

# 第一章 緒論

本章茲分爲：研究緣起與動機；研究目的；研究範圍與限制；名詞釋義予以討論。

## 第一節 研究緣起與動機

記得當初考上工業設計科時，第一天到學校報到，因為晚上找不到自己的宿舍在哪，且當時已經到了深夜，不得已只好到教官室找教官求救，教官於是告訴我只要到了深夜，還無法關燈睡覺的那一排宿舍，就是你的寢室了，那時才知道，原來工業設計科系的學生課業壓力是如此繁重。直到我畢業爲止，我的親友都不知道「工業設計」是什麼？甚至是我的工作在哪裡？不到十年光景，我看到了台灣的本土設計師，在國際的舞台上發光發熱，其中有我的大學老師魏玄武獲得德國的 IF 工業設計大獎，還有許多當初深夜在同一排宿舍趕功課的同學，逐漸在設計的舞台上展露頭角。

在進入工業設計領域後的這幾年來，我深刻的體會到工業設計是一種既要傳達出感性的美學，又要重視精密邏輯的工程學科。這種同時結合美學與工學的創造技藝，點燃我對自己如何產生創意的高度興趣。日後在因緣際會下，我十分幸運的進入學習設計專業人員較不易碰觸的領域—智慧財產權。在從事智慧財產權工作的四年過程中，我看到許多從事工業設計及文化創作者透過生活用品的設計，創造出人類無限的機會與潛能。在審查專利案中，透過仔細的瞭解與溝通，深入瞭解工業設計師的設計過程及作品的精神所在，而我也從近年來的審查經驗中，逐步的體會到台灣的设计經濟時代已經開始…。

近十年來整個台灣的產業也開始從過去 O E M(專業代工)起家，漸漸走向 O D M(設計代工)，直到最近踏入自有品牌發展，一旦決定 O B M(Own Branding & Manufacturing；自有品牌)，就需成立設計中心，培養自己的工業設計師，在這個越發講究設計的年代，工業設計已經變成當代產業的新顯學。隨著產品越來越講究美感經驗的使用，以往不被重視的工業設計師，已經浮上檯面，影響台灣產品的風格。而這些最愛美的設計師，也跳脫以往框框，正式成為產業的主流新貴(楊蕙菁，2005)。從上述可知，工業設計師的重要性已逐漸從以往的模糊定位轉變為愈趨重要且突顯的職業類別。

**註解：**楊蕙菁  
(2005)。美力時代。  
商業周刊，903期。

依照 1980 年國際工業設計師協會理事會的定義：「工業設計師是受過訓練、具有技術知識、經驗和觀賞能力的人；他能決定工業生產過程中產品的材料、結構、機構、形狀、顏色和表面修飾等。設計師還須具備解決包裝、廣告、展覽和市場等問題的技術知識和經驗」(陳文印，1997)。從上述的定義來看，可看出工業設計師是一種跨知識領域的職業，不但要具備理工專業的背景，更要有美學的鑑賞力以及豐厚的人文素養，且對於產品的生產流程，以及產品的外觀、花紋、色彩、內部結構及其對空間關係的處理，均要能有精細的掌握，將「人(Human)、機(Machine)、境(Environment)」的互動，推至自然和諧的境地。要融合如此多的學門知識，並產生一件創新的產品，最重要的是創造力，創造力是工業設計的核心。愛因斯坦曾說「想像力比知識更重要。」惟有透過想像力的激發，才能將純粹的知識理論實用化，並滿足人類在心理及功能上的需求。

**註解：**陳文印  
(1997)。設計解讀 -  
工業設計專業知能  
之探索。台北：亞  
太。

聯合國教科文組織理事會Federico Mayer在三十屆年會裡強調「創造力是人類之所以凌駕於萬物的關鍵，也是我們的希望所在」(陳文玲，2005)。國內近年來已有諸多針對創意人物作的研究，惟多數的研究參與者，大多是科學理工研發人才以及文學藝術家，然而就上段對於工業設計師的屬性來探討，可以

**註解：**陳文玲  
(2005)。羅洛梅密碼  
——背向市場的創  
意論述。廣告學研  
究，23，157-165。

發現工業設計師是少數橫跨這二大領域的創意從業人員。在過去的研究，不論是國外(Feist, 1999)以及國內(陳昭儀, 2003)都有針對科學家及藝術家的人格特質作多重個案研究(multiple case study format)，並在其中就相同及相異的特質作分析比對。由上述可知，針對國內對於創意人相關研究，在量方面本身即有所不足。有鑑於此，目前對於工業設計師的人格特質及創造歷程的探究仍極為匱乏，設計師的個人創造力，決定了該項設計成功與否。本研究是以五位台灣傑出工業設計師作為研究參與者進行個案研究，以瞭解傑出工業設計師的人格特質及創造歷程。

**註解：**Feist, G. J. (1999). The influence of personality on artistic and scientific creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 273-296). Cambridge: Cambridge University Press.

**註解：**陳昭儀 (2003)。傑出科學家及藝術家之比對研究。教育與心理研究, 26(2), 199-225。

## 第二節 研究目的

基於國內對於工業設計師的創造力相關研究之文獻尚極為匱乏，本研究希冀透過對於工業設計師的深度訪談，探尋傑出工業設計師的創造歷程及其人格，藉由對實際個案的探討，以實務的觀點深入瞭解工業設計創造力的本質。

據此，本研究的目的有下列三項：

- 一、工業設計創造力的定義為何。
- 二、探討傑出工業設計師的人格特質。
- 三、探討傑出工業設計師的創造歷程。

## 第三節 研究範圍與限制

### 一、研究範圍

本研究所探討之傑出工業設計師，係以台灣目前執業中的五位工業設計師為本研究範圍。

### 二、研究限制

- (一)本研究在探討傑出工業設計師創造歷程中，其設計概念的產生有時是透過團體腦力激盪所產出，因此在創造歷程的構思階段有可能並非僅是研究參與者的個人集思。
- (二)由於本研究係採質化研究之多重個案研究，所選取的研究參與者多服務於北部設計公司或電子上市公司，然而隨著其所設計的產品類別以及組織環境與文化背景不盡相同，因此本研究的結果是否能為所有工業設計從業人員適用，尚待進一步查證。

## 第四節 名詞釋義

一、**工業設計師**：是指受過訓練、具有技術知識、經驗和觀賞能力的人；他能決定工業生產過程中產品的材料、結構、機構、形狀、顏色和表面修飾等。設計師還須具備解決包裝、廣告、展覽和市場等問題的技術知識和經驗（國際工業設計協會）。

本研究所指之工業設計師，係針對當前台灣傑出工業設計師而言。

二、**創造力**：是一個由「個體」、「領域」及「學門」三種要素互動的過程。創造的發展是一種社會、文化及個人背景交互作用產生的互動關係（Csikszentmihalyi，1988）。

本研究所指之創造力，係指專屬於工業設計之創造力而言，其中包含了工業設計師以其專業技術及新穎之創作思維而施加於產品外觀的設計，並進一步的獲得該領域及使用者認同者。

三、**人格特質**：指個體在其生活歷程中對人、對事、對己以至對整體環境適應時，所顯示的獨特個性（張春興，1995）。本研究所指之人格特質，係指工業設計師之人格特質。

四、**創造歷程**：包含一系列問題的產生；尋求解決問題或困難的方法及作法；尋獲最佳處理方案；評估及驗證；發表溝通與應用之過程（陳昭儀，2000）。

本研究所指之創造歷程，係針對工業設計師於產品設計過程中之構想發展階段。

**註解：**Csikszentmihalyi, M. (1988). Society, culture, and person: a systems view of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), The Nature of Creativity(pp.325-339). New York: Cambridge University Press

**註解：**張春興 (1995)。教育心理學：三化取向的理論與實踐。台北：東華。

**註解：**陳昭儀 (2000)。傑出理化科學家之人格特質及創造歷程之研究。師大學報：科學教育類，45，27-45。