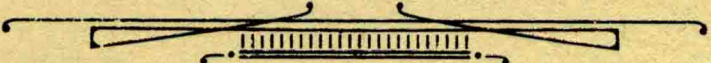



為社會而設計者，熱愛萬物與環境之間的關係，
深刻表達出人類的創造力與智慧。




Design

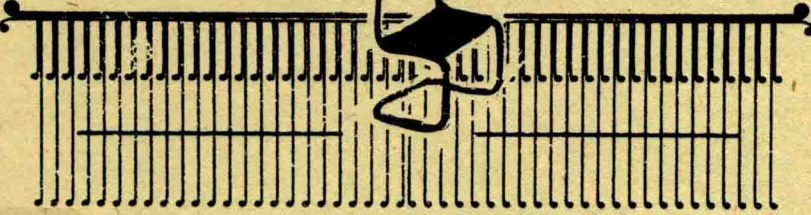


»»» | | | «««

SOCIETY



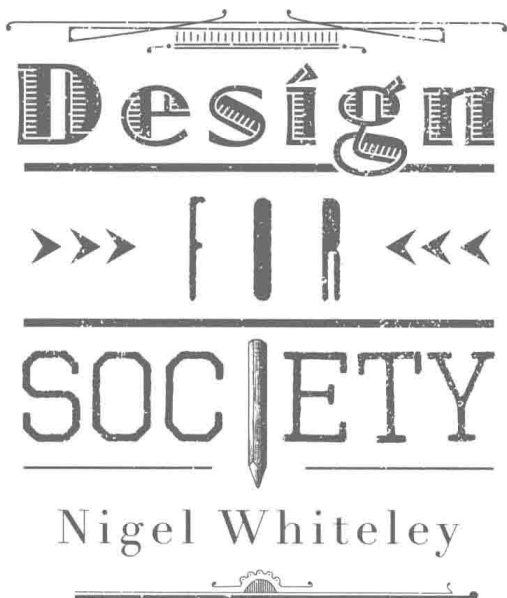
為社會 而設計



Nigel Whiteley

奈傑爾·懷特里 著
游萬來、楊敏英、李盈盈 譯注

為社會而設計



奈傑爾·懷特里 著

游萬來、楊敏英、李盈盈 譯注

科技部經典譯注計畫 現代名著譯叢

為社會而設計

2014年7月初版

定價：新臺幣330元

有著作權·翻印必究

Printed in Taiwan.

著者 Nigel Whiteley
譯注者 游萬來
楊敏英
李盈盈
發行人 林載爵

出版者 聯經出版事業股份有限公司
地址 台北市基隆路一段180號4樓
編輯部地址 台北市基隆路一段180號4樓
叢書主編電話 (02) 87876242 轉 211
台北聯經書房：台北市新生南路三段94號
電話：(02) 23620308
台中分公司：台中市北區崇德路一段198號
暨門市電話：(04) 22312023
台中電子信箱 e-mail: linking2@ms42.hinet.net
郵政劃撥帳戶第0100559-3號
郵撥電話：(02) 23620308
印刷者 世和印製企業有限公司
總經銷 聯合發行股份有限公司
發行所：新北市新店區寶橋路235巷6弄6號2樓
電話：(02) 29178022

叢書編輯 梅心怡
封面設計 江孟達

行政院新聞局出版事業登記證局版臺業字第0130號

本書如有缺頁，破損，倒裝請寄回台北聯經書房更換。 ISBN 978-957-08-4434-4 (平裝)
聯經網址：www.linkingbooks.com.tw
電子信箱：linking@udngroup.com

Design for Society by Nigel Whiteley was first published by
Reaktion Books, London, UK, 1993
Copyright © Nigel Whiteley, 1993
Traditional Chinese edition copyright:
2014 LINKING PUBLISHING CO.
All rights reserved.

國家圖書館出版品預行編目資料

為社會而設計 / Nigel Whiteley 著。游萬來、楊敏英、
李盈盈譯注。初版。臺北市：聯經，2014年7月（民國103
年）。272面。17×21公分
譯自：Design for society
ISBN 978-957-08-4434-4 (平裝)

1.工業設計 2.環境生態學

964

103013586

5 —— 譯者的話

9 —— 中譯導讀

29 —— 作者序

33 —— 導論

我們要對現有價值觀提出質疑，
因為覺知到現有的價值觀及其如何在歷史上發展，
是考慮未來行動的先決條件。

43 —— 第一章 消費者導向設計

「消費者導向」或「市場導向」過分強調以欲望為取向的價值，
因此而過度強調設計的結果，使社會以行銷主導的設計體制裂縫，日益明顯。

99 —— 第二章 綠色設計

綠色設計是在一九八〇年代末期出現的設計潮流。
它告訴人們，設計不是單純個人的選擇和偏好，
而是涉及人類、社會、政治和環境面向的複雜問題。

163 —— 第三章 責任設計與倫理消費

愈來愈多人認知到，市場主導設計的價值觀不利於社會的健康，
而許多具有充分專業前景的設計師，開始正視倫理議題，
以及設計師在社會的角色。

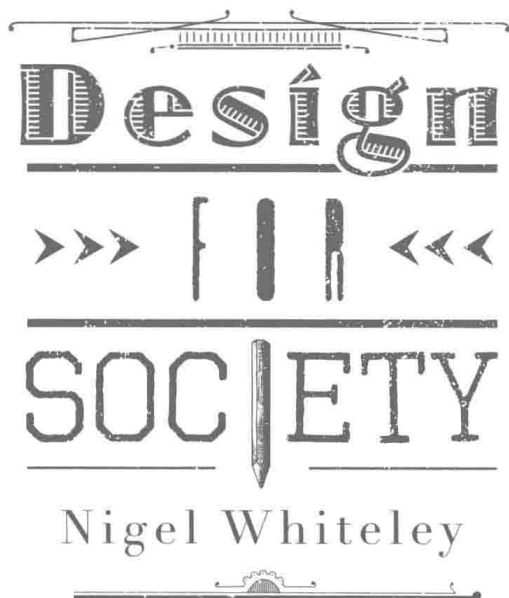
219 —— 第四章 女權主義觀點

在一九六〇年代末，女性主義崛起，
而消費主義的設計也免不了面對女性主義的批判，
這個議題再次說明了「市場」及「社會」完全是兩回事。

253 —— 第五章 前進的方向？

我們已進入一個設計的時代。
在此時刻，好記、誘人的口號，必須由知情和明智的思想和行動所取代。
設計師及消費者無法再以無辜或無關道德來辯解。

為社會而設計



奈傑爾·懷特里 著

游萬來、楊敏英、李盈盈 譯注

科技部經典譯注計畫 現代名著譯叢

為社會而設計

2014年7月初版

定價：新臺幣330元

有著作權・翻印必究

Printed in Taiwan.

著者 Nigel Whiteley
譯注者 游萬來
楊敏英
李盈盈
發行人 林載爵

出版者 聯經出版事業股份有限公司
地址 台北市基隆路一段180號4樓
編輯部地址 台北市基隆路一段180號4樓
叢書主編電話 (02) 87876242 轉 211
台北聯經書房：台北市新生南路三段94號
電話：(02) 23620308
台中分公司：台中市北區崇德路一段198號
暨門市電話：(04) 22312023
台中電子信箱 e-mail: linking2@ms42.hinet.net
郵政劃撥帳戶第0100559-3號
郵撥電話：(02) 23620308
印刷者 世和印製企業有限公司
總經銷 聯合發行股份有限公司
發行所：新北市新店區寶橋路235巷6弄6號2樓
電話：(02) 29178022

叢書編輯 梅心怡
封面設計 江孟達

行政院新聞局出版事業登記證局版臺業字第0130號

本書如有缺頁，破損，倒裝請寄回台北聯經書房更換。 ISBN 978-957-08-4434-4 (平裝)
聯經網址：www.linkingbooks.com.tw
電子信箱：linking@udngroup.com

Design for Society by Nigel Whiteley was first published by
Reaktion Books, London, UK, 1993
Copyright © Nigel Whiteley, 1993
Traditional Chinese edition copyright:
2014 LINKING PUBLISHING CO.
All rights reserved.

國家圖書館出版品預行編目資料

為社會而設計 / Nigel Whiteley 著，游萬來、楊敏英、
李盈盈 譯注。初版。臺北市：聯經，2014年7月（民國103
年），272面，17×21公分
譯自：Design for society
ISBN 978-957-08-4434-4（平裝）

1. 工業設計 2. 環境生態學

964

103013586

5 —— 譯者的話

9 —— 中譯導讀

29 —— 作者序

33 —— 導論

我們要對現有價值觀提出質疑，
因為覺知到現有的價值觀及其如何在歷史上發展，
是考慮未來行動的先決條件。

43 —— 第一章 消費者導向設計

「消費者導向」或「市場導向」過分強調以欲望為取向的價值，
因此而過度強調設計的結果，使社會以行銷主導的設計體制裂縫，日益明顯。

99 —— 第二章 綠色設計

綠色設計是在一九八〇年代末期出現的設計潮流。
它告訴人們，設計不是單純個人的選擇和偏好，
而是涉及人類、社會、政治和環境面向的複雜問題。

163 —— 第三章 責任設計與倫理消費

愈來愈多人認知到，市場主導設計的價值觀不利於社會的健康，
而許多具有充分專業前景的設計師，開始正視倫理議題，
以及設計師在社會的角色。

219 —— 第四章 女權主義觀點

在一九六〇年代末，女性主義崛起，
而消費主義的設計也免不了面對女性主義的批判，
這個議題再次說明了「市場」及「社會」完全是兩回事。

253 —— 第五章 前進的方向？

我們已進入一個設計的時代。
在此時刻，好記、誘人的口號，必須由知情和明智的思想和行動所取代。
設計師及消費者無法再以無辜或無關道德來辯解。

譯 者 的 話

近年來我國政府及企業十分重視設計，期望藉由設計提高產品的品質與國家的競爭力，因此設計在台灣儼然成為一門顯學。為因應國內產業對設計人才的殷切需求，各大學紛紛設立設計相關系所。國內出版社也「嗅到」這股設計熱，除了進口更多設計類的外文書籍外，有些把上述書籍譯為中文版，或邀請國內專家學者撰寫有關設計主題書籍加以出版。檢視目前出版的設計類中文書籍，仍以印刷精美、偏重技能應用與視覺感受的工具書居多，縱使國內就讀設計類研究所的人數激增，然而針對設計相關議題的批判及論述的書籍少之又少。譯者期盼能略盡棉薄之力，透過科技部經典譯注計畫，改善台灣設計領域長久缺乏設計評論與設計哲理相關書籍的情況。不同於目前坊間的設計工具書，本譯注預期為台灣設計界提供設計思辨與批判的養分。

設計師的傳統角色多半在於創造吸引人的商品以鼓勵消費，藉以產生更大的經濟效益，為企業增加利潤。然而設計師在協助企業「拼經濟」的同時，也應反思本身在設計時，是否在有形、無形中為我們的社會及環境帶來任何負面影響與衝擊。奈傑爾·懷特里當初基於「對坊間有關設計書籍的不盡滿意，因為絕大多數的書，都只觸及設計的表象，很少有設計書籍直接著眼於價值觀，討論價值觀與價值系統的關係，並探索價值觀對人類與生態的影響」緣故，撰寫了《為社會而設計》一書，於1993年在英國出版。原著透過探討消費者導向設計、綠色設計、責任設計與倫理消費，以及女性觀點等議題，檢視設計對社會的意義，以及對社會意識與價

值觀的影響。

1996年，亞當·理查森（Adam Richardson）在設計研究領域重要期刊《設計議題》（*Design Issues*）上發表對《為社會而設計》一書的評論，他認為該書涵蓋的範圍與所論議題，是設計科系學生與教育者用以探討後續幾十年設計樣貌、未來工作與生活的理想讀本。理查森提到，懷特里批判企業以利潤及市場為導向的消費主義設計，卻忽略了女性、兒童、身心障礙者、銀髮族、第三世界等弱勢族群的需求。對照現今生活在二十一世紀的台灣，同樣面臨經濟發展與環保的兩難，以及性別平等的議題，顯示出原著所倡導的觀念未受時空的局限；不僅如此，人類在過去的過度生產與消費，為現今全球在政治、社會、經濟、環境、文化等層面所衍生的種種問題，更凸顯出原著作者的先見之明以及所倡導的核心價值之珍貴。截至目前為止，原著在Google scholar搜尋引擎上顯示被引用了二百七十次，可見它對設計領域的影響深遠。原著（英文版）在1993年出版後，陸續於1998、2006年再版；2004年發行韓文版，而簡體中文版的版權也在2008年，正值本譯注計畫籌備之際，由重慶大學出版社取得。本譯注計畫經由科技部的贊助，讓這本篇幅雖少但內容涵蓋範圍廣泛且所論議題份量十足的「小」書，得以有正體中文譯本與台灣讀者分享。

本譯注不僅希望提供給就讀設計相關領域的學生，作為啟發其對設計的社會意涵有更深層思考的課內外參考書籍，也期望能提供給從事設計教育的工作者，省思本身的教育價值及教學內涵，進而提供對設計相關領域有所涉獵與興趣的一般讀者，能對設計在社會層面的廣泛影響有所認識與理解。為顧及廣泛領域的讀者，譯者在譯注時有以下幾點原則：

一、採用台灣社會普遍熟悉的譯名。為避免混淆讀者對外來譯名的既有印象，同時便於讀者理解文意，譯名一律採用台灣社會普遍熟

悉的名稱，例如安迪·沃荷（Andy Warhol）、勒·柯比意（Le Corbusier）、威廉·莫里斯（William Morris）、普普藝術（Pop Art）、包浩斯（Bauhaus）等等。

二、採用該公司或產品的官方譯名。書中出現的公司或產品名稱若在台灣有明確譯名者，會以該公司本身的譯名為主，例如索尼（Sony）、百靈（Braun）、健怡可樂（Diet Coke）等。針對其他因未於台灣正式上市或對台灣讀者而言較為陌生的公司與產品，為顧及該公司對詮釋其市場名稱意義的權利，在書中會維持其英文原名。

三、針對時空與文化差異的內容加注補充相關說明。文中因國情、社會、文化差異，以及專有名詞或特定時空背景現象，而導致可能讓人不易理解的人、事、時、地、物，將會於該文句出現頁腳加注說明，以協助讀者對整體文意有所理解，又不至於妨礙閱讀時的順暢性。在符號標示部分，本書作者在原著中各章參考文獻的標注符號，以*01、*02、*03……標示，並統一於該章結束之處列出，以方便讀者檢視；而譯者加注的中譯注釋符號，則以1、2、3……標示置於頁腳，以便與原著標注有所區隔。

四、為考量較廣泛的讀者群以及通俗普及原則，注釋資料來源主要透過目前已為各方廣泛應用的網路維基百科，作為注釋及相關驗證資料搜尋參考，其次為與其相關的官方網站與公開資料。因此除了譯注資料引自他處者會於該注釋文末標注出處外，其餘將不再另行標注。此外，若在台灣尚未有明確統一譯名者，會統一採用網路中文維基百科台灣正體版譯名，避免增加目前譯名不一的混淆情況。

五、所有專有名詞（包含人名、書名與特定名詞）首次在書中出現時，將於中譯名稱後加注原文（或加注於注腳譯注說明處），以利讀者對照原文之需要。人名的中譯也按上述原則。無統一中文名稱者，則採用

一般常用之同音且中性意義的字眼。

本譯注計畫的完成得力於多人的協助。研究助理雲林科技大學設計學博士班李盈盈同學與工業設計系碩士班呂國綱同學，在企畫提案、專案執行及結案報告各階段，都能全力以赴，貢獻許多智慧和能力，對本計畫如期完成有不可磨滅的功勞；此外，英國曼徹斯特大學材料織品設計與管理研究所博士候選人施文瑛同學在內容初譯上的協助，以及選修計畫主持人在雲林科大工設所「設計思潮」課程的所有同學試讀了譯本，提供寶貴的修正意見，在此謹致上最誠摯的感謝。

最後，本譯文雖經多次修訂校正與考究，恐因能力不及與失誤而仍有疏漏，企盼讀者不吝指正賜教。

游萬來、楊敏英、李盈盈 謹識

中 譯 導 讀

本篇導讀將從以下幾點說明原著所探討的議題，導引讀者了解本書對台灣設計的影響與意義。首先就其生成背景環境對照台灣現況，標示出本書對台灣設計現況的意義；接著，探討作者撰文觀點對台灣設計思維的刺激；然後是書中所探討的三大議題介紹與說明，最後是對台灣設計的影響與意涵。

歷 史 意 義

奈傑爾·懷特里於1993年所撰寫的《為社會而設計》一書，主要是針對英國一九八〇年代，當時設計在產官學界的支持下蓬勃發展，而在社會形成一股設計熱潮。作者檢視當時設計對社會的影響，並依此脈絡架構進而對設計提出批判。雖然懷特里書中描述的主要是1980年至1990年時，英國設計發展與當時的社會現象，然而對照台灣設計發展及現況，除年代差異之外，兩者在發展進程上有若干相似處，值得我們引為借鑑。

英國人稱為「設計師年代」的一九八〇年代，因當時的柴契爾（Thatcher）政府大力推動產業應用設計以改善產品、服務品質與提升企業形象，並扶植設計產業，讓不少設計公司股票上市；以設計為導向的零售店亦迅速擴張，消費市場的增長，使設計商品銷路暢旺，「英國的設計產業在那個年代裡，每年成長35%。同期的營業額及利潤，則成長三

倍」；也在此一時期設立了英國設計博物館¹，而設計管理以新的學術領域在大學院系中誕生。然而，在一九八〇年代進入一九九〇年代之際，當時急遽衰退的經濟，如懷特里在書中提到，也使得英國的設計產業開始出現泡沫化²。英國高等教育統計局在2007年公布，約有9%的創意藝術及設計畢業生（2005至2006年）是失業的，迫使設計畢業生進入如銷售或餐飲業擔任服務生等低薪工作³。

台灣自一九六〇年代導入工業設計，迄今已近半個世紀。政府自一九九〇年代末起開始大力推廣，並引導企業重視設計，設計產業因而逐漸蓬勃地廣泛發展。2002年經濟部擬定「兩兆雙星產業發展計畫」，勾勒出我國核心與新興產業政策方向，雙星產業其中之一即指數位內容產業；2004至2007年執行台灣設計產業起飛計畫，著重建立設計推動機制、加強設計人才培訓、強化設計研究開發、策進育成設計產業、開發設計服務需求、推動台灣設計運動及促進重點設計發展等；2008至2011年共編列新台幣55.8億元推動文化創意產業六大旗艦計畫，其中包括經濟部執行台灣設計產業翱翔計畫的新台幣8.3億元及創意生活產業發展計畫的新台幣1億元，及文建會執行工藝創意產業發展計畫的新台幣24億元。此外，也積極爭取國際設計活動在台灣舉行，包括1995年的ICSID²世界設計大會，以及2011年舉辦的世界設計大會（IDA）暨設計年推動計畫³。總之，因政府大量資源的投入及倡導設計，使得台灣企業日益肯定設計對增加產品附加價值及企業競爭力的貢獻。

為因應前述產業對創意設計人才的殷切需求，各大學也增設設計相關

1 倫敦設計博物館正式成立於1989年，參見本書第二章譯注1。

2 ICSID，即International Council of Societies of Industrial Design（國際工業設計社團協會）的縮寫，詳參本書第二章譯注4。

系所。以工業設計為例，台灣在102學年度（2013至2014年）有四十所大學，共計有工業設計相關類系四十一個（其中遠東科技大學同時設有「工業設計系」及「創意商品設計與管理系」）學士級在學人數總計11,465人，101學年度（2012至2013年）畢業生為1,819人^{*04}。相較於在1980年至1990年期間，工設相關科系畢業生每年不到二百名^{*05}，在二十三年之間畢業生人數已增為原來的九倍以上。更遑論包含平面（或視覺傳達）、數位媒體、空間與建築等整體設計相關學系的成長總數。然而目前台灣各大學增設設計相關學系，是否面臨設計人才供過於求的就業問題值得重視。

近年來美國及英國的產品／工業設計工作機會萎縮，而大學畢業生人數卻持續成長^{*06 *07 *08}，導致工業設計人才供過於求，就業競爭激烈。台灣在這幾年因應國內產業對創意設計人才的殷切需求，而紛紛在各大學增設工設相關學系的情形，在台灣人口呈負成長之際也漸漸引發學者的關注。此外，自二十一世紀開始，在十年內我們又再次歷經了能源危機、金融風暴，甚至嚴重的氣候變遷問題，造成了全球性的物資短缺、經濟衰退和氣候異常所造成的災害。此重大考驗的影響迄今仍在，因而讓人們開始思索節能減碳的革新改變，反省上個世紀過度的資源浪費和消耗，並驚覺破壞環境所帶來的毀滅性傷害；正如懷特里在本書導論中所提：「目前的情境很適合重新評估設計師在社會上應扮演的角色與身分。」^{*09}，現在也是我們省思設計與設計師在台灣社會所扮演角色的最佳時機。

設計為誰服務？

正是這種檢視設計所處場景、情境，以及所服務的對象與目的之意識型態，進而去檢討省思設計功能以及設計師角色的宏觀角度與批判觀點，

對現時台灣設計而言，不僅具有暮鼓晨鐘的警世作用，另一方面也因為台灣自開始發展和推廣設計以來，幾乎沒有任何與這類評論設計價值觀的相關觀點曾被提出，使得本書所傳達的思想和概念對台灣讀者而言，特別是對於與設計領域相關的讀者來說，更顯得別具意義；如書中所提：「如果我們要了解設計價值的系統，我們需要考慮其歷史、社會、經濟和政治背景。」^{*10}這是現今台灣設計仍有待加強的面向。

目前，在台灣不分產、官、學界均展開雙臂、熱情且毫不猶豫地擁抱懷特里在書中所描述的「消費主義」設計，對這類所謂「消費者導向」或「市場導向」設計促進社會進步和提升國家競爭力的能力全然地信仰，毫無警覺其吸引衝動消費、刺激與點燃擁有欲望的特性所衍生的崇尚物質的拜金功利思維、道德感式微而價值觀扭曲、分裂社會的階級意識，以及資源的耗損浪費與環境生態的破壞對整體人類生存威脅等種種問題。在這一片謳歌聲中，台灣欠缺自省的批判思維，以更廣泛的視角，著眼於設計對所處環境、人、事、物的影響，向台灣設計界發出警訊。

這種廣泛自省的批判思維是必要的，因為「設計專業需要能向內省視，也要能向外展望。它必須檢視自己的作為與價值及其意涵；它也必須檢視社會和世界的條件。此時此刻，當有關消費的議題及消費與世界資源與能源的關係亟需有所作為的時候，設計師不再可以規避其行為的責任，而只是持續地重複包裝相同的舊式消費物品」。^{*11}又如書中引述設計師漢瑞恩₃ (Henrion) 刊於1987年《設計師》(The Designer) 文章中的一段話：「設計師在經濟中的地位極為重要，但他在社會裡的角色也毫不遜色。」^{*12}對台灣設計師而言，正因處在這樣一個體制系統，故更應具備這種廣泛自省的批判思維，以及覺察自身設計所展現的價值觀對所處社會的

3 漢瑞恩，參見導論譯注3。

影響。

這樣的思維也同樣適用於其他設計相關社群成員，因為相同問題也在其身上發生。現今台灣社會普遍價值觀，都傾向於功利主義式的單一價值判斷標準，欠缺其他不同價值觀的宣導以平衡現況，這是設計媒體監督權的失職：「……再設計、再包裝、重新整修等表面活動，以及最新的設計師玩意的誘人喜愛，都更有新聞價值，更令人振奮而已。設計媒體應受到指責，它自以為是，而幾乎沒有提供什麼空間來辯論設計的本質、角色與身分」；而設計出版者迎合市場品味的態度，書籍出版儼然同樣落入「消費者導向」或「市場導向」的運作機制，而「大部分有關設計的書都隱然忽視了我們現時的系統，而將設計的歷史專注於式樣或明星設計師方面。設計出版者（其出版品也愈來愈市場導向）及其他在此市場內運作的團體，因而很少能夠從該市場的局外立場去分析它」。^{*13}

基本上，政府與教育兩界一為法規制定與管理者，一為人才培育者，兩者皆有足夠立場從商業機制之外，以規範的、倫理的觀點評析產業現況；一旦兩者均納入消費主義系統運作的一環，將成為助長此功利價值觀蔓延至整個社會的推手，並強化狹隘的利己思維，而廣泛自省的批判思維，相形下其存在空間亦將受到抑制。本書最末章提及當時的台灣，也曾是該書第三章針對倫理消費議題中所指涉的「廉價、順從和被剝削的勞工」，當時勞工所支領的工資，相對於當時的日本僅有其工資的14%；對照現今台灣的成就，正如同書中所提及，我們的社會已「從一個工業社會轉變為後工業社會，或是從現代主義到後現代主義社會……生活品質的重視正取代著數量上的強調……著迷於讓機器更快或更大的觀點，正受到那些相信機器應該更具有社會和環境益處與責任的人所質疑」。^{*14}這也凸顯出此一批判思維在台灣的重要性。