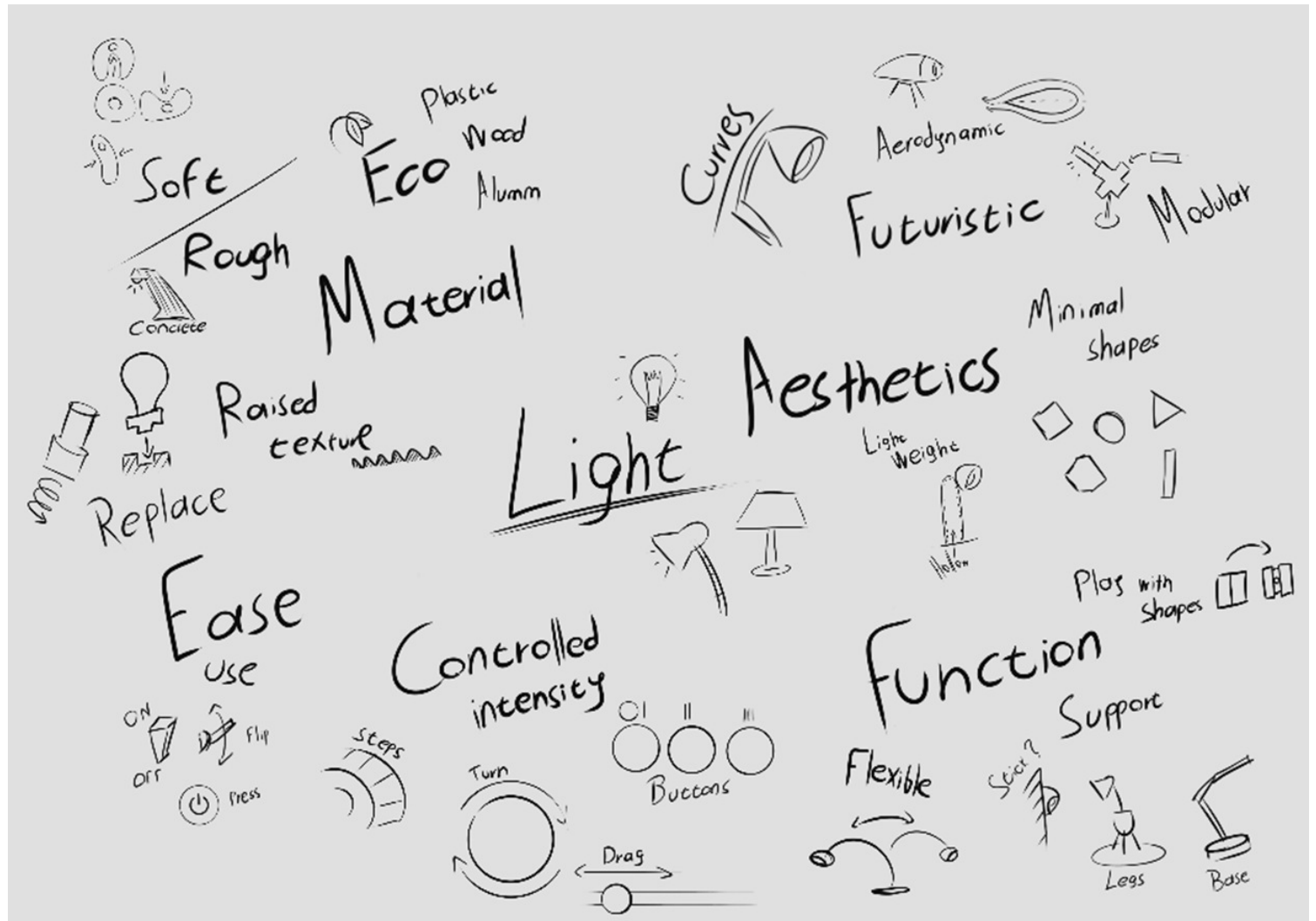


Archtype



Η εφαρμογή των Επιπέδων του Σκίτσου στον Σχεδιασμό Προϊόντων

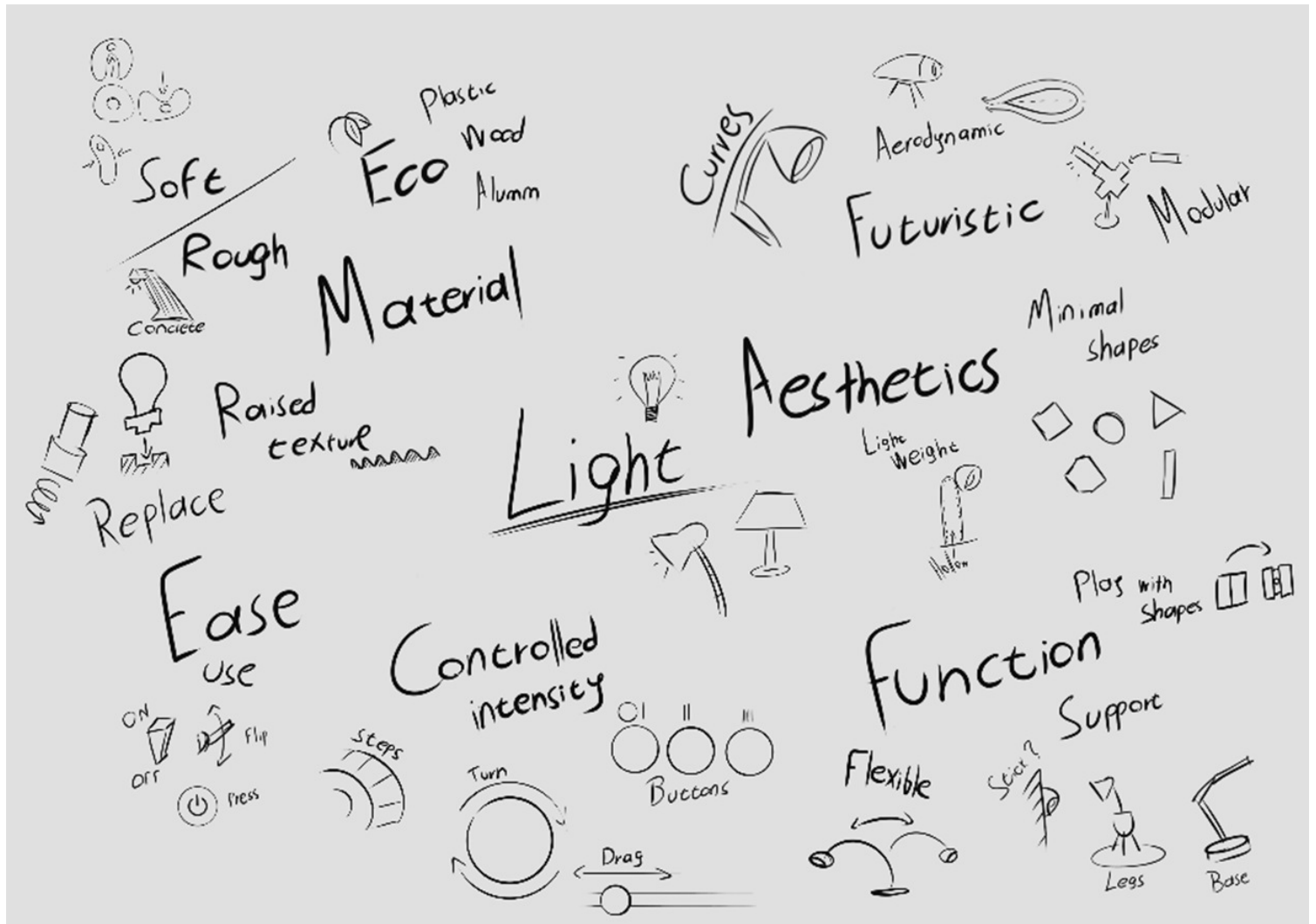
Διονύσης Πολυχρονιάδης, Δρ Αθανάσιος Μανάβης, Δρ Νικόλαος Ευκολίδης, Δρ Παναγιώτης Κυράτσης - 30/04/2025

(Concept Development)

Το **σκίτσο** αποτελεί από νωρίς το κυριότερο και, για αρκετό καιρό, το μόνο εργαλείο του σχεδιαστή, για την αναζήτηση πιθανών λύσεων σε ένα δεδομένο σχεδιαστικό πρόβλημα. Το εργαλείο αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί με πληθώρα διαφορετικών τρόπων. Ένας δομημένος τρόπος εφαρμογής του είναι να ακολουθηθούν τα τέσσερα επίπεδα του σκίτσου, τόσο ψηφιακά όσο και παραδοσιακά.

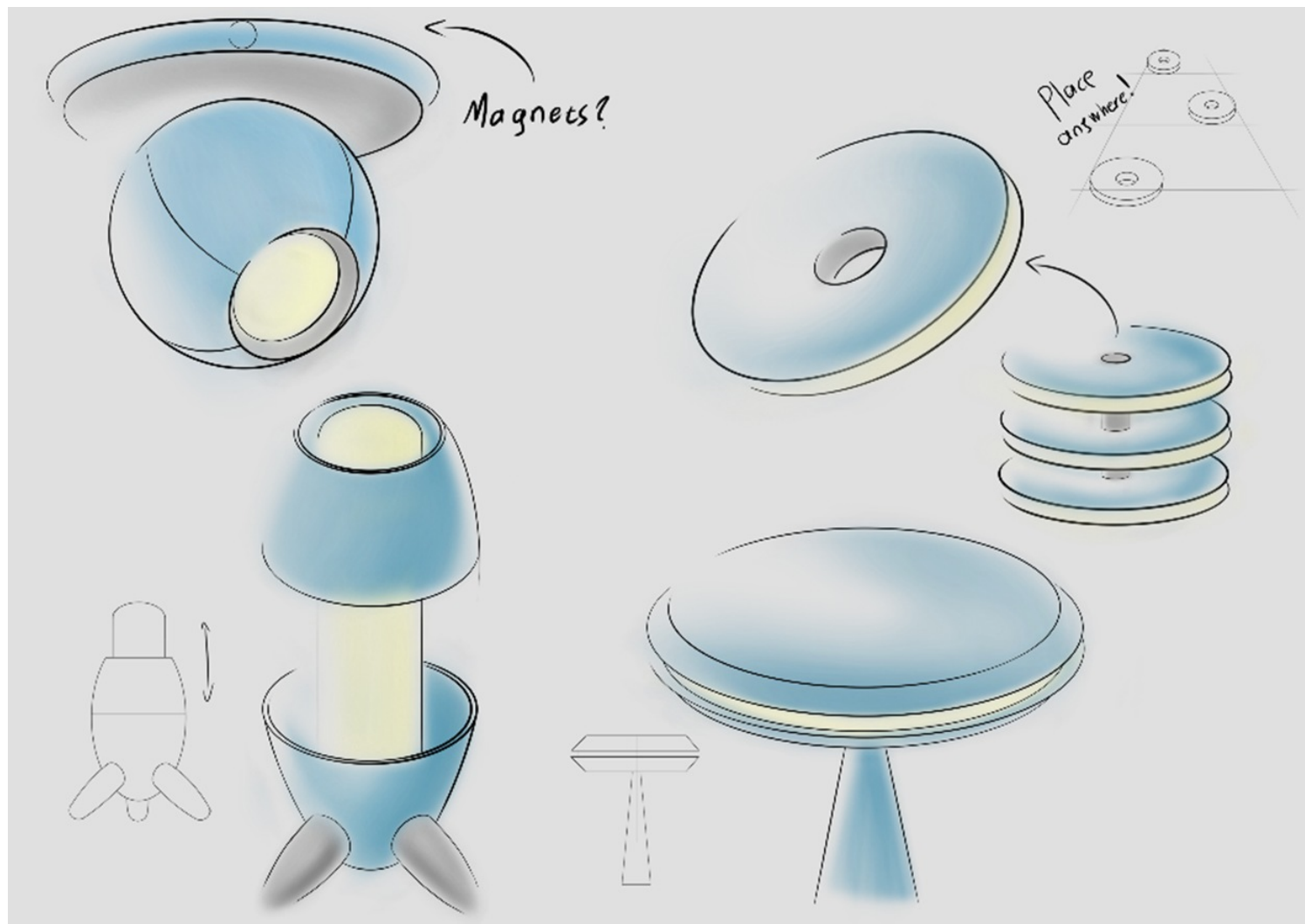
Στο **πρώτο επίπεδο (διαδικαστικά σκίτσα)** πραγματοποιείται μια εξερεύνηση ιδεών σε ένα αρκετά ευρύ

πλαίσιο (Εικόνα 1). Ο σχεδιαστής δεν καταγράφει λεπτομερείς απεικονίσεις του δυνητικού προϊόντος, αλλά λέξεις-κλειδιά και σημαντικές φράσεις. Σημειώνει τα κυριότερα στοιχεία που τον ενδιαφέρουν (συνήθως αποτελέσματα έρευνας), τις μεταξύ τους σχέσεις, τους συνδυασμούς που προκύπτουν, την αποτύπωση της έμπνευσης κλπ.



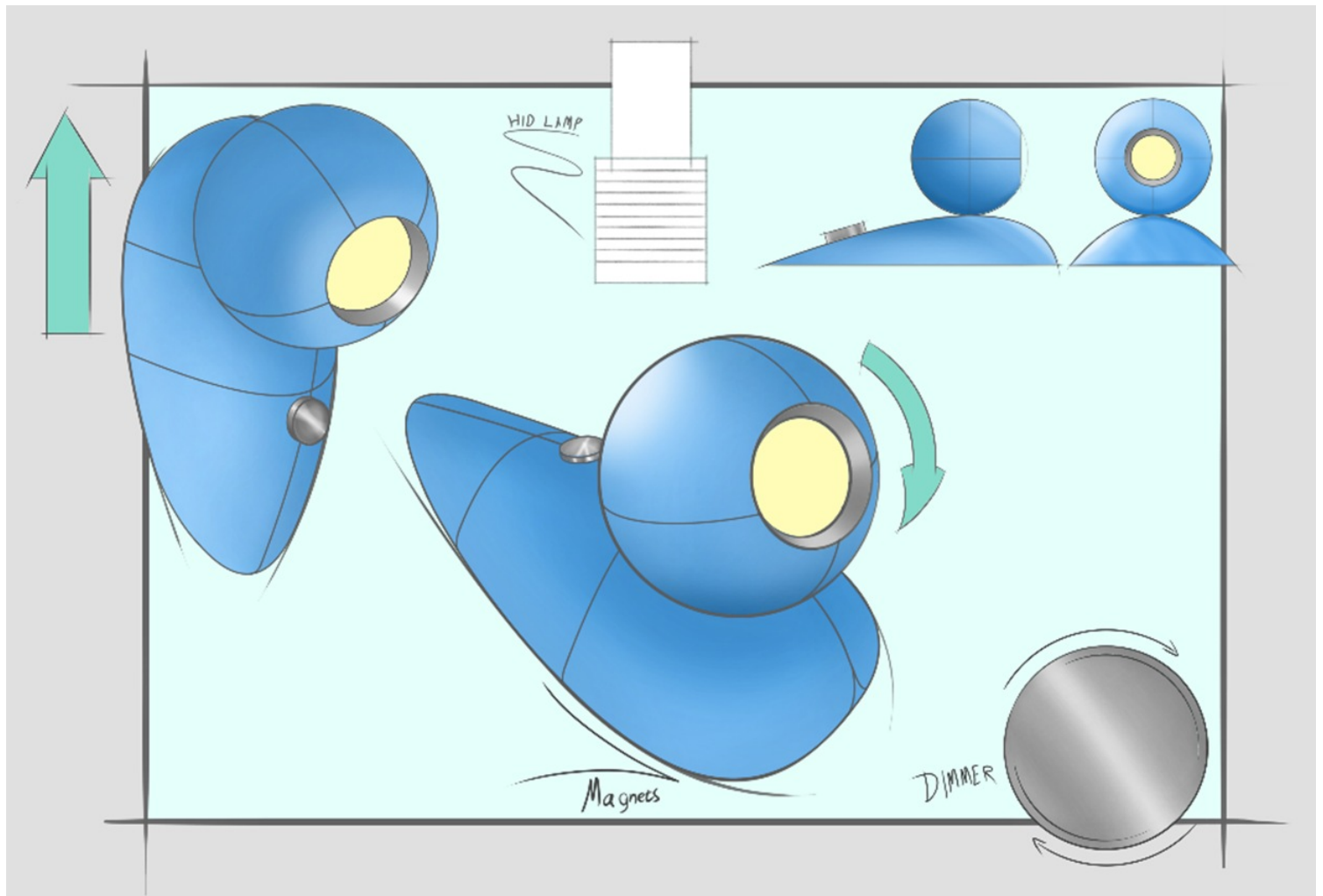
Εικόνα 1: Διαδικαστικά Σκίτσα

Στο **δεύτερο επίπεδο (σκίτσα ανάπτυξης ιδεών)** ξεκινάει η καταγραφή ιδεών με μορφή σκίτσου (Εικόνα 2). Σχεδιάζονται πολλαπλές εναλλακτικές ιδέες ή εκδοχές του προϊόντος, χωρίς ιδιαίτερη λεπτομέρεια, με σκοπό την εξερεύνηση όλων των κατευθύνσεων που προέκυψαν από το προηγούμενο επίπεδο. Όσο περισσότερες εναλλακτικές ιδέες σχεδιαστούν σε αυτό το στάδιο, τόσο πιο εύκολα θα καταλήξει κανείς στην τελική ιδέα και τόσο περισσότερες φόρμες και γεωμετρίες θα αποκαλυφθούν.



Εικόνα 3: Επεξηγηματικά Σκίτσα

Στο **τέταρτο επίπεδο (σκίτσα επικοινωνίας)** ο σχεδιαστής έχει επιλέξει την κατεύθυνση που επιθυμεί να ακολουθήσει και απεικονίζει το τελικό προϊόν, αξιοποιώντας μια σειρά από τεχνικές, όπως τρισδιάστατο σκίτσο με προοπτική απεικόνιση, επιλογή χρωμάτων, χρήση υλικών και υφών, φωτορεαλισμό κλπ (Εικόνα 4). Το εν λόγω στάδιο δεν είναι απαραίτητα πάντα και το τελευταίο, καθώς η σχεδιαστική διαδικασία είναι μη γραμμική και συνεπώς ενδέχεται να χρειαστεί να επιστρέψει σε αυτήν ο σχεδιαστής (ή σε οποιοδήποτε από τα προηγούμενα βήματα), για να κάνει αλλαγές ή να δοκιμάσει κάτι καινούριο, μέχρι να καταλήξει στη βέλτιστη λύση.



Εικόνα 4: Σκίτσα Επικοινωνίας

Η σημασία του σκίτσου για τον σχεδιασμό προϊόντων μέσω της χρήσης της εφαρμογής των τεσσάρων επιπέδων είναι πολύ μεγάλη, καθώς ακολουθείται ένας δομημένος τρόπος ανάπτυξης ιδεών. Επιτρέπεται η πλήρης επικοινωνία της ιδέας της ομάδας σχεδίασης καθ' όλη τη διάρκεια της σχεδιαστικής διαδικασίας, ενώ παράλληλα τα τέσσερα επίπεδα μπορούν να συνδυαστούν με άλλα μεθοδολογικά εργαλεία, όπως π.χ. mindmap, storyboard.

Συντάκτες:

Διονύσης Πολυχρονιάδης

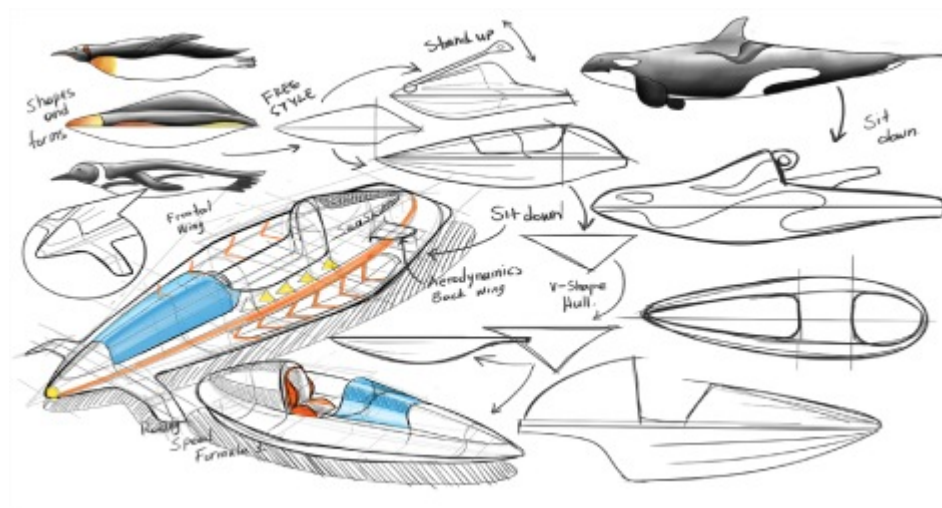
[Αθανάσιος Μανάβης](#)

[Νικόλαος Ευκολίδης](#)

[Παναγιώτης Κυράτσης](#)

Διαβάστε επίσης:

[Ο σχεδιασμός προϊόντων ως αποτέλεσμα χρήσης μεθοδολογιών και ψηφιακών εργαλείων](#)



Ο ρόλος του ψηφιακού σκίτσου στον σχεδιασμό προϊόντων

