

您现在的位置: > 简体版 > 设计视角 > 设计随笔 > 综合 > 平衡创意的左右脑-谈知识管理与创意管理

所有文章快捷检索

平衡创意的左右脑-谈知识管理与创意管理

Go [高级检索] 提示: 关键词间使用空格

发布时间: 2007-09-25

> 浩汉设计 NOVA DESIGN 供稿

[未经书面授权, 严禁转载任何内容!]

--陈文龙(浩汉设计 NOVA DESIGN)

在一片混沌之中, 自然有隐含的秩序。这听来似乎非常东方哲学的道理, 其实是物理学上的发现: 「混沌理论(Chaos Theory)」。套在设计管理上来说, 设计依赖创意, 看来似乎混乱而无规则可循, 但其实透过知识管理, 一样可以为创意产出找到运行的规则。

利用知识管理, 将项目管理中标准化、量化的管理方式套入入设计工作流程, 不仅可以提高效率, 甚至可以弥补设计人员专业知识不足的问题, 有效拉平竞争力。举例来说, 浩汉设计在中国大陆有所谓的「项目管理特别小组」, 尽管执行项目管理者的同仁, 经验或专业能力还不够, 但设计师照着项目指示走过流程, 一样可以有不错的产出。

值得注意的是, 在设计创意产业的知识管理内涵, 与生产导向的知识管理可说大不相同。前者的重点在于激发创意能量, 提供设计师舞台, 在混乱中找出秩序, 可是又必须减少行政干扰, 给予创意工作者足够的自由度, 与激发多元创意的舞台; 后者重视的是数据库、系统化、标准化。因此, 整个知识管理平台的设计方向从最初就不同。

以浩汉设计目前跨足两岸三地设计业者为例, 它的知识管理平台的主要功能, 可以区分为「创意」、「使用」与「评估」三个面向:

- 「创意」: 让创意成为必然发生的偶然, 以获利为依归, 提高设计管理的稳定性。
- 「使用」: 开放竞技平台, 管理效率与创意活力同步加分。
- 「评估」: 提升专业, 平衡创意管理的左右脑。

创意要做到”必然发生的偶发性”

许多人会质疑, 设计创意可以做「知识管理」吗? 一般认为, 创意是一种偶发的过程, 所以没办法管理。事实上, 在经营设计公司的初期, 我的确经常听到有些设计师会抱怨「今天我没有灵感!」听起来, 设计的过程似乎像艺术创作, 是没办法管理的。

对设计师来说, 灵感也许可以说是偶发的, 但是对一个专业的设计公司来说, 如果一个客户希望你下个星期提出5个提案, 你绝不能说, 「对不起, 现在我没有灵感, 所以不行。」这样设计公司就无法生存下去了。

站在管理者的角度, 我认为设计创意必须是「必然发生的偶然」; 设计创意并不能单凭设计者个人的偏好天马行空, 而必须在策略指导下进行。所以一个理想中的知识管理平台, 必须能够确保每位设计师的产出的「质」「量」。

知识管理必须与企业本身的管理制度结合, 才能发挥成效。在发展知识管理系统之前, 我们先在组织内做了两件事, 一个是标准作业流程(ISO), 另外一个项目是项目管理。

实际上的做法包括, 设定设计师绩效评量指标, 并纳入评价机制, 利用知识管理平台进行管考。举例来说, 如果有某一个设计项目6月1日必须完成, 项目经理可以在知识管理平台上找3位设计师, 要求他们在设计案截止日(deadline)之前贴出5个设计构想(Proposal), 如果设计师在期限前完成, 案子就算结束, 如果没有完成, 则系统就会自动举发。

集结手上的设计构想之后, 项目经理会启动评价机制, 邀请资深的设计师、甚至企业外部的客户、专家进来知识管理系统内评价。如果某一个设计构想获得青睐, 那么提出构想的设计师就会获得绩效加权, 并在薪资奖考上累积。

公司内部可能有上百个项目在进行, 而一个设计师手上可能接下了许多项目。项目参与愈多, 产出愈多, 或是作品愈受青睐, 就是表现得越好; 反过来看, 如果一个设计师长期表现不佳, 那么他的工作表现也会被纪录下来, 成为评考的依据。

这套方法, 只规定了在数量上最低的产出, 尽量留给设计师自由发挥的空间。

值得注意的是, 设计创意的成果, 应该要能够直接或间接反映到创意组织的获利。如果一个创意大家都说很棒, 那么它应该要带给个人或创意组织直接上的利益。如果一家公司得了很多创意奖项, 但最后还是关门, 这个创意是有很多问题的。

如何判定设计师产出的创意贡献度? 如何判定设计组织整体的创新成果? 显然, 获利或产值, 便成为判定创新成果指标。

建立创意竞技舞台, 产生良性竞争

但是知识管理平台的功能并不只是考评, 如果不想要让数字限制了创意活力, 知识管理平台的设计一定要考虑到使用者的特性。

创意工作者的特质就是爱现的(show-off), 如果一个人并不想要表达自己, 我认为这样的人缺乏成为一个好的设计师的条件。当一个设计师看到别人的设计成果, 就会想「我会想要做得比你更好!」或是「我想到一个更好的可能!」

加上, 在工业设计领域, 表达创意是以可视化的方式来表现的, 做模型也好, 画图也好..., 所以平台可视化的功能要强, 要能容许每个设计师将自己的作品表现出来,

因此在发展知识管理平台之初, 我们就决定让平台有竞图的功能, 任何一位设计师都可以进入项目平台, 看到其它参与者的作品, 「我能看到你的作品、你也看得到我的作品」; 好的设计师只要看到其它人有好的创意表现, 一定会想办法不落人后, 这样知识管理平台就可以化身竞技舞台, 借着良性竞争, 激发设计师彼此间的良性竞争, 进而激发创意活力。

特别推荐

相关旧文快速搜索

> None.

平衡创意左右脑

另外一个在设计管理领域经常遇到的问题是，当设计构想提出后，经常发生受到业主个人偏好的影响，而主导了后来的设计方向；设计专业似乎没有受到尊重。

一般说来，创意的评价与决策是有知识(know-how)的，尽管创意评断可能是主观的，但应该有客观依据，包括设计师为什么选择某个方案？业主怎么决定设计走向？这些并没有标准答案，但每个方案的背后都应该有足够的信息与理由作为支持。

知识管理平台的另一项功能，就是让设计评价这样主观的过程变得更有客观性。方法之一，是让知识管理平台强化设计师、项目经理人的专业知识；方法之二，则是让知识管理平台扮演内外部沟通平台的角色。

当一个设计项目开始时，系统就会主动给予相关的知识、信息，让设计师的构想不致于在后来滞碍难行。

创意是感性的，属于右脑，但工法、制程却是理性的，是左脑思考。举例来说，一辆机车，与外观有关的零件至少有30个，做设计时必须考虑空间配置，并不是要放哪个位置都可以；一只手机，最适人手的宽度有一定的范围，生产上所需的零件，可能也有厚薄的限制，不是画出设计图来就做得得到。当一位设计师涉足机车、手机等相关领域项目时，知识平台就会主动抛出相关信息，到设计师的手上。知识管理系统可以让设计的左右脑平衡。

知识管理平台除了给予信息，也在每一次的项目过程中，累积团队作业的知识进入数据库，作为设计专业工作人员寻找信息的备援。

工业设计本身就是一个跨领域的知识行业，一个设计案必须同时考虑工学、美学、商学不同的需要，必须满足市场的偏好、生产条件的局限，因此设计师要能处理大量的信息，转换出一个好点子，或是创意，满足不同的需要，成为消费者要的东西。

一位设计师不见得能够掌握所有的技术know-how，而必须在一个团队之中成功综合大家的经验。因此知识管理系统另外一个功能，就是沟通平台，即使是外部的设计专业人员，也可以进入系统，与团队所有成员共同工作、讨论，跨国的虚拟团队(Virtual Team)可以进来，外部的特约工作者(Freelancer)可以进来，一个文化刺激不同，一个观点不同，产出就会不一样。

走到这一步，知识管理就不只是内部管理的工具，而是协同设计、协同服务链，跨国、跨领域、跨设计价值链的演出了。

相关链接

» None.

责任编辑: dolcn07

设计在线链接代码

@esignonline



 designonline
http://www.DOLCN.com

正式启用CNNIC官方中文域名
设计在线.CN; 設計在線.CN; 设计在线.中国

© 1997-2007 DesignOnLine

[关于我们](#) | [豁免条例](#) | [广告赞助](#) | [网站地图](#) | [活动支持](#) | [友好同盟](#) | [返回首页](#)