır (Schwartz, 1996). Yönetici için firmasının veya kurumunun geleceği hakkında farklı senaryoları göz önünde bulundurması, gelecekte karşılaşılabileceği farklı zorluklara hazırlıklı olması açısından önemlidir (Sterling, 2003). Örnek olarak Shell'in (2008) 2050 yılı için geliştirdiği farklı senaryolar incelenebilir (Resim 2).

### Tasarım Alanından Metotlar

Tasarım aktiviteleri gelecek ile ilgili olduğundan, genel olarak tasarımcılar da gelecek üzerine düşünmektedirler ve kendi vizyonlarını diğer insanlara farklı medyalar ile aktarmaktadırlar. Tasarımda gelecek çalışmalarının ilk örneklerinden arasında Henry Dreyfuss'un Perisphere (Resim 3) ve Democracy çalışmaları ve Norman Bel Geddes'in Futurama çalışması gösterilmektedir.

Tasarım alanında da geleceği düşünmek, onun hakkında fikir yürütmek için çeşitli metotlar geliştirilmiştir ve en yaygın kullanılanları şunlardır: tasarım örnekleme, senaryo tasarımı, kurgusal tasarım ve tasarım vizyonu.

Tasarım örneklemleri (*design props*) günümüze ait olmayıp, başka bir zaman ve teknolojiye ait objeler olarak tanımlanmaktadır. Bu objeler yalnızca kendilerini ifade etmezler, aynı zamanda buldukları çevreyi de anlatmaktadırlar (Bleecker, 2010). Tasarım örneklemleri prototiplere benzerler ama prototipler fonksiyonlara odaklanırken tasarım örneklemleri onların arkasındaki hikayeye odaklanırlar (Bleecker, 2009) ve genel olarak toplumda var olan bir durum üzerine konuşma başlatmak için kullanılırlar (Resim 4 ve Resim 5).



**Resim 3.** Henry Dreyfuss'un 1939 New York Dünya Fuarı için tasarladığı sergiyi barındıran Perisphere (Husick, 1939)

Senaryolar tasarım sürecinin çeşitli noktalarında kullanılmaktadırlar. Problem senaryoları, etkileşim senaryoları veya doğrulama senaryoları olarak karşımıza çıkabilmektedirler (Anggreni ve van der Voort, 2007). Senaryolar tasarımcıların kullandığı temel araştırma metotlarından birisidir (Hasdoğan, 1997). Senaryolar yardımıyla tasarımcılar ürünleri ile çevresinin ve bağlamının ilişkisini kurarlar (Eggink vd., 2009). Geleceği incelemek adına senaryolar ürün tasarımcıları için en uygun yöntem olarak görülebilmektedir (Eggink vd., 2009). Senaryoların tasarım alanındaki faydaları; fikirlerin erken bir aşamada değerlendirilmesi, aktarılması, kullanıcıların bireyselleştirilmesi, çevre ve bağlamın dikkate alınması olarak özetlenebilir (Suri ve Marsch, 2001). Bu nedenle, birçok tasarım araştırmacısı senaryo oluşturmaya yönelik çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Bunlardan birisi de Manzini ve Jegou'nun geliştirdikleri tasarım-yönlendirici senaryo çerçevesidir.



**Resim 4.** Phillips Design'ın mutfaktaki doğalgaz ve elektrik ihtiyaçlarını karşılamak için bakterileri ve benzeri organizmaları kullandığı bir tasarım örneği (Dezeen, 2011)



**Resim 5.** Phillips Design'ın gelecekte yiyeceklerin nasıl olacağı hakkında oluşturdukları bir tasarım örneği (Wallpaper, 2009)

Bu çerçeve oluşturulan alternatif geleceklerin farklı bağlam ve çevrelerde bireyleri nasıl etkilediğini görsel sonuçlarla sunmaktadır (Ramirez vd., 2005).

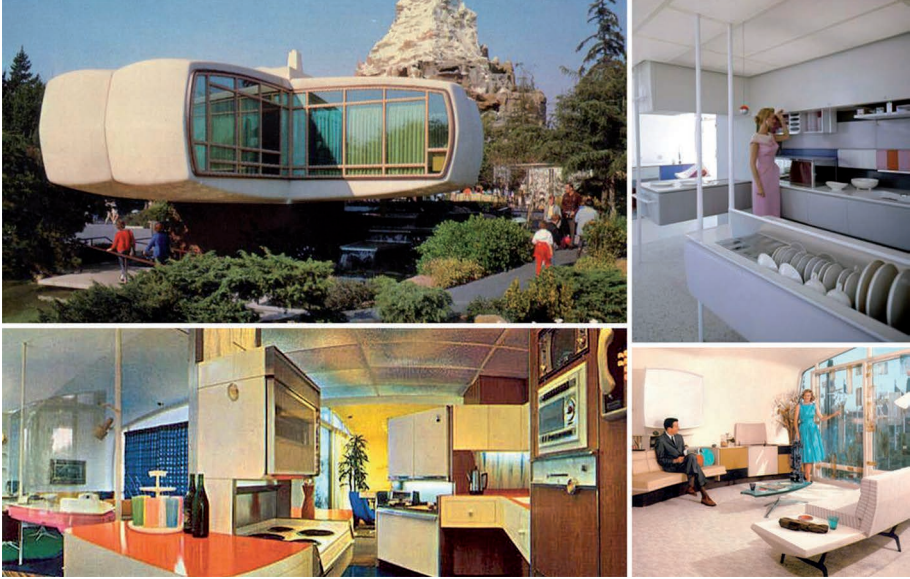
Kurgusal tasarım (*design fiction*) tasarım alanında giderek önem kazanmaktadır. Kurgusal tasarım gelecek üzerine maddesel şeyler ile fikir yürütmek olarak tanımlanabilir (Bleecker, 2009). Kurgusal tasarım yapanlar ticari ve gerçekçi kaygılar ile kendilerini bağlamamaktadırlar (Auger, 2010). Tasarım kurguları, gelecekteki obje-insan ilişkisinin şiirsel bir anlatımı olarak görülebilmektedir. Bu nedenle de gelecek araştırmalarında olduğu kadar kendilerini bir neden-sonuç ilişkisine sokmamaktadırlar (Franke, 2010). Genel olarak gelecek ile ilgili farklı ihtimalleri göstererek bizim bugünkü tercihlerimizi sorgulamamıza neden olmaktadır (Bleecker, 2010). Auger'e (2010) göre kurgusal tasarımın iki önemli işlevi vardır, birincisi spekülatif gelecekler oluşturarak ileride çıkabilecek olan teknolojilerin hayatımızı nasıl etkileyeceğini sorgulaması, diğer bir işlevi ise alternatif gerçeklikler oluşturarak gelecek hakkındaki fikirleri rasyonel olmayan bir zeminde inceleyebilmektir. Manzini de tasarımın topluma farklı gerçeklikleri göstererek, onların fikirlerini etkilemeye çalışması gerektiğini önermiştir (Dunne, 2008). Ayrıca, kurgusal tasarım fiziksel objeler ile bir hikaye anlatma özelliğini de taşır (Bleecker, 2010) ve bu objelerin birlikte olduğu çevreyi de oluşturur (örneğin, kurgusal kullanım kılavuzları, reklamlar veya gazete kupürleri gibi) (Franke, 2010). Nearfuture Laboratory'nin hazırladığı *TBD Catalog*, kurgusal tasarıma bir örnek olarak gösterilebilir (Resim 6).

Tasarım vizyonları, firmaların veya tasarımcıların fikirlerini geliştirmek ve bize aktarmak için kullandıkları başka bir yöntemdir. Bu vizyonlar toplumların kendilerini nelerin beklediğini görmeleri açısından önem taşımaktadırlar. Tasarım vizyonları izleyici kitleye fikir geliştirmelerini sağlamak amacıyla kullanılmakta (Dunne, 2008), ama toplumu bazı konularda ikna etmek amaçlı da kullanılabilirler (Franke, 2010). Monsanto Evi bu tip bir örnek olarak gösterilebilir



**Resim 6.** Gelecekte almamız muhtemel olan ürünlerin olduğu kurgusal bir tasarım olan *TBD Catalog*'tan bir örnek (Nearfuture Laboratory, 2014)





**Resim 7.** Monsanto Evi, plastiğin gelecekte gündelik yaşamdaki yerini göstermek için 1957 yılında Disneyland'da kurulmuştur (Superradnow, 2011)

(Resim 7). Bu yöntem, Microsoft, Walt Disney, General Motors gibi firmaların sıklıkla kullandıkları bir yöntem olmasından dolayı, genelde karşımıza eleştirel bir bakış açısıyla çıkmamaktadır (Franke, 2010).

### **Yönetim Alanından ve Tasarım Alanından Yöntemlerin Karşılaştırılması**

Gelecek hakkında fikir geliştirme metotlarına baktığımızda, yönetim alanındaki metotların daha rasyonel bir zemine oturduğu, tasarımcıların geliştirdiği metotların ise daha çok yaratıcılığa ve spekülasyona yer verdiği görülmektedir. Yönetim alanında kullanılan metotların toplum üzerine araştırmalara daha istatistiksel bir bakış açısıyla yaklaştığı, tasarım alanındaki yöntemlerin ise toplumu değiştirmeye ya da bazı fikirleri topluma benimsetmeye yönelik oldukları görülebilmektedir. Her iki alanda ise senaryoların önemli bir yere sahip olduğu aşikardır. Bu nedenle, senaryo planlaması bu iki alanın arasında bir köprü olarak görülebilir.

### **SENARYO PLANLAMASI**

Senaryo planlaması, tek bir geleceğin olmadığını iddia eder. Bu nedenle, geleceğe farklı senaryolar üzerinden yaklaşmayı amaçlar. Senaryoların oluşturulması, belli bir metot takip edilerek gerçekleştirilir. Tasarım alanında senaryoların tasarım süreci boyunca farklı noktalarda kullanılması, senaryo planlama yönteminin tasarımcılar açısından kullanımını kolaylaştırmaktadır.

## Tanım, Amaç ve Tarihi

Gelecek senaryolarında, anahtar yönlendiricileri, belirsizlikleri ve etkileşimleri dikkate alarak farklı alternatif gelecek kurgulanır (University of Washington Urban Ecology Research Lab, 2008). Senaryo planlamasında asıl hedef geleceğin nasıl olacağına dair bir öngöründe bulunmak yerine, farklı gelecek ihtimallerini oluşturmaktır (Peterson vd., 2003). Fahey ve Randall (1998) bunu, *günümüzün gelecekteki farklı yansımaları* olarak tanımlamışlardır. Gelecek senaryolarının bir amacı da, geleceği etkileyen faktörleri bize göstermektir (Mason, t.y.). Gelecek senaryoları bize farklı gelecekleri gösterirken, bazıları yaşamak isteyeceğimiz tarzda iken, diğerleri daha farklı ve radikal senaryolar olabilmektedir, bu da bizim günümüzdeki seçimlerimizi değiştirebilmektedir (Peterson vd., 2003).

Stratejik planlama açısından senaryolar ilk defa Birleşik Devletler tarafından 2. Dünya Savaşı'nda kullanılmıştır (Mason, t.y.). Herman Kahn ise bu yöntemi kendi firması RAND ile yazdığı kitaplar aracılığıyla popülerleştirmiştir (Chermack vd., 2001). Yazdığı kitap ve makalelerde olası bir nükleer savaşın sonuçlarından bahsetmiştir. Endüstri tarafından senaryo planlamasının popüler kullanımı 1970'lerde Shell ile olmuştur (Mason, t.y.). Shell o yıllarda petrol fiyatlarının düşmesi ihtimaline karşı senaryo planlaması metodunu kullandığı için hazırlıklı olmuştur.

## Senaryo Planlamasının Avantajları

Senaryo Planlaması yönteminin diğer gelecek üzerine düşünme yöntemlerine kıyasla birçok avantajı vardır. 1970'lerden itibaren geleceği öngörme metotları gittikçe artan oranda yanlış sonuçlar vermeye başlamışlardır. Bunun önemli bir nedeni dünya ekonomisinin ve politik havanın gittikçe kırılgan bir hale gelmesi olarak görülebilir (Wack, 1985). Geleceği etkileyen faktörler, anahtar yönlendirici unsurlar ve belirsizlikler o kadar karmaşık bir duruma gelmişlerdir ki onları tahmin etmek zorlaşmıştır (Mason, t.y.). Bu nedenle, geleceğe tek bir olgu gibi bakmak yerine, olası farklı senaryolar olarak bakmak daha doğru bir yol olarak görülmeye başlanmıştır. Ayrıca senaryoların çeşitliliği, doğru ya da yanlış olmaları gibi yargıların da olmamasını sağlamıştır (Mason, t.y.). Senaryolar en düşünülme-yecek olası gerçekleri de içerebilir bir haldedirler (Schwartz, 1996).

Gelecek üzerine kurgulanan tahminlerin karmaşık matematiksel metotlar yerine herkesin anlayabileceği hikayelere dönüştürmek, senaryo planlamasının diğer bir avantajıdır (Dearlove, 2002). Toplumun çok farklı kesimleri tarafından anlaşılabilir olmaları da onların küçük hikayeler gibi olmalarından kaynaklanmaktadır (Jonas, 2001; Peterson vd., 2003).

Senaryolar bir şirket içinde, çok farklı kesimler tarafından ortak bir payda oluşturmak için de kullanılabilirler (Wack, 1985) çünkü farklı vizyonları anlatabilmek için de idealdirler (Ogilvy, 2002). Buna örnek olarak, Güney Afrika'daki yerli ve Avrupa'dan göç etmiş halkları birleştiren Mont Fleur Senaryoları olarak verilebilir (Kahane, 1998). Adam Kahane, Güney Afrika'da, toplumda etkili 22

kişi ile yaptığı senaryo planlaması çalışmasında, ülkenin geleceği üzerine farklı senaryoların geliştirilmesini sağlamıştır. Yerli ve göçmen halkların birlikte yaşadıkları bu farklı senaryolar arsından, katılımcılar açısından en olumlu olanın seçilmesi, daha sonra toplumu etkileyecek bir sonucun çıkmasına olanak sağlamıştır (de Wilde, 2013)

### **Senaryo Planlaması Metotları**

Gelecek senaryolarını oluşturmak için her firmanın ve organizasyonun geliştirdiği farklı metotlar olsa da, temel olarak birbirleriyle örtüşükleri birçok nokta vardır.

‘Kairos Future’ firmasının kurucuları olan Lindgren ve Banhold (2009) TAIDA adlı bir metot geliştirmişlerdir. TAIDA metodu beş aşamadan oluşmaktadır: takip etmek, analiz etmek, hayal etmek, karar vermek ve harekete geçmek. İlk aşamada toplumda gerçekleşmeye başlayan değişimler takip edilir, daha sonra bu değişimler analiz edilir. Üçüncü aşamada bu değişimlerin sonuçları farklı senaryolar ile anlatılabilecek düzeye getirilir. Daha sonra önemli noktalara odaklanılır ve organizasyon, kurum, kuruluş bu noktalara göre hareketlerini değiştirir.

Ramirez ve diğerleri (2005) senaryo planlamasının aşamalarını şöyle sıralamaktadırlar: önce firmanın gelecek vizyonu analiz edilir, sonra toplumsal, ekonomik, teknolojik, çevresel ve politik faktörlerdeki yönlendiriciler bulunur, üçüncü adımda ilk iki adımdaki içerikler yöneticiler ve senaryo planlama uzmanları ile birlikte değerlendirilir ve önemli yönlendiriciler tespit edilip senaryolar oluşturulur.

Shell Strateji Grubu’nun kullandığı yöntemde ise önemli yönlendiricilerin, belirsizliklerin ve etkili faktörlerin tespiti için önce pazar, sektör ve toplum incelenir. Daha sonra bir strateji matrisi oluşturulur. Bu matrise göre üç senaryo geliştirilir ve her senaryo için farklı ürünler oluşturulur (Reinders vd., 2006).

Early (1998) senaryoları oluşturmak için yedi adımlık bir metot önermektedir. Öncelikle, firmayı etkileyecek faktörler tespit edilir, hangi alanlarda değişimler yaşanacağı tespit edilir, bu iki tespit arasındaki ilişkiler bulunur, bu ilişkilerdeki anahtar yönlendiriciler işaretlenir, bu işaretlemeler sonucunda üç senaryo geliştirilir, senaryolardaki faktörler derinlemesine incelenir ve senaryolar ekstra bilgi, imaj ve görseller ile desteklenir.

### **Senaryo Planlaması Uygulamaları**

Senaryolar farklı organizasyonlar tarafından, farklı amaçlar için geliştirilmektedir. Petrol firmaları, petrol fiyatları ve pazar talepleri için senaryo planlaması yöntemine başvururken, son kullanıcı ürünü üreten firmalar, gelecekte toplumda öne çıkabilecek ihtiyaçları bulmak için bu yöntemde başvurumaktadırlar. Finans şirketleri gelişen ve kaybolan pazarları tespit etmek için, teknoloji firmaları yeni teknolojilerin nasıl kullanılacağı ile ilgili bilgi almak için senaryoları kullanmaktadırlar (Fahey ve Randall, 1998). Diğer yandan, İsveç’te yapılan bir araştırmanın sonucunda, senaryolar aracılığı ile düşünmenin, insanların var olan belirsizlikle-

re alışmalarını sağlayan önemli bir yeti olduğu ortaya çıkmıştır (Paich ve Hinton, 1998). Senaryo planlaması uzmanları, çok farklı alanlarda çalışmaktadırlar. Örneğin, ünlü yönetmen Steven Spielberg, bir bilim kurgu filmi olan *Minority Report*'u geliştirirken, senaryo planlaması alanında önemli araştırmacılardan olan Peter Schwartz'a başvurmuştur (Dearlove, 2002). Ayrıca, politikacılar tarafından da senaryo planlaması yöntemi zaman zaman kullanılmaktadır (Ogilvy, 2002).

### **Senaryo Planlamasının Tasarım Alanında Kullanımı**

Belli bir büyüklüğe ve karmaşıklığa ulaşmış firmaların senaryo planlaması yöntemini tasarım süreçlerinde kullandıkları görülmektedir. Bu yöntemin özellikle seçilmesi, firmaların birçok farklı bölümlerden oluşması ve senaryoların farklı alanlardan kişilerin iletişim kurmasına olanak sağlaması olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, bu firmaların senaryo planlaması amacıyla özel olarak bilgi toplayan ve derleyen uzmanlarla çalışabilmesi bu yöntemi seçmelerine olanak sağlamaktadır.

Fortune 500 (2016) listesinde yer alan firmalarda çalıştıkları süre içerisinde, senaryo planlaması yöntemini kullanan iki tasarım araştırmacısı ile yapılan görüşmeler sonucunda, tasarım alanında senaryo planlamasının nasıl kullanıldığına dair iki örnek çalışma biçimi incelenmiştir.

Massimo Botta (2013) 1990'ların ilk yarısında, tasarım eğitmeni olarak görev aldığı sırada senaryo planlaması yöntemi ile karşılaşmıştır. Daha sonra, bünyesinde çalıştığı elektronik ürünler geliştiren ve üreten firma dahilinde gelecek ile ilgili araştırmalar yapmıştır. Botta, senaryo planlaması yönteminden önce kişilik kartları (*persona*) ile çalıştıklarını ifade etmiştir. Ardından bu kişilik kartlarına hayat vermek amacıyla onları senaryolara dönüştürmeye karar vermişler. Genellikle var olan ürünlerin gelecekte farklı değişimler gösteren pazarlarda nasıl bir yol izleyeceklerini araştırırken, var olan ürünler üzerinden senaryolar oluşturmuşlar. Çalışmalarına öncelikle trend ve tasarım yönlendiricileri üzerine bilgi toplayarak başlamışlar. Bu bilgileri daha sonra etkileşim, güvenlik ve mikro klima başlıları altında toplamışlar. Her üç başlık altında, onların hikaye tabir ettikleri üç adet senaryo oluşturmuşlar. Bu senaryoların donanımları, teknolojileri ve tanımları barındırdığını belirten Botta (2013), senaryoların firmadaki karar vericiler ile iletişimde çok önemli olduklarını ve onları ikna etme süreçlerinde kullandıklarını belirtmiştir.

Stijn Ossevoort (2013) Birleşik Krallık'ta bünyesinde çalıştığı seramik firması için 2020 yılında banyoların nasıl olacağı hakkında bir araştırma dahilinde senaryo planlama yöntemini kullanmıştır. Süreç, senaryo planlaması hakkında bir uzmanın metodu anlatmasıyla başlamıştır. Bu uzman, kendi topladığı bilgi ve yönlendiricileri araştırma ekibi ile paylaşmıştır. Senaryolar oluşturulmadan önce tasarım ekibi farklı kaynaklardan teknoloji, toplum, ekonomi, politika, çevre, gündelik hayat alanlarından bilgiler toplamış. Bu süreçte bankaların yayınladığı dokümanlar, günlük gazete, teknoloji dergileri, makaleler, trend raporları incelen-

miş. Daha sonra elde edilen bilgiler sekiz farklı başlık altında toplanmış: küresel ısınma, sonlu kaynaklar, çevre kirliliği, ekonomik sorunlar, bilişim toplumu, çok kültürlülük, gıda alanında değişimler ve demografik değişimler. Bu başlıklar dahilinde üç adet senaryo geliştirilmiş. Bu senaryolar ekibin dışarıdan destek aldığı bir yazar sayesinde hikayeleştirilmiş. Senaryolara ek olarak 2020'nin dünyasına ait gazete kupürleri, haberler, web sayfaları kurgulanmış. Hikayelerde yer alan ürünlerin fiziksel modellerinin yapılması planlanmış, ama bütçe kısıtlamasından dolayı gerçekleştirilememiş.

Örnek iki senaryo planlaması metodunun tasarım alanında kullanılması karşılaştırıldığında ilk uygulamada senaryo planlaması metodunun adımlarının daha serbest bir şekilde uygulandığı görülmektedir. İkinci uygulamada ise metodun her basamağı uygulanmıştır. Her iki uygulamadan çıkarılabilecek sonuç, tasarımcıların bu metodu kendi yorumları ile kullandıklarıdır. İki uygulama da kurumsal ve karmaşık bir firma dahilinde gerçekleştirildiğinden, bu yöntemin farklı alanlardan kişilere fikir ve görüşleri aktarmadaki avantajından yararlandığı ifade edilebilmektedir.

## **SONUÇ**

Gelecek, günümüzde birçok aktivitede olduğu gibi, tasarım alanında da önemli bir yere sahiptir. Tasarımcıların her zaman yeni şeyler tasarladığını varsayarsak, onları hep gelecek için bir şeyler tasarlıyorlar olarak görebilmek mümkündür. Tasarımcıların bu yönde inandırıcı olmaları hem çalıştıkları firma veya kurum için önemli, hem de birlikte çalıştıkları diğer kişiler için önemlidir. Aynı zamanda topluma karşı sorumlulukları bakımından da, tasarımcıların oluşturdukları nesne, servis veya sistemin geleceğe olan etkisini görebilmeleri açısından gelecek hakkında düşünmeleri çok önemlidir.

Gelecek hakkında düşünmeye yönelik birçok yöntem olmasına rağmen artık tek bir geleceğe odaklanan yöntemlerin geçerlilikleri tartışılır bir duruma gelmiştir. Bu nedenle alternatif birden çok gelecek kurgulayan senaryo planlaması yöntemi daha fazla önem kazanmaktadır.

Senaryolar tasarım aktivitesinin ayrılmaz parçalarından birisi olarak kabul edilirler. Tasarımcılar aldıkları eğitim gereği senaryo oluşturmaya yatkındırlar. Senaryolar toplumun büyük bir kısmına hitap edebiliyor oldukları için önemli araçlardır. Bu nedenle senaryo planlama yöntemi tasarımcıların rahat kullanabilecekleri ve adapte olabilecekleri bir yöntem olarak öne çıkmaktadır.

Senaryo planlaması yöntemi 1970'lerden itibaren çeşitli firmalar tarafından daha yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu yöntemin basamaklarının, yöntemi kullanan firmanın ihtiyaçları ve imkanları dahilinde farklılıklar gösterdiği, literatür taramasında ortaya çıkmıştır. Tasarımcıların bu yöntemi nasıl kullandıklarına dair ipuçları, yapılan görüşmeler sonucu ortaya çıkmıştır. Tasarımcılar için, bu metodun her basamağını uygulayarak veya bazı basamaklarını uygulayarak

senaryolar oluşturmak mümkündür. Her iki uygulamada da senaryoların avantajlarından yararlanılmıştır.

Senaryo planlaması yöntemi ile tasarımcılar gelecek ile ilgili düşüncelerini daha sistematik ve tutarlı bir biçimde daha geniş bir dinleyici/izleyici kitlesine aktarabilmektedirler. Sistematik bir yöntem kullanmanın getirdiği inandırıcılık ile firmalara, kuruluşlara ve kurumlara fikirlerini daha rahat aktarabilmektedirler.

#### KAYNAKÇA

Anggreeni, I. ve van der Voort, M. (2007). Tracing the Scenarios in Scenario-Based Product Design a Study to Support Scenario Generation. *Design Principles and Practices*, 2(4), 123-136.

Anggreeni, I. ve van der Voort, M. (2008). Classifying Scenarios in a Product Design Process: a Study towards Semi-Automated Scenario Generation. *Proceedings of the 18th CIRP Design Conference* içinde.

Auger, J. (2010). Alternative Presents and Speculative Futures Designing Fictions through the Extrapolation and Evasion of Product Lineages. *Proceedings of the 6th Swiss Design Network Conference* içinde. İsviçre.

Bleeker, J. (2009). *Design Fiction: A Short Essay on Design, Science, Fact and Fiction*. 05 Nisan 2013 tarihinde [http://drbfw5wfjlxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction\\_WebEdition.pdf](http://drbfw5wfjlxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf) adresinden erişildi.

Bleeker, J. (2010). Design Fiction: From Props to Prototypes. *Proceedings of the 6th Swiss Design Network Conference* içinde. İsviçre.

Botta, M. (2013). Yüz yüze Röportaj.

Chermack, T., Lynham, S. ve Ruona W. (2001). A Review of Scenario Planning Literature, *Futures Research Quarterly*, (Yaz), 8-31.

Dearlove, D. (2002). *The Thought Leadership Series Peter Schwartz Thinking the Unthinkable*. 05 Nisan 2013 tarihinde, <http://www.liacs.nl/CS/DLT/pickups/NWO-Cognition/Peter%20Schwartz,%20About.pdf> adresinden erişildi.

Deezen (2011). *Microbial Home by Phillips Design*. 08 Ağustos 2016 tarihinde <http://www.deezen.com/2011/10/29/microbial-home-by-philips-design/> adresinden erişildi.

Dixon, P. (2007). *Futurewise*. Londra: Profile Books.

Dunne, A. (2008). *Hertzian Tales*. Massachusetts: MIT Press.

Early, W. (1998). Writing an Annual Report for Your Organization's Future. L. Fahey ve R. Randall (Ed.), *Learning from the Future: Competitive Foresight Scenarios* içinde. Kanada: John Wiley & Sons, Inc.

Eggink, W., Reinders, A. ve van der Meulen, B. (2009). Create the Future. *Proceedings of the 11th International Engineering and Product Design Education Conference* içinde.

Evans, M. (2003). *Trend Forecasting for Design Futures*. 05 Nisan 2013 tarihinde, <http://www.ub.edu/5ead/PDF/8/Evans.pdf> adresinden erişildi.

- Fahey, L. ve Randall, R. (1998). What is Scenario Building? L. Fahey ve R. Randall (Ed.), *Learning from the Future: Competitive Foresight Scenarios* içinde. Kanada: John Wiley & Sons, Inc.
- Fortune 500 (2016). *The Fortune Global 2016 List*. 08 Ağustos 2016 tarihinde <http://beta.fortune.com/global500/list> adresinden erişildi.
- Franke, B. (2010). Design Fiction is not Necessarily about the Future. *Proceedings of the 6th Swiss Design Network Conference* içinde (80-90).
- Hasdogan, G. (1997). Scenario Building as Part of the Design Process. P. McGrory (Ed.) *The Challenge of Complexity* içinde (134-141). Helsinki: University of Arts and Design.
- Husick, L. (1939). *Perisphere at 1939 New York World's Fair*. 08 Ağustos 2016 tarihinde [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Perisphere\\_leo.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Perisphere_leo.jpg) adresinden erişildi.
- Innes, C. (2005). *Designing Modern America: Broadway to Main Street*. Yale University Press.
- Jonas, W. (2001). A Scenario for Design. *Design Issues*, 17(2), 64-80.
- Kahane, A. (1998). Imagining South Africa's Future: How Scenarios Helped Discover Common Ground. L. Fahey ve R. Randall (Ed.), *Learning from the Future: Competitive Foresight Scenarios* içinde (325-332). Kanada: John Wiley & Sons, Inc.
- Lindgren, M. ve Bandhold, H. (2009). *Scenario Planning - Revised and Updated Edition: The Link Between Future and Strategy*. Londra: Palgrave Macmillan.
- Marzano, S. (2005). *Past Tense, Future Sense: Competing Through Creativity : 80 Years of Design at Philips*. Hollanda: BIS Publishers.
- Mason, M.K. (t.y.). *Future Scenarios: The Art of Storytelling*. 05 Nisan 2013 tarihinde <http://www.moyak.com/papers/scenarios-future-planning.html> adresinden erişildi.
- Nearfuture Laboratory (2014). *TBD Catalog*, 9(24). 08 Ağustos 2016 tarihinde <http://tbdcatalog.com/> adresinden erişildi.
- Norman Bel Geddes Database*. 05 Nisan, 2013 tarihinde <http://norman.hrc.utexas.edu/NBGPublic/details.cfm?id=399> adresinden erişildi.
- Ogilvy, J. (2002). *Creating Better Futures: Scenario Planning as a Tool for a Better Tomorrow*. ABD: Oxford University Press.
- Ossevoort, S. (2013). Yüz yüze röportaj.
- Paich, M. ve Hinton, R. (1998). Simulation Models: A Tool for Rigorous Scenario Analysis. L. Fahey ve R. Randall (Ed.), *Learning from the Future: Competitive Foresight Scenarios* içinde (157-174). Kanada: John Wiley & Sons, Inc.
- Peterson, G., Cumming G. ve Carpenter, S. (2003). Scenario Methodology: New Developments in Theory and Practice, Introduction to the Special Issue. *Technological Forecasting & Social Change*, (80), 561-565.
- Ramirez, E.R., Frazer, S. ve Stevens, R. (2005). *Future Scenarios and Product Design: A Contextual Model*. 05 Nisan 2013 tarihinde <http://www.dis.uia.mx/conference/2005/HTMs-PDFs/FutureScenariosandProdDesign.pdf> adresinden erişildi.

Reinders, A.H., van der Meulen, B. ve Eger, A. (2006). Development of PV Powered Consumer Products Using Future Scenarios. *Proceedings of the 21th European Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition* içinde . Dresden.

Sallin, J., Luible, C. ve Ebner V. (2011). Use of a Trend Study as Fashion Design Research Framework. *Proceedings of the 7th Swiss Design Network Conference* içinde. Cenova.

Schwartz, P. (1996). *The Art of the Long View*. New York: Crown Business.

Shell (2008). *Shell Energy Scenarios to 2050*. 08 Ağustos 2016 tarihinde <http://www.shell.com/content/dam/shell/static/public/downloads/brochures/corporate-pkg/scenarios/shell-energy-scenarios2050.pdf> adresinden erişildi.

Sterling, B. (2003). *Tomorrow Now: Envisioning the Next 50 Years*. New York: Random House Trend Paperbacks.

Superradnow (2011). *Disney's House of the Future: Your Home in 1986 (sort of)*. 08 Ağustos 2016 <https://superradnow.wordpress.com/2011/08/10/disneys-house-of-the-future-your-home-in-1986-sort-of/> adresinden erişildi.

Suri, J.F. ve Marsh, M. (2000). Scenario Building as an Ergonomics Method in Consumer Product Design. *Applied Ergonomics*, (31), 151-157.

Toffler, A. (1991). *Futurewise*. New York: Bantom Books.

University of Washington Urban Ecology Research Lab (2008). *Puget Sound Future Scenarios*. 08 Ağustos 2016 [http://urbaneco.washington.edu/wp/wp-content/uploads/2012/09/scenarios\\_report.pdf](http://urbaneco.washington.edu/wp/wp-content/uploads/2012/09/scenarios_report.pdf) adresinden erişildi.

Wack, P. (1985). Scenarios: Uncharted Waters Ahead. *Harvard Business Review*, 63(5), 73-89.

Wallpaper (2009). *The Future of Food According to Phillips*. 08 Ağustos 2016 tarihinde <http://www.wallpaper.com/gallery/lifestyle/the-future-of-food-according-to-phillips#112972> adresinden erişildi.

de Wilde, S. (2013). *The Mont Fleur Scenarios*. 08 Ağustos 2016 tarihinde <http://futuristablog.com/the-mont-fleur-scenarios/> adresinden erişildi.