

設計工房
2014.5

SCOTT . SPARTH . KJG金正基

設計理念：第一天 10:00 - 17:00

普通票

主講：Scott Robertson

1. 如何把“研究”做的正確
2. 展現技巧
3. 設計建立在觀眾角度
4. 連貫性的重要
5. 構圖的技巧（輪廓、點、線、面、形、質、色、材）
6. 顛覆式思維
7. 設計師之手法與必備條件

Scott Robertson 主講

DAY1

➡方法

設計師的工作是為了幫助讓無法想像的人來視覺化想法 (Visual the ideas)。

設計與創作上其實人類歷史上都有人做過你想做的事了，所以要總是保持著謙恭的心態。

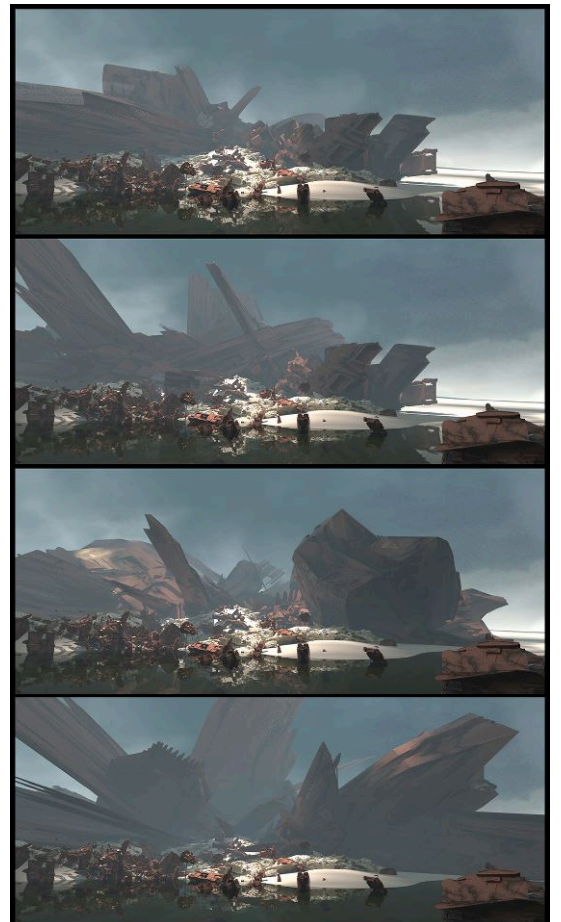
從繪畫史開始，最早被發現的壁畫至今大概經過了4萬多年，人們基本上還是在做一樣的事情。
如今工具發展的越來越便利，但都是為了表現出想法與想像。

接下來使用MODO鞋子跟科幻衣服為例子來說明方法靈活的重要性，這部分因為跟去年重複了所以我沒有記太多。

(下面兩個是相關影片,還有在場景的運用)

<https://www.youtube.com/watch?v=eKgHGT2tyV8>

<https://www.youtube.com/watch?v=ioNsJ9MKWc4>





另一個提到是可以用素材鏡像來快速找到靈感跟新的形象，有時候創造新的形象相當需要肌肉記憶的手繪技巧，用這樣的方法可以快速地得到新的形象可能是你之前沒有想過的。

<https://www.youtube.com/watch?v=lZ7aaUVhGUo>

(相關影片Scott Robertson: Inspiration and Techniques)

善用工具以創造出自己的風格，因為當一件商品，當功能跟價格都一樣的時候，接下來人們注重的就是設計了。(ex:手錶)

人們會因為一件商品的功能而去買該項商品,就像iphone一直都是改善功能,而外觀實際上都是不變的包浩斯風。

所以能夠想像設計出新的功能與好的設計就會是雙贏的局面。

這邊有人提到問題說，手繪技巧與更方便的軟體之間的比重問題。

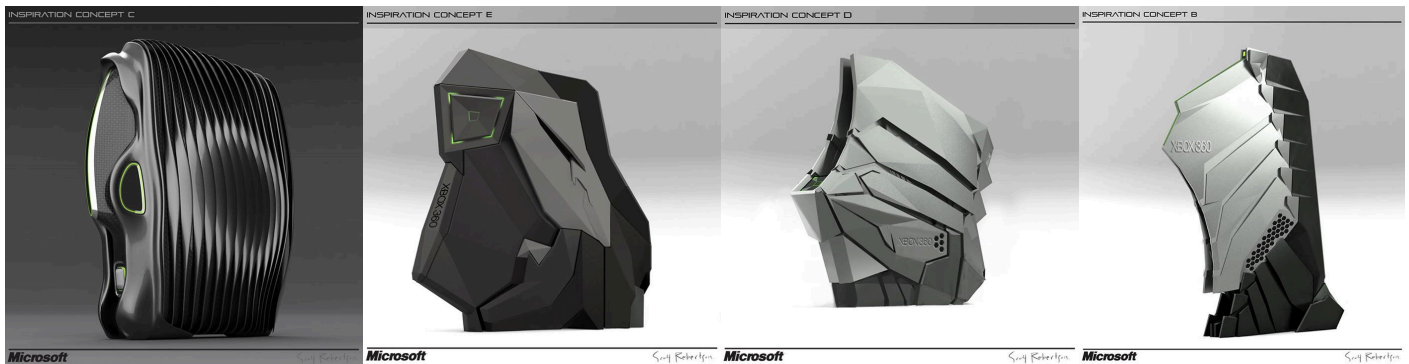
Scott 回答:很多的概念藝術家雖然都會使用很多工具，但是同時他們手繪技巧還是畫的很好，因為手繪觀念是基礎，如果你沒有技巧跟知識是你只會變成工具的奴隸；所以回到使用各種方法來激發自己的靈感是條捷徑，有時候你真的不需要什麼都用繪畫來表達(像是鞋子的案例其實外輪廓不變的前提下，基本上只有變化裡面的圖形，那你就不需要什麼都要重新用畫的設計一次)。當嘗試是新工具或方法的時候，給自己一些時間不要去預想結果會如何才可以更快樂的學習，不要理想太高，要有耐心。

➡IKEA效應-

當人們從IKEA買了一個椅子的零件回來自己拼裝起來的時候，他們會覺得自己所拼裝的椅子比店面販售本來就已經組裝好的椅子相比之下，他們覺得自己的比較有價值，這是因為人們會對自己付出心力的東西特別有依戀。

IKEA效應常常是失敗產品產生的原因，從一開始就在錯誤的決定下付出太多的心力，因此不肯放手。

所以應該要花越少的時間在工作，把更多的心力放在想法的探索跟設計會更好，當你用節省時間的方法來製作時，你可以更容易地把不適合的想法丟掉。



在xbox的設計提案中(上圖)，提到了先嘗試把設計拉到對方能夠接受的極限，試圖去找出獨有的個性，另外願意去失敗有時候會有新發現。

在另一個幫BMW的提案則講到了“高階概念設計”，這邊禁止拍照網路也沒有釋出所以沒有圖檔，BMW委託設計出車子想要讓人有一些全新的體驗，設計出一些不存在的新功能或是需求，或全新的體驗性(ex:玻璃投射路線，或是依照車子的速度會投射出一速度而變化的雲層流動，假想的競爭車手之類的，然後幫他們命名以在之後雙方的討論更加順暢)。

(這部分真的很有趣，可惜我沒有全部記下來，完完全全是真正的科幻設計！)

在設計上可以參照的流程：

ASK WHY

做法是什麼？

目的是什麼？

做法有符合目的嗎？

為什麼這些設計看起來都一樣？

解釋好與不好的原因？

上面這些問題又會導向>工具新的用途，過程新的做法 creative remix

(回到鞋子modo的案例，如果明白問題只是要更換既定外形裡面的圖形，所以需要大量的圖形設計，就不需要慢慢畫，直接行動解決問題)

好奇(熱情)-調查(發掘)-行動

➡連貫性的行動

案例Tonke

(因為這個案子也尚未釋出，所以圖片不是原案例子)



這個案例是一個越野車玩具

先就外形上設計做解釋

silhouette > 剪影與外形是第一眼先注意到的所以很重要

value graphics

value/line graphics

color material > 玩具色彩的配置吸引不同年齡層的小孩(ex 明亮鮮豔的顏色總是可以吸引低年齡層的小孩，暗色系增加則可以吸引青少年，這是一種設計DNA)

在發想上的解釋：

adapt-expand-inspire

連貫的想法脈絡

ex:車子上的雪(這邊放的圖片是沙地)，Scott 說小朋友經常把沙發當成山丘把小車放在上面想像，設身處地的觀點思考，藉由經驗與想像串起整個有故事性的設定。

➡學習的脈絡(保持好奇心)

- How things function. _____ (ex 引擎設計)
- How things look the way they do. _____ (形式造型或風格)
- Human history. _____ (淵源)
- Visual communication. _____ (展現的方式,視覺傳達,3D or 2D,照片)

➡改變自己的立場

當開始一件專案

1.Brief 簡報

2.Ask questions 理解需求

3.更加了解(研究)目標與目的 (又回到問問題,確定客戶的狀況與問題是什麼)

↓↓↓

分享想法以後,產出更多的交流與想法(visual communication)

簡而言之的互動就是

傾聽→更多行動→直到解決問題

台下提問:

對於雇主總是選擇自己不喜歡的提案,或是他們未必能夠接受你認為正確的方式時,應該怎麼做呢?(這邊我沒記到原本的問題,不過類似是這樣的問題)

Scott 回答:

自己做額外的方案(設計),向能夠理解或接受的人展示,有時候能夠得到更多合作的機會。

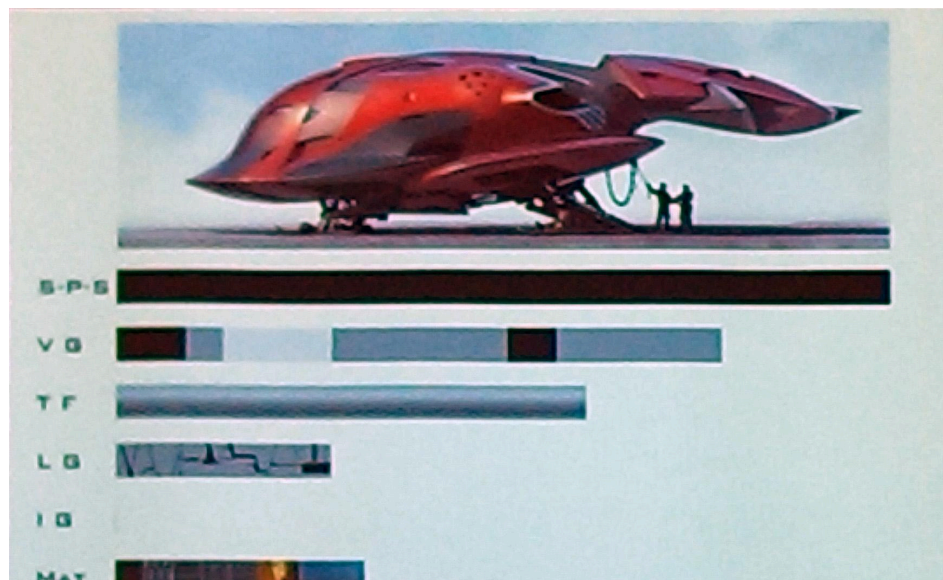
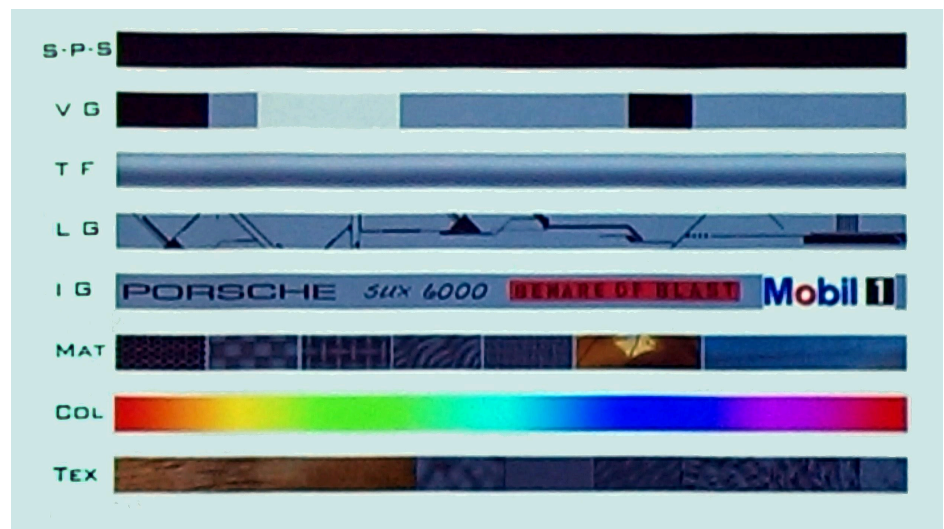
ex: 他經由modo實驗sci-fi服裝而得到那個鞋子公司的注意,進而得到合作機會。

➡設計要點



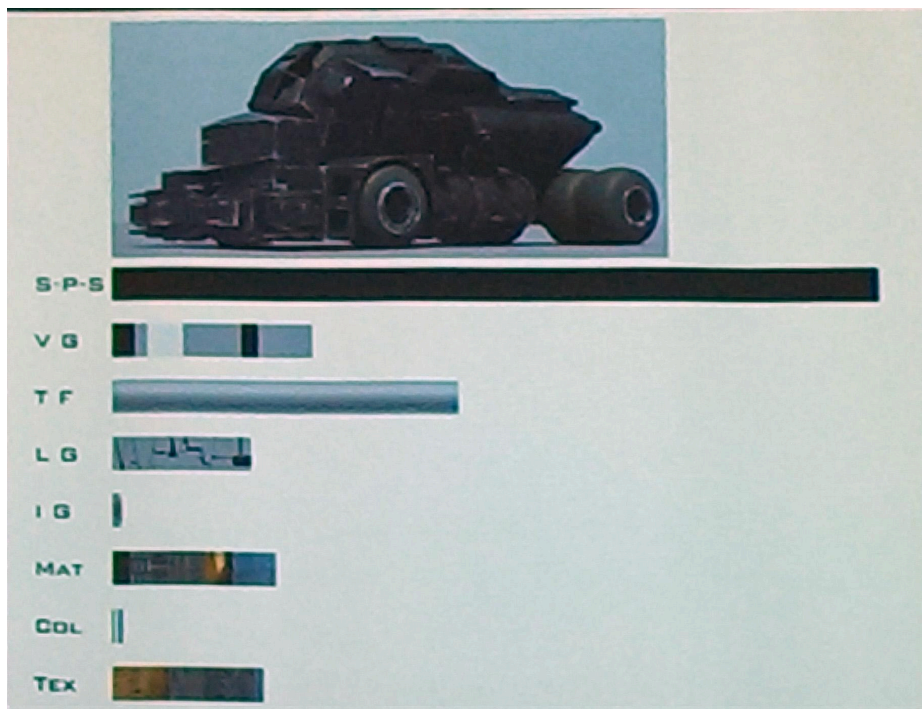
站立的方式會改變形態

1. 剪影跟比例
2. 圖形的價值或層次
3. 造型與表面的變化
4. 線條在表面的作用
5. 標誌性的圖形細節
6. 金屬材質的性質
7. 色彩
8. 材質



不管光影跟色彩是如何變化，整體的剪影總是第一眼會記住的印象。

在黑色的設定下，像是窗戶或造形的細節就不是很重要，因為根本很難看清楚，剪影的重要性就加強了。



以上是第一天的筆記，謝謝收看也歡迎補充 :)
官鈺

<http://www.plurk.com/p/k2wmyb>

部分照片引用來源:

<https://www.facebook.com/SRW.Taiwan?fref=ts>

SRW 中文官網

<https://www.facebook.com/scott.robertson.005?ref=ts&fref=ts>

Scott Robertson