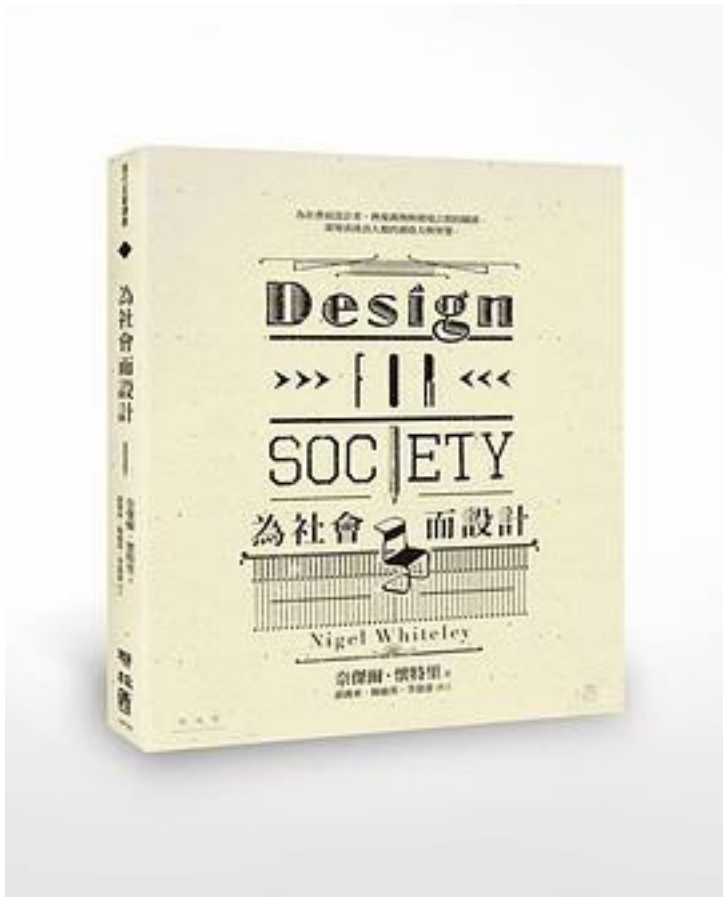


為社會而設計



[為社會而設計_下载链接1](#)

著者:奈傑爾·懷特里 (Nigel Whiteley)

出版者:聯經

出版时间:2014-8

装帧:平装

isbn:9789570844344

時尚的外觀＝剛上市就過時？

設計產品不再是「必需品」，而是突顯品味的「裝飾品」

設計成為一種用來獨佔、區隔社會地位的武器，是有錢人的雅痞樂趣
當「設計」與消費文化及生活品味結合，刺激消費成了最高指導原則，
時髦卻短壽的商品正左右著社會的價值體系。

設計究竟為誰服務？

是我們的消費欲望，還是真正的社會需求？

1979年，索尼（SONY）公司推出了隨身聽、隨身看、手提CD播放器，商業設計開始以創造美好生活型式為訴求吸引消費者。SWATCH手錶不再將報時精確當作手錶的賣點，而是以五顏六色的時尚配件自居，刺激消費者的購買欲望。海尼根的WOBO計畫曾試圖將啤酒瓶做成可回收再利用的建築磚塊，卻因為利潤太低及外形無法刺激消費者購買而宣告失敗……

「設計」原應是為消費者服務，滿足其需求並解決問題，但在消費主義的發展下，「品質」和「附加價值」的吸引力是呈現產品身分和地位的關鍵。設計師不斷替換更新各種造型樣式的產品，為企業刺激銷量，逐漸遺忘設計師的社會責任——為第三世界、環境保護、身心障礙者、醫療設備、實驗研究，及突破性的概念而設計。

《為社會而設計》並非一本反設計的書，更貼切地說，它反對的是消費主義設計。本書透過對資本主義下「消費者導向設計」發展的分析，以及因相關問題衍生而來的「綠色設計」、「責任設計與倫理消費」，以及「性別觀點」等議題的探討，檢視設計對社會的意義，以及對社會意識與價值觀的影響，藉此重新檢視設計的作用與定位。如在「綠色設計」一章中，作者提出「美體小舖」的綠色經驗，討論企業在營利與社會責任間獲取平衡的可能性，以及一項商品從生產、運輸到報廢所必須面對的「綠色」抉擇，和這些決定對消費者的影響，充分顯現了設計與消費主義間相互糾葛的複雜關係。

近年來在台灣，由於產官學的重視，設計相關產業已然成為熱潮。然而，檢視設計師的角色，多半還停留在過去的觀念：創造吸引人的商品以鼓勵消費，產生更大的經濟效益，為企業增加利潤。然而，在此「拼經濟」的同時，也是我們省思設計與設計師在社會所扮演角色的最佳時機。正如維克多·巴巴納克（Victor Papanek）所言：「任何設計方案的『對錯』將取決於我們賦予此項安排的意義。」設計師視野的盡頭不應該只有產品及銷量，而應是社會與人。

※ 書評推薦

這是一本生動、充滿熱情的書，證明商業設計並不只反映這個社會的失敗謬誤，其本身就是這個社會的失敗謬誤

——《設計》（雜誌）

（懷特里）的綠色設計及女權主義觀點……為設計這個行業吹入一股清風

——《生態學人》（雜誌）

懷特里的《為社會而設計》對1990年代，設計與環境、生態之間的關係提出非常重要而合理的論述……這本書能幫助消費者、學生及專業設計者理解更多人性及精神面的需求

——維克多·巴巴納克，《為真實世界設計》作者

作者介绍:

作者：奈傑爾·懷特里（Nigel Whiteley）

英國蘭開斯特大學（Lancaster University）當代藝術研究所（Lancaster Institute for the Contemporary Arts）視覺藝術教授，教學範圍主要在視覺藝術，特別是當代藝術領域。作者也曾在亞洲地區多所設計相關校系擔任客座教授，例如1991年在中國北京的中央工藝美術學院，以及1995年在印度的國家設計學院、印度建築學院與印度技術研究所。

作者的研究策略是持續發展有關改變視覺藝術中價值系統的寫作，寫作範圍也以「視覺藝術」為主，其中涵蓋了藝術、建築與設計。他的主要興趣是各種由歷史形成的文化概念，他既探討藝術形式內涵的概念與價值，也探討藝術形式本身。他尤其對發生在1950年代和1960年代的文化價值觀轉變的「早期後現代主義」特別感興趣。他對藝術研究的貢獻是，提供我們從歷史的角度來理解當前的藝術及現時的價值觀。近年寫作方向為「二十世紀中期迄今的建築價值觀轉變」、以及「隱含在藝術實踐與批評中的價值觀」。

譯注者：游萬來

國立雲林科技大學名譽教授，曾任該校教務長、副校長等職。早年畢業於明志工專（現明志科大）、美國伊利諾理工學院（Illinois Institute of Technology）產品設計碩士及加拿大華鐵盧大學（University of Waterloo）系統設計博士，曾在美國普度大學（Purdue University）創意藝術研究所就讀，在英國倫敦大學金匠學院（Goldsmiths College）任訪問學人（visiting fellow）。亦曾任教於明志工專，兼任工業設計雜誌編輯、社長、發行人等職。參與多項設計評審，擔任經濟部台灣精品評審委員及設計學會理事、理事長等職。他的教學及研究興趣包括產品設計、人機系統設計、設計管理與實務、設計思潮、設計教育與設計倫理等；對漢字發展及國際語言問題有濃厚的興趣，並一直關心國際輔助語「Esperanto」的發展，本身也是身體力行的世界語者。

譯注者：楊敏英

國立聯合大學工業設計系副教授。國立雲林科技大學設計學博士、美國俄亥俄州立大學（The Ohio State University）工業設計研究所設計企畫與管理組碩士、成功大學工業設計學士。日本設計學會（JSSD）會員、中華民國設計學會永久會員、中華民國基礎造形學會會員。多年來均擔任科技部專題研究計畫主持人，及推動地方特色工藝輔導計畫規劃團隊主持人。迄今已發表學術研究論文六十餘篇、技術報告二十餘篇，主要研究領域在設計教育、設計與性別、設計與文化、設計管理等。

譯注者：李盈盈

國立雲林科技大學設計學研究所博士，研究議題為設計倫理教育。曾於台灣民營電信公司與電信加值服務公司任職多年，負責行銷傳播與相關服務企劃等職務。研究興趣亦包括設計管理、網路傳播應用與介面設計等相關議題。

目录: 譯者的話
作者簡介
中譯導讀
歷史意義
設計批判的思維

設計的社會意義與影響

設計與生態環境

設計與社會責任

設計與性別

《為真實世界設計》vs.《為商業而設計》——設計倫理教育的意涵

作者序

導論

第一章 消費者導向設計

任何顏色只要它是白的

任何顏色只要它是黑的

操縱消費者和過時

「活力經濟」與消費主義價值

生活形態的社會語言

行銷的衝擊

策略的生活形態和慾望

設計作為生活形態配件

設計的全球化

設計設計師產品

設計稽核

渴望設計

翻修世界

加速產品開發

消費者導向的設計？

物質世界和「自求庸俗」

社會優先事項和設計

私人富裕而大眾窮苦

設計師：政治和創造力

合法、高尚、誠實、真心

更多的變化

第二章 綠色設計

綠色的起源

「綠色消費者」的出現

綠色政治：色調和變異

走向較綠色設計

綠色設計、需求、和消費主義

能源：消費或保存？

「工人如何？」

生產過程

材料與綠色設計

包裝消費主義的夢想

設計師：反應和責任

建立一個綠色美學？

綠色設計和消費主義

第三章 責任設計與倫理消費

1968年的精神

激進的設計與設計師

維克多·帕帕涅克和「為真實世界而設計」

帕帕涅克和來自「真實世界」的設計師

Lucas計畫和社會責任

對社會有用產品的群體

「對社會有用」設計的邊緣化

在系統內從事「對社會有用」的設計

第三世界的問題和優先事項

合倫理的投資

合倫理的消費
設計專業與社會責任
第四章 女權主義觀點
父權制度的批判
性別的刻板印象
女性為使用者
女性是提供者
風格及性別
以「內隱知識」做設計
在男性世界做設計
設計的文化
為兒童而設計
另一套準則
社會空間的觀點
徵兆或起因
第五章 前進的方向?
．．．．． ([收起](#))

[為社會而設計_下载链接1](#)

标签

设计

設計

設計相關

繁体字

倫理

社會學

服务设计

设计社会学

评论

重庆大学出版社2008年拿的版权，到现在还没出。

这本书只是从社会学的角度去提倡一种更全球化、绿色、平等的设计理念，很少涉及技术层面的东西。不过作为一本二十年前的书，书中的观点到现在还蛮有借鉴意义的。

2019-4-13

关于设计的良心，再追问下去就是一种无力感，设计师与用户是彼此成就，推动着社会进步。只是在行销主导的消费市场中，两者都在指望对方能够首先觉醒。2017-12-13标记一下，在双城咖啡看到了第78页，台版书，已引进，没出版

几年前在广州方所买的书，一直放在书柜里忘了看。二十年前的论述，放到今日中国，一点都不过时，无论是绿色设计、女权主义设计，今天的主流讨论还是远远不够的。

细腻深入，不管从事什么行业，都值得一读

设计向内看的同时，也应向外看看

看完了也没有答案 不光是设计师，消费者也应该读一读

设计哲学

設計不止關乎物質性的環境，也和整體社會的消費文化緊密扣合，設計者的責任不單僅只是設計出熱賣的產品，同時也有其他應該負起的社會責任。本書與《為真實世界設計》同為研究社會設計的兩大經典書目，同樣介紹社會設計的發展脈絡，此外可以看作是最早明確提出「社會設計」概念的一本書(在前者只是籠統的理念呼籲)。本書充滿濃濃致敬Victor Papanek的味道(

從書名不難想像)，一樣適合設計專業者、研究者作為重要的知識來源進行閱讀。

[為社會而設計_下载链接1](#)

书评

[為社會而設計_下载链接1](#)