

對「2015臺北設計城市展」的觀察與省思

吳靜宜

國立臺灣師範大學社會教育系

muse2015@gmail.com

摘 要

「2015 臺北設計城市展」以社會設計為主題，期望藉由探討社會設計重新鏈結臺北的設計動能與社會意識。本文首先追溯社會設計理論發展脈絡，釐清社會設計的定義。接著探討「2015 臺北設計城市展」活動是否扣合其預設的「賦權、幫助利他、社會整合」核心價值。研究發現：展覽強調對人的關切與社會整合，探究人與其情境脈絡的社會設計如何進行，強調民眾參與和增能，但是缺乏民眾參與的積極策略；展覽之後可持續性實踐的可能性則有待強化。對活動「海選100 個社會設計提案」的議題內涵及服務對象分析，發現提案多為對問題局部的改善，少有根本性的變革之企圖，也鮮見跨領域的合作。最後建議政府應 1.落實民眾參與的實踐；2.可持續性實踐的整全規劃；3.更重視改變人心策略的設計；4.促進跨領域的合作，以真正落實社會設計。

關鍵詞：社會設計、2015 臺北設計城市展、增能賦權、協助利他、社會整合

論文引用：吳靜宜（2016）。「2015 臺北設計城市展」的觀察與省思。《設計學報》，21（3），45-67。

一、前言

作為 2016 設計城市的前哨展覽—「2015 臺北設計城市展」十月在臺北松山菸廠串連了展覽、現場活動、民眾參與網路提案及票選、論壇、工作坊等多面向的活動。今年主題「WE ARE THE POWER，社會設計=人民的力量」，揭櫫「賦權、協助利他及社會整合」的核心價值。展覽試圖翻轉長久以來的市場消費主義傾向，倡議設計應負起社會責任，回應民眾的需要，尤其是幫助弱勢者解決困境，使人人都可享有更好的生活品質。社會設計不僅是設計界的典範轉移，本展覽的負責人吳漢中在 2015 年 10 月 25 日論壇表示：更想藉展示和討論，在企業家與年輕人的心中埋下種籽，乃至形成一股風潮直至改變人心；如展覽緣起說明：「社會設計不光只是一件設計商品、口號或理論，而是具有持續推動城市翻轉、有機成長的巨大動能，藉由探討社會設計，理解臺北市民共創的城市價值，並凝聚臺北的設計動能與社會意識，打造臺北的文化願景。」（臺北市政府文化局，2015，頁 2）。社會設計還被賦予改變市民意識和凝聚社會意識的可能性，從展覽中提供的互動及民眾參與的提案，則可看到市民共創的價值。如此在國內設計界乃至整個社會注入的一股新能量，值得在特展結束後，延續社會設計的討論。

近十年社會設計的討論和實踐如雨後春筍在國內外出現。社會設計的論述和實踐，因社會文化情境和倡議者的觀點而有不同的強調重點。例如，「2015 臺北設計城市展」系列論壇中多位來自歐洲的講者

不約而同表示他們的實踐中並不特別強調社會設計，因為對人的關注及社會面向本來就應該存在於設計師的考慮當中。對照臺灣的情境，設計專業的養成傾向由市場經濟意識型態所主導，在市場競爭壓力下，設計作為產品的附加價值被認為是提升競爭力的良藥，而設計作為改變社會的力量則鮮少被重視（游萬來、楊敏英、李盈盈，2014）。因此對社會設計的討論有助於突破臺灣設計界的單一價值觀，重新界定設計師在社會上的角色。近年，來自設計學科內部反省的聲浪，導入「社會設計為基礎的學習」（social design based learning）理念進行跨學科合作的設計課程，認為此種教學取向有助於提升學生的社會覺察力、產品創新和企業經營素養（Cádenas, 2009）。另一方面，社會設計不僅探討設計的社會責任問題，也牽涉到設計師在面對社會時，因知能和資源的不足而難以掌握社會的需求，導致設計成果和現實的落差。已有設計師呼籲跨領域專業合作的需要，有效整合各種資源，才能解決問題（胡馨文、李晨瑜、吳培弘，2015）。然而，和市場導向的設計相比，社會設計的理論論述尚有許多待充實的空間。國內除了陳東升和張聖琳從社會設計角度對社會及農業議題的討論，與 2015 年 9 月中山設計產業園區的「社計思維」展覽探討「社計＝應該是解決社會問題的設計」以外，鮮見相關討論。如果「2015 臺北設計城市展」打算在臺灣點燃社會設計的討論，不管從理論去指引實踐，還是從實踐映照理論，社會設計理論的釐清有其必要。因此本文第二節試著探究社會設計的理論意涵，並歸納其定義。

在理論文獻的映照下，本文第三節檢視「2015 臺北設計城市展」活動是否回答了其預設的核心價值。展覽的主辦單位期待藉由展覽及活動，導入社會設計的討論，使更多設計工作者及大眾關注這個議題。透過一個展覽活動實際上是難以達到（或理解）社會設計或城市翻轉的目標，然而系列活動中的「海選！100 個社會設計提案」引起百餘團隊的參與，其設計議題的多元性和創新性及其限制，將在第三節後段進行分析。最後提出對整體展覽活動的反思與建議，供政府及設計領域師生投入社會設計的實踐之參考。

二、社會設計的理論意涵

2-1 設計價值觀的典範轉移

社會設計的理念來自 1970 年代 Papanek（1985／楊路譯，2013，頁 105）認為設計師應負起對社會的責任，指出：設計師自限於滿足人們淺短的慾望需求，而忽略了人類真正的需要。他認為在啟動設計之前，設計師應自問「為什麼」而做，「設計師必須擁有自己的社會及道德判斷標準，換句話說，亦即反思所做設計對社會是否有益。」有社會責任感的設計師應該為 90% 的公眾而設計，而不光是為了金字塔頂端消費得起的人們服務。Papanek 認為（1985／楊路譯，2013，頁 105）「設計的最終職責，在於改造人類生存的環境和工具，並藉以改變人的本身。」因此，他提出六個設計優先項目的設計進程，如為第三世界設計、為弱智、肢障、失能者的教具設計、為環境、為突破性概念而設計，並呼籲涵納社會、道德和生態面的考量。設計不只是針對單一物件，而應該考量整體的關連。

N. Whiteley（1993／游萬來等譯，2014）延續對 1920 年以來的消費者導向、工業主義和利潤導向的設計觀之批判。他指出號稱「消費者導向」的設計，骨子裡是「行銷策略」主導，驅動力來自市場行銷，目的是為了謀求銷售業績和利潤。為了提高銷售，製造商藉由推陳出新的產品，刺激慾望，鼓勵汰舊換新，提增消費。此時設計師被召喚來提高商品的「附加價值」，如外型、功能、包裝，而不過問材質、產製流程是否造成了環境負擔，設計儼然是市場行銷的分支。Tim Brown（2009／吳莉君譯，2010）也指出慣行的商業產品開發，多將設計師的角色放置在開發流程的末端，設計被叫來為產品美化包裝，而未從產品的定位方向就介入。這裡呈現兩個問題，其一，在效率至上的分工體制中，專業被切割分派在

各自局部的領域，缺乏對產品及其所牽涉到的問題背景之整體洞察。設計師被摒除於掌握問題脈絡的定位之外，又受制於刺激慾望提增消費的商業邏輯。其二，在利潤導向的思維下，社會中購買力弱的族群和階級，因為從他們身上得不到利潤，他們就被排除在市場考量外，其需求就被忽略不理。

Margolin 與 Margolin (2002) 承續 Papanek 以大多數民眾需求為中心的理念，主張設計師所具備對有形、無形產品的前瞻和創造能力，應發揮在更寬廣的人類問題及人類福祉的提升上。他們提出「社會模式」主要目標是為社會邊緣、受到低度關注的民眾需要而設計。他們提出社工模式的社會服務介入產品設計的過程，在處理問題時採取六個步驟：參與、評估、計畫、實施、評量、結案。設計過程重視使用者系統的反饋，直接的方法就是讓深入掌握使用者問題的社工與設計師並肩合作。方法包括：探究設計議題時多面向地提出問題，介入使用者情境的參與式觀察，以及在真實情境中測試設計的有效性。因為正視使用者的需要，探究使用者需要的技巧和研究成為設計過程必備的知能，在設計師無法快速準確地掌握問題的情況下，與熟悉使用者的領域專業者合作，或直接觀察、探問使用者，有助於對症下藥設計出吻合使用者需要的產品。「社會模式」的設計顯現理論家對設計傾注強烈的社會弱勢者關懷，如對年長、身心障礙或病患的需要，以及利他的價值觀。

近二三十年社會設計受到重視的原因，一方面因人類社會追求美善的生活，然而過度消費造成的環境破壞、市場經濟造成的社會不平等，以及不同文化的差異引發衝突等問題難以獲得妥善解決，人們寄望透過設計方法謀求解決（陳東升，2013）。筆者認為因科技及網路的發展，社群媒體的溝通與傳播的快速和民主化，公民能夠便利且自主地表達和凝聚認同，形成集體的力。公民不僅可以自由而自主地抒發對社會制度變革的訴求，也更有空間參與公共空間和公共事務的設計。另一方面，在系列活動之一 2015 年 10 月 18 日「社會設計概念起源—歐洲經驗（二）」論壇，受邀的香港理工大學設計學院教授 Ilpo Koskinen 認為年輕設計師不願設計只是為了提升銷售，他們希望設計能改變社會。而且，歐洲年輕人的高失業率，迫使他們開發自己的空間、建構自己存在的意義。他們轉而開發未被商業體系佔領的社會空間和議題，關注如窮人、高齡、身心障礙者等弱勢者的需求，挹注設計創意尋求突破現狀，甚至具有社會改革的訴求。

綜上所述，社會設計批判現行體制的價值觀為求提高效率和利潤，忽略了為何、為誰而設計的問題，而且專業被極度分工和孤立，設計師被編派在為產品化妝的枝微末節，而鮮少參與產品的概念發想。社會設計的概念是設計價值觀的典範轉移，然而這並不意謂設計應排除具經濟效益的商業模式。社會設計認為應從服務對象、設計動機和設計方法，介入對社會的責任、對弱勢者的關照及對生態環境帶來影響的反思與行動。

2-2 從整體和多元觀點處理問題的社會設計

過去的設計工作取向顯示大多數的設計專業者是做單一產品、單一服務的設計，是在既定的學科框架下如建築、工業、平面設計下尋求解決方案，而沒有在設計之前，去探問到底要解決什麼結構性的問題。陳東升（2013）認為社會學提供給傳統設計專業另一種思考角度，由於社會學是要解決系統的問題，而不是單一的物件，所以會先勾勒問題的架構，豐富化問題的內涵，關注人的想法、感受，以及人與人、人與物之間的關係，而不是將問題簡化或視為理所當然。換言之，一個想解決社會問題的設計，是會去關照問題牽涉的各個層面，包括公眾的需求及其所處的社會文化脈絡。在擔任「社會設計概念起源—歐洲經驗（一）」論壇主持人時，陳東升定義社會設計是為人民而設計（design for the people），屬於人民的設計（design of the people），以及由人民來設計（design by the people）。

早期的設計觀受到機械工程分析方法的影響，主張邏輯、理性的設計過程（Simon, 1984），主要應

用在大規模軍事或太空工程這類的「硬系統」計畫。這種取徑擅長處理的是定義清楚、範圍明確、穩定的問題，人們盡可能地解析問題，認為要充分蒐集資料分析問題之後，才可能得出解決辦法。為了分析的效率，問題被分解為局部來個別解決。以為分別解決了所有的局部，等同於解決整體。然而，這種機械觀的設計在面對非工程的、攸關社會「軟系統」問題時就自曝其短，傾向過於簡化地理解和處理複雜的社會關係，因為社會的議題往往是互相連結和相互作用的，牽一髮而動全身，局部的因素無法與其他因素分開考慮（Banathy, 1996）。

任何設計都是處於特定的社會脈絡中，設計問題牽涉決不只是單一的面向，使用者社會脈絡的複雜度及關連性往往非單一領域的知識可以解決，需要跨領域專業的合作綜效。因此社會設計也牽涉到 Papanek（1985）提出的「整合設計」（integrated design），要求設計師應從整體的角度探究設計對象所處的情境，事先確定問題的複雜度，「並不會輕易屈服於『只憑經驗』的調查」（Papanek／楊路譯，2013，頁 383）而且，這是一種跨學科，並在「學科接合處進行的規劃與塑造行為（頁 412）。」他認為這就需要能全面處理設計流程的設計師，設計師需要有通才的訓練，就像人類本身具備的能力，整合了呼吸、平衡、步行、感知、製作符號及組成社會，都互相關聯。

由於科技發展的突飛猛進，技術觀點甚囂塵上，幾乎失控地凌駕於人文和社會的觀點，成為決策考量時的唯一觀點。而這偏頗和單一的觀點面對當今社會的複雜問題往往束手無策。因為在複雜的社會系統中有很多因素交互作用，因此需要不同觀點之間的互補和激盪（Banathy, 1996）。因此，採用多元觀點對解決社會問題的設計很重要。社會設計強調使用者需求和相關各層面因素的整合，往往需要不同領域的專業整合以開發出創新的構想，整全地系統思考以謀求解決辦法，突顯了跨領域團隊合作的重要。

2-3 社會設計促進社會創新

自遠古人類的祖先在和環境互動下對生活的改善和對環境的因應，就表現出人類的設計（Simon, 1984）。演變至今，設計不是只有產品或服務的設計，多種不同的專業也都涉及設計。Papanek（1985／楊路譯，2013）對設計下了一個寬廣的定義：設計整合了所有的生活和人類活動，任何想要分離設計成為獨立事件的企圖，都違反了設計孕育生活的內在價值。Jantsch（1975，引自 Banathy, 1996）認為設計是人類主動營造和世界關係之有目的且創造性行動的核心。從社會系統的觀點，Banathy（1996）認為設計是醞釀構思一個理想的系統，然後將之描述出來，而運用創意於社會系統的設計能導引出社會的發展和進化；社會系統的設計是具有目的性、為特定價值的。當設計者步出市場導向的藩籬，會發現整個社會的制度和措施無處不是設計的對象，人們透過設計把心目中的理想狀態實現出來。我們今天承受著過去設計的結果，但是我們有責任也有權利為自己的未來提出更好的設計。尤其是在變化快速的世界，當人們感知現況需要改變，謀求社會革新，此時必須斷然捨棄老舊過時的價值觀，重新設計。由此觀之，設計是尋求更好的未來的探問方式，當我們反思設計的定義和為什麼我們需要設計，更能理解設計在促進社會革新的關鍵角色（Banathy, 1996）。

陳東升（2013）提出透過社會設計來落實社會創新。他認為當代的「社會創新」聚焦在解決社會問題，其方法是應用適當的知識與科技去解決社會問題，滿足公眾的需求，達到公共的利益，並獲得社會資源和支持。社會設計和社會創新的目的都是要滿足大多數公眾的需求，追求更美好的生活。

2-4 民眾參與和增權賦能

社會設計如何操作？除了以上兩節談及社會設計關懷的對象、整體和跨領域專業的合作，學者們也強調藉由民眾參與的過程，提升民眾設計公共事務的能力。Manzini（2007，引自 Cipolla 和 Bartholo, 2014）強調透過設計過程的參與，增強使用者自身的能力，以及使他們能自主地面對在地的挑戰。他展望的是

一群有創新能力的市民組成的創造性社群，能透過社會學習過程，提出問題解決辦法及開發新的可能性，最終要追求社會及環境永續的設計。關照的議題例如共同住屋運動、鼓勵城市居民多走路和騎單車，以及面對高齡化社會所需的社區照護系統、或者是共同採購、有機健康生產者支持網絡等。Manzini 注重設計與在地脈絡和永續性的關聯。同樣在運用設計去改善民眾生活的理念下，英國設計委員會（design council）更著重在公共服務、商業及人造環境三個領域的改造，且以使用者參與規劃提出符合其需求且具有創意的服務模式。「設計師的角色是促進和支持設計的過程」（Cipolla & Bartholo, 2014, p. 89）。Manzini 和 Rizzo（2011）認為當代大規模、可持續改革的社會創新，往往需透過使用者和設計師的共同設計去達成。而參與式設計的方式從計畫中納入民眾意見的傳統方式，開展為主動的公民群體透過社會科技進行的開放而透明的互動過程。設計師的角色不再只是代替民眾去設計的專家，而在於提升民眾參與的興趣，並協助民眾運用技能提升自身的能力。

社會設計的過程為什麼要強調「民眾參與」？因為不論是多麼創新的設計都需要使用者接受才能執行無礙，實施時仰賴使用者的積極涉入。而使用者對解決方案的承諾來自於明瞭解決方案的內涵和發展過程。而且，面對今日世界的快速變化，以及愈形複雜難解的問題，專家往往只對單一領域有深入研究，而在使用脈絡中的民眾則對問題瞭若指掌，是最好的設計資源。因此，社會設計的過程強調使用者、受影響者的參與，涵納不同關係人的觀點及溝通對話。

Banathy（1996）直言依靠專家來解決問題不是治本之方，因此應該培養民眾的設計素養和知能，使他們對設計決策的優劣和效能具有判斷能力。設計素養是有能力瞭解設計是怎麼一回事、設計如何進行，以及設計對生活品質的影響。在技術性產品的設計上，專業是必備的要項，但是在社會系統的設計上，例如教育、交通等，則是系統的使用者—亦即民眾—最清楚什麼是好的設計。當我們重視設計素養的培育，就會創造一群有知識又有判斷力的產品或社會系統的使用者。而當這些使用者視設計為己任，成為負起形塑未來責任的設計者，人人有能有權有責地涉入攸關自己生活的設計，則體現了增能賦權（empowerment）（Banathy, 1996）。

社會設計的理念也使設計師更多地關照自己所屬社群／區的議題，設計師和社區的結合，透過設計特有的思考模式謀求解決方案，發展出地方層級的社會改造運動。但是，考驗在於如何持續進行社會系統的改變？這就需要重新檢視看問題的方式，注意不能停留在問題的表面，援引系統思考的路徑。社群或社區不應是等待設計師提供服務的業主，而設計師也不應自外於服務的社區。雙方持續深入的對話，促使社群的合作設計過程找出永續的解決辦法（Giboney, 2013）。Cipolla 和 Bartholo（2014）也認為「有社會責任的設計」（SRD）乃從設計者的生活脈絡中開始，透過與生活在同一脈絡中的人們建立對話關係，來改變現況。

2-5 社會設計的意涵

經由以上的討論，可歸納出社會設計有兩個批判的對象，一是利潤至上、刺激消費的設計導向，另一是專業分工欠缺整體觀的設計方式。透過對前者的批判，設計者把焦點轉向以人的需要為中心，更關注被商業利益考量忽略的邊緣、弱勢族群之需要，強調利他的價值。而為了設計出真正符合人們需要的事物，應該要具備社會文化脈絡的理解，這牽涉到對工程機械邏輯設計取向的批判，因為它切割問題成可處理的局部，傾向簡化問題，缺乏整合及整體觀，不適用於多方利益關係者糾纏難解的社會問題。因此，社會設計有兩個層面的意涵，其一是和公眾連結的設計，另一是為解決問題、謀求更好的社會而設計。以下分別從服務對象、設計動機和目的、設計過程和方法來歸納社會設計的意涵：

（一）設計服務的對象

1. 為大多數的公眾而設計，而不是支付得起消費的人而設計。
2. 特別關注社會中邊緣、弱勢族群的需要。
3. 以人的需要為中心，從人所處的社會文化脈絡來定義。
4. 設計師從生活所在的社區／群開始服務，並推動設計。

（二）設計的動機和目的

1. 為人人謀求更好的生活，為了改造人類生活，具有目的和價值導向。
2. 為公眾和利他而設計。
3. 對社會現況問題提出創新的解決方法。
4. 是對社會和生態環境有責任感和道德的設計。

（三）設計的過程和方法

1. 介入使用者情境觀察，探究使用者脈絡中人與人、人與物的關係。
2. 以整體觀看待問題，重視多元觀點和跨領域專業的合作。
3. 運用參與式設計的技術對民眾賦權，提升社會大眾的設計能力，而非對專業者的依賴。

三、「2015 臺北設計城市展」的特色及問題

3-1 展覽活動四大主題展現社會設計的多元面向

2015 臺北設計城市展是台北市政府文化局編列預算，「2016 臺北設計之都」小組推動，邱文傑為策展人，王耀邦為共同策展人。展覽企圖傳達社會設計從人民的力量出發，「每個人都有參與社會設計的基本權力」，社會設計具有增能賦權、協助利他及社會整合的價值，展覽內容「跨領域及多面向的展現社會設計在不同領域所能呈現的時代樣貌」（臺北市文化局，2015，頁 8）。根據策展人的定義，「增權賦能」（empowering）意旨民眾透過設計過程的參與或設計結果能提升民眾的能力和自我認同，「協助利他」（enabling）不只是幫助人，更是讓人變得更有能力去適應生活，協助解決社會問題。「社會整合」的價值意謂透過設計促進人和人的接觸與連結，提升歸屬感並產生共同意識（臺北市文化局，2015，頁 2）。

整個展覽活動由四大部分組成，包括 Exhibition／社會設計力量、Experience／享受社會設計、Forum／什麼是社會設計、Workshop／社會設計工作坊，其內涵分敘如下：

3-1.1 Exhibition/社會設計力量

展示以八座穹頂結構組成，每一穹頂為一個子題區，如下頁圖 1 所示，分別由八位分區策展人串連多位設計師或創意工作者，從不同面向探索設計在台北城市生活中實踐的可能。包括展區：01「他，無遠弗屆」介紹日本設計公司 GK Design 成立的社會背景和介入日本社會重建之理念。展出代表作東京新宿車站指標系統的設計思考，他們如何分析乘客的動線節點，依據各節點乘客所需的資訊和發生的行為，對應於指標設計。把指標視為連結每個段落行為的橋樑，從點連成線再擴及面。展示告訴我們設計在多大程度上介入民眾的日常生活，車站指標設計的周延優劣程度直接影響每天車站中百萬人次的便捷乃至安全。展區 02「他，改變認同」由八位設計師提出不同的臺北捷運另類地圖的創想，例如「臺北森呼吸」藉由綠色休閒路線的地圖，改變通勤族由捷運連接工作和家庭兩端的重複性，透過新觀點的地圖主題改

變人們對捷運的感覺和關係，也改變人們對城市的認同。彰顯了設計可觀照到人的各種層面之需要--休閒、精神、醫療等等的需要。展區 03「他，翻轉偏見」由邱文傑邀請四組年輕建築師以民生社區街廓的都市更新為例，藉由社會設計的方法—使用者與設計師共同設計，透過對話凝聚共識，產生深具社會關懷或創新的設計概念，而其過程的溝通則可能引領和改變人們對現實的想像。



圖 1. 穹頂結構由鋁管組構，具組合彈性且可回收再利用，03 區「他，翻轉偏見」由邱文傑邀請四組年輕建築師以民生社區街廓的都市更新。(資料來源：汪德範 Te-Fan Wang 攝影，格式設計展策 InFormat Design Curating 提供。)

展區 04「他，引發榮耀」是服裝設計師齊振涵為警察、清潔隊員和郵務士設計制服，希望藉由制服美感提升基層人員的價值與尊嚴，改變市民對他們的認同。展區 05「他，賦權於公民」介紹數個公民自主改變社會的行動者，他們藉由網路串連，發揮想像力去詮釋當代社會議題，激起公民意識，展開集體行動，例如群眾募資「貝殼放大」、獨立書店永樂座、滅火器合唱團。展區 06 環保智慧科技機車 Gogoro 的城市進化願景；展區 07 特派至哥本哈根觀察社會設計的報導展示。展區 08「他，團結個人」介紹日本富士音樂祭不單是優質的搖滾樂演出，還融入與自然共生的環境意識，民眾可接觸到 NGO 團體分享非核家園、地球暖化等環保議題，多采多姿的工作坊也提供「做中學」的體驗。音樂祭現場有妥善的無障礙空間、供身障者使用的觀賞台、專屬孕婦和老人的休息區，這些體貼的設施滿足各社群的需求，體現對人的高度尊重。籌備過程由樂迷、樂手、志工相關組織的力量團結共事，具有高度凝聚的社群參與機制，而且展現高度的自律和分享（臺北市政府文化局，2015，頁 12-27）。本展示強調音樂祭可以在震撼身心的音樂之外，透過關注人及社會議題的設計，提升參與者的自覺和公民責任感。

八個子題展區呈現「社會設計是什麼」以及「社會設計的實踐成果為何」（臺北市政府文化局，2015，頁 10）。這些設計涵蓋與生活關聯的創新思維及設計的多元面向，關懷社會基層和弱勢者，每個都帶有為公眾謀求優質生活的企圖。環保節能車、公民行動、民生社區街廓的都市更新及日本的富士音樂祭展區，可看到生態、環保、教育乃至社會正義的議題可以透過設計來與民眾溝通，設計成果乃是專業者與民眾對更好的未來之集體共識的展現。

3-1.2 Experience／享受社會設計

「100%哥本哈根」攝影展，和三個現場體驗活動。展覽現場的三個互動體驗，分別是：「臺北五分之一」文字接龍共同創作，邀請 50 位公眾性的領袖人物或專家，為每個故事先寫下第一和最後一句，中間的句子由 48 位民眾填補，藉此讓觀眾體會共同創作一個臺北的故事文本，如下頁圖 2 所示。「Taipei Voice」邀請台北市民分享心目中與臺北產生連結的音樂，站上 DJ 台播歌，並邀請多位跨域創作者進行對談。「Power Drawing 著色臺北」由藝術家以「We are the power」為主題，現場創作並邀請民眾共同

畫出對臺北的想像。這些活動意圖讓民眾透過共同創作與他人連結；藉由體會個人介入集體創作，傳達人人有權參與社會設計，及社會設計由民眾的智慧與創意集結而成的理念。



圖 2.「臺北五十分之一」文字接龍共同創作
(資料來源：作者攝影)



圖 3.「百分之百哥本哈根」攝影展探討大城市中多元的認同和觀點，
突顯以人為本的設計思考。(資料來源：汪德範 Te-Fan Wang
攝影，格式設計展策 InFormat Design Curating 提供。)

「百分之百哥本哈根」攝影展探討人們如何在哥本哈根這個大城市尋找自我認同，如圖 3 所示，呈現哥本哈根 100 名市民在生活空間中的照片，他們是依照性別、年齡、族裔背景、社經地位、家庭狀態與居住地點六個類別，根據官方人口統計數據抽樣出來。展覽說明攝影師經過數月的人類學田野觀察並與受拍攝者對話，掌握其社會文化脈絡後，創作了一系列文字與照相，揭示出參與者的個人故事與認同，呈現需被嚴肅以待的社會問題—失業、酗酒、移民、毒品氾濫、性別歧視等，例如黑人移民在胸前掛上皮包告訴大家「我不會搶你的皮包」，訴說在這個城市中黑色皮膚和犯罪聯想在一起的種族歧視。攝影呈現的每一個人都以獨特的故事和對都市議題的看法，組成哥本哈根人的多元面貌。攝影師揭開市民生活經驗和認同的多樣性和城市議題的複雜度，召喚人們正視和關注社會的問題，透過對社會軟硬體的重新設計尋找出口。展覽提醒我們設計師關注的視角，在商業產品之外，社會中尚有許多值得投入創新與設計的議題。同時，本展示也呼應社會設計「以人為本」的核心價值，強調對人們所處的社會脈絡進行探究，而不是以數據簡化分析。

和民眾參與有關的活動還有在網路進行的「海選！100 個社會設計提案」，另於 3-3 節詳述。

3-1.3 Forum／什麼是社會設計

討論社會設計的論壇計有六個場次共十二位國內外學者及專業者參與，在現場講述理念並與現場民眾對話。論壇主題分別是：1.設計與社會設計-日本經驗；2.社會設計概念起源—歐洲經驗；3.社會設計的未來。

3-1.4 Workshop／社會設計工作坊

六次的工作坊由專業者帶領民眾探討以下各議題：1.由工業和建築設計師主持，讓市民回饋意見探討城市空間公共性；2.由平面設計和服裝設計師主持的城市形象討論，激盪出市民對城市的期待與認同，讓每一位參加者都可能成為影響城市的一份子；3.社會企業實踐者如社企流的代表，探討應用於網路參與平台的軟體設計，並檢視政令系統的流程制度。

整個倡議社會設計的展覽活動，串連了近五十位來自各領域的專業者參與，並呈現出與實務界、真實生活的動態鏈結，其能動性在臺灣前所未有的，下一節闡明該展覽的特色與問題，並對照主辦單位宣稱「社會設計=人民力量」的主張及核心價值的分析。

3-2 展覽活動是否回應「增權、協助利他、社會整合」的核心價值？如何回應？

3-2.1 強調對人的關切與社會整合

對人的關切和社會整合的理念貫穿整個展覽，八個子題展區從車站的指標識別系統、捷運地圖、社會住宅到日本富士音樂祭的介紹，都聚焦在闡述以民眾的需要為中心，藉由設計促進社會的互動溝通和探索新的可能性。例如，展區 04 服裝設計師為警察、清潔隊員和郵務士等基層人員設計的制服，如圖 4 所示，說明了藉由美感提升尊嚴與價值，提升大眾對這些基層勞工的認同，有助於社會的溝通和整合、凝聚共識。



圖 4. 藉由為警察、郵務士的制服設計提高認同¹

3-2.2 社會設計如何進行

八個子題的主展示區，傳達了策展人邱文傑「跨領域及多面向的展現社會設計在不同領域所能呈現的時代樣貌」（臺北市府文化局，2015，頁 8）的理念，著重在呈現「社會設計是什麼」，部分展示也探討「社會設計如何做出來」，亦即探究設計如何介入使用者情境蒐集資料，如何處理使用者脈絡中人與人、人與物的關係。社會設計強調設計團隊需要深入且細緻地去介入探究現行體制及其脈絡，在不同立場的關係人意見之間溝通折衝，且因為牽涉到的多元層面往往非設計師專業能在有限時間內理解掌握，整合跨領域專業成為必要過程。在此視角下，以展區 01 日本 GK 公司的車站識別系統為例，如果能在展覽限制之外，多一些呈現設計團隊所面對的不同立場的折衝考量，多元的專業組成，及他們如何整合不同專業產出一個整體的設計之方法，更能彰顯社會設計所強調的使用者脈絡、跨領域整合操作上的意義。而且，在實務上，社會設計如何做乃是臺灣現階段在推廣社會設計亟需的知識和經驗。然而，欠缺解析設計背後的社會脈絡探究過程，可能使展示讓人誤以為設計公共的空間或措施就是社會設計。

相較於此，展區 05「社會設計與公民力量」的展示內涵除了告訴觀眾什麼是社會設計，也闡述這些個案如何做到。這些在我們的社會角落發生的真實個案，善用網路科技串連、討論和募資，展現個人自覺和想像力去影響和號召他人，凝聚成改變社會的力量。例如，透過網路力量送台灣館到米蘭世博的 OPTOGO 共同發起人、以音樂創作介入社會運動的滅火器樂團、永樂座獨立書店創辦人等。展覽將個案從其家庭及求學背景、面臨問題、引發動機、構思到採取行動生命歷程透過簡潔的圖表說明，如下頁圖 5 所示，使個案的心路歷程和實踐經驗一目了然，可以作為其他市民的借鏡。此展覽的價值來自於以具體事例闡述社會的改造源自於個人的自覺和行動力，人人可作為社會系統的設計師，展示分享公民實踐社會創新的經驗，比任何紙上談兵的設計創意都更具有說服力。

需要肯長期承諾的實踐者，也需要支持他們的資源及政策。若我們期待透過社會設計的過程達到民眾的賦權，那麼我們就必須花更多心思在設計落實民眾參與和提升設計素養的策略。

3-3 可持續性實踐的侷限

本次系列活動中有許多活動是市民參與現場共同創作，或邀請國內外設計師至社區，與市民產生互動與連結，然後產生改造提案。其過程使原本無關設計領域的市民、或鮮少被關注的需求被注意和整合。如文化局主辦的國際設計師駐村交流計畫，Ori Ben-Zvi 以《關於路邊攤》設計模組解構鐵板凳、塑膠籃等夜市物件，如圖 6 所示，重新詮釋為用餐家具的設計，也探討到夜市美學。展覽呈現的是透過外國專業者視角的詮釋設計，也感受到跨文化交會下迸發的新穎創思。然而本活動的設計，並沒有讓國外設計師有充裕的時間和社會文化資源去深入了解夜市的問題以便轉化為設計。而工作坊之後，對這段期間國外設計師與民眾互動的成果，並無後續的行動和整合，其設計也沒有受到相關局處的重視。問題癥結在於主辦單位將此一事件，當作單一活動去構思和設計，而不是將目標放在針對實際問題提出解決。



圖 6. Ori Ben-Zvi 以《關於路邊攤》為夜市使用者提供用餐家具的設計，也探討到夜市美學。
(資料來源：作者攝影)

同樣的情況也發生在「海選！100 個社會設計提案」。135 個提案呈現市民意圖參與改變城市的社會力。提案不乏創意和可行性，例如唯一由網路票選的人氣獎得主「陽光大台北 UBRELLA 公車愛心傘」是整合 Ubike 租借技術和設施，提供公用愛心傘借用，呈現利他的物資共享流通創意。十名決賽者中，由專家現場評選的第一名「門牌更新計畫報告」跨領域結合視覺設計、QR code 及 APP 功能，將臺北市現有門牌改善為便利、易讀、美感融入市容的設計。兩名優選，一是「行動勞工顧問-搭建勞動問題與解方的橋樑」將勞工的疑問與資訊系統性彙整於單一 APP 之中，針對勞工輸入的身分提供客製化的問題解決資訊。另一是「Bikecycle」透過價格及優惠誘因平衡 Ubike 車站的供需。這些提案都針對當前的社會議題、民眾需求提出解決方案，在曇花一現的活動之後，延續這些社會設計的影響力和實現這些設計，有賴政府主管部門的意願和執行力，才能使民眾參與社會設計成為可持續性的實踐。

3-4 「海選！100 個社會設計提案」

「海選!100 個社會設計提案」結果有 135 件的提案參加，公開呈現於網站上讓所有人皆可瀏覽這些點子，然後由民眾網路票選出前十名進入決賽，如下頁圖 7 所示。決選者在「2015 臺北設計城市展」現場說明提案內容，然後由五位專家商討後選出前三名獲頒獎金。一方面，這個活動讓使用者大眾從他們的觀點和經驗，對現況提出看法。就像策展人王耀邦所言，「使用者是最瞭解問題所在的人，重點不在於他們提出什麼解答，而是提出什麼樣的問題。(摘自訪談記錄)」。另一方面，本活動使社會設計有

公開發表的平台，讓人發現散落在社會中的多元創意和改革企圖。如展覽手冊寫道：「在提案過程中共同重新面對台北擁有的過去，並藉由提案留下共同參與的過程，集結群眾力量，創造社會運作的實踐可能。」（臺北市政府文化局，2015，頁 28）本研究訪問了偕同策展人王耀邦，幫助研究者對策展內容的理解，但無法取得參與提案者或民眾票選者的背景資料或對之訪談為研究限制。本研究視展覽活動為文本進行分析，並以內容分析法對 135 臺北市政府文化局，2015 件的社會設計提案進行分類和分析。以下從（一）提案的議題內涵及服務對象，（二）設計的目標是改善局部還是根本改變來解析此活動。

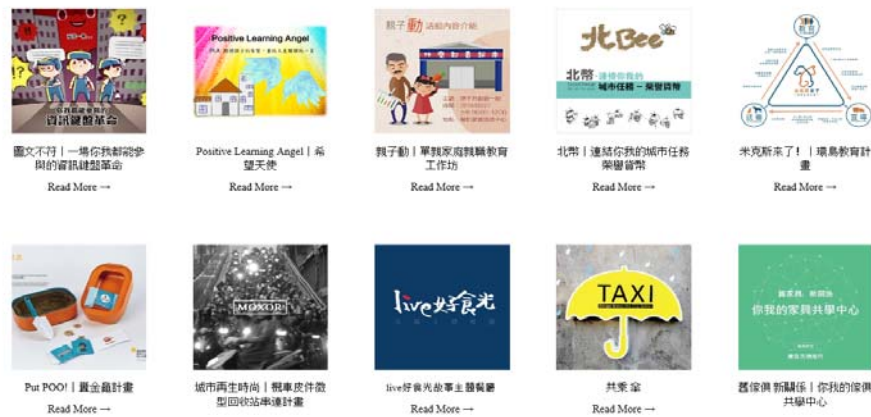


圖 7. 「海選!100 個社會設計提案」網站公開所有參與者的提案資料，每個提案成為延伸社會設計理念的種子。

3-4.1 提案的議題內涵及服務對象

135 個社會設計提案（詳附錄一）涵蓋的議題可歸為以下 23 個類別，提案數量由高至低的類別依序為：交通運輸（18 案）、環保（14）、都市設計（10）、物資流通（10）、產銷（8）、教育（9）、人際（8）、藝文（7）、民眾參與（6）、動物（6）、居住（6）、無障礙（5）、勞工（4）、街友（4）；健康、高齡、志工領域各三個；溝通、兒童、移民、市政、公安領域各佔二個，孕婦佔一個。提案議題展現豐富多元的面向，偕同策展人王耀邦認為這多來自於民眾對生活中「有感」的議題，因為不完善，所以才提案重新設計，這或許可以解釋為何交通運輸和環保類的提案數量名列前茅的原因。每個提案就是一個為了解決社會問題、為了使公眾生活更好的設計。

所有設計提案都具有對公眾「協助利他」的價值。其出發點是基於幫助他人，改善現狀，使品質或便利性提升。「協助利他」指的不只是基於通用設計的精神關懷弱勢者，而更是讓人們感到有自尊、提升自我效能。從設計服務的對象來檢視提案，直接針對高齡、兒童、孕婦、身心障礙者、移民、勞工、街友、動物等相對弱勢的對象，佔了整體的 32%。協助利他價值的設計，例如：「陽光大台北 UBRELLA 公車愛心傘」整合運用 Ubike 租借技術和單車站，提供公用愛心傘租借；「媽媽喘口氣」為街頭販售地瓜的單親母親設計整合於戶外攤車的簡易折疊床。表現在無障礙設計上，有提案注意到輪椅使用者常遇到電梯內人滿為患，以致無法讓輪椅進入的窘境，因此透過電梯按鈕設計的改變，讓他們優先呼叫電梯；提案數量最多的交通運輸類中，針對弱勢者的提案如改善捷運站無障礙與通用動線。榮獲第二名的 BIKE CYCLE 設計在 Ubike 使用尖峰時間和地點，一車難求的情況下，要求使用者多付出代價，而在少人使用而停放大量單車站的站，系統則回饋使用者點數，以鼓勵他們將車騎至單車不足的 Ubike 站。透過價格及優惠誘因，平衡 Ubike 單車的供需，則是為改善大眾使用公共運輸工具便利性而設計。此外，在協助利他的出發點下，設計也關注產銷議題，協助農民建立在地品牌。例如為蕉農整合產地與客源的配送平台，建立在地品牌，減少被外商壟斷市場。以上所舉的提案關注大多數民眾或弱勢者未被滿足的需求，提出解決方案，體現了為公眾利益而設計的精神。

提案當中有近四成基於協助利他的價值之外，兼具「社會整合」的功能。亦即藉由設計促進社會弱勢者和邊緣人增強社會連結，提升歸屬感，換句話說，透過設計凝聚社會的認同感和共識。設計不造成人被動地依賴產品或服務，而是在解決社會問題和促進社會整合的同時，透過設計方法增強人們的能力（enabling）。例如「人生柑仔店」協助街頭銷售的身障者變成頭家，販售本土產製的農產品與日用品；為販售大誌雜誌的遊民設計展售架；年輕人陪伴獨居老人餐桌體驗；鼓勵年輕人服務老人，累積時數換取獎勵的服務平台；提供環境清潔工作改善遊民處境；「單車小黃」搭便車計畫，提供遊客與在地者連結。彰顯設計在協助人們提升自我認同，賦權增能和社會連結的公益價值。

此外，八個歸為「人際」議題的提案著眼於提升人際互動和互助，也具有社會整合的企圖，例如：「氣球凝聚力」以氣球作為符號成為提供幫助者與求助者表達需求的媒介；外籍旅客專用 APP 讓市民透過 APP 即時回答遊客們的疑問；都會 20 個地點進行公眾骨牌活動傾聽 100 個人的故事；「共乘傘」— 透過在捷運站共用一把傘的互助，增進人際互動；「交換禮物」活動，則鼓勵宅男女從網路世界走向真實社會，建立實際的人際關係。

約有一半的問題解決的方式是透過跨領域資源整合的，例如獲得首獎的「門牌更新計畫」結合視覺設計和 QR code 及 APP 的門牌設計。「市民自主發電行公益」使用者邊騎 Ubike 邊發電並且儲存，當歸還 Ubike 時，再供電給附近公共設施。交通運輸結合協助偏鄉的物資流通「Bus to sub」，將偏鄉客運巴士的座位改造為可調整配置的方式，利用巴士空位結合偏鄉產品，以物資平台來連結和管理，成為新的通路模式。「合作設」透過網路平台媒合創意加入，使專家、創意者、群眾參與合作設計解決問題。

值得注意的是：提案數量佔第二位的「環保」和第三位「物資流通」共計 24 個提案，佔整體提案的 17.8%，呈現了提案者對環保、愛惜物資、分享和回收再利用的關注。包括「你我的傢俱共學中心」、公用愛心傘、二手物品流通、物資捐贈和募資交流網站、以行動裝置結合消費者與店家減少食物浪費的提案。許多方案是關於垃圾減量和回收再利用，例如「塑膠袋復活樹」是塑膠袋重複使用的裝置設計；回收台西大量廢棄的蚵殼，與居民製成大堡礁投入海中，為生態永續盡力；又如整合身心障礙者的種樹行動，以身心障礙者作為種樹指導員透過 APP 溝通；也有開發能源的設計創意：邊騎 Ubike 邊發電並儲存，當歸還單車時，再供電給附近公共設施。

從以上對提案內涵的分析可知，社會設計被大多數參與者理解為針對社會問題提出的創新解決方式，絕大多數的提案針對某個社會議題提出解決建議，其中不乏從制度基本面改革的企圖，像「移動的社會住宅」有鑑於大都市及高齡者獨居問題日趨嚴重，該提案建議透過社會契約共住共食共行。換言之，「海選!100 個社會設計提案」在「賦權、利他、社會整合」的核心價值之外，也披露了社會創新的潛在動能。如果我們視社會設計海選平台為社會大眾對公共議題共同創思、激盪的契機，那麼民眾參與就不止目前的公開展示社會設計提案，而還應提供大眾評論、討論的機制。

3-4.2 設計的目標是為了改善局部還是為了根本的改變？

整體而言，「海選!100 個社會設計提案」吸引了百餘團隊參與，透過參與過程，激發民眾對社會設計理念的反思與實踐。參與者來自不同學科和專業背景，分享他們對各種面向社會議題的關切和建議，豐富的議題面向正可刺激設計系科的師生思維與社會連結的設計之可能性。然而，省思這些提案提出的問題和解決辦法，絕大多數都是對現況的修正，界定問題時聚焦在局部上，缺乏對社會現象之生態、政經、社會文化整體的探究，所以幾乎沒有提案團隊是以跨領域組成來參與，也鮮見提案具有釜底抽薪的根本性改革之願景（vision）。以「塑膠袋重複使用的裝置設計」為例，該提案的企圖僅在於設計一個便利塑膠袋回收再利用的裝置，如果深思為什麼做此設計，則難以迴避探討塑膠袋對環境的危害、使用情

境、產製和銷售，進而設想取代之可能性。另以「市民自主發電行公益」騎 YouBike 發電再供電給附近公共設施為例，如果是為了未來能源永續而設計，應當由利益關係人／民眾、電力公司、政府及專家組成的設計團隊，對能源生產和分配體系進行重新設計，用電方式也應革新。設計解決的問題聚焦在哪個層面，是改善局部，還是揮別舊體系尋求嶄新的未來，這牽涉到「設計是為了改變什麼」的根本問題，提問的觀點和視野決定了解決方案可達的深度和廣度。常見的對現狀之局部改善和修正，所秉持的觀點是根植於既有體系的價值觀和世界觀。只有當設計者正視和批判地思考現狀問題的癥結，抱著擺脫過去的決心，對所渴望的未來描繪新圖像和願景，才有可能產生真正的創新設計。然而，我們並沒有在本次的海選提案中看到根本改變的企圖和提問。這或許因為競賽時程、參賽者可取得的資源之侷限，或學生作品的思慮、經驗的成熟度不足，百餘團隊的設計思維呈現出這樣的趨勢，值得我們探究。

四、結論與建議

作為 2016 臺北設計之都的前哨，「2015 臺北設計城市展」以社會設計為主題展開一系列的特展和活動，並以「增權、協助利他、社會整合」為核心價值。本文首先釐清社會設計的理論意涵，探討 Papanek 等人對利潤導向設計的批判，Margolin 和 Margolin 提出的社工模式，Manzini 強調專業者促進民眾增權賦能，自主面對在地挑戰，以及 Banathy 提升人人的設計素養，共創設計文化的呼籲。在此視角下，設計從傳統的工業產品設計、建築、都市規劃領域跨出，涉及經濟、商業、環境等各層面的政策或制度的重新定義和規劃。而且，透過公眾參與導出民眾在設計公共事務的增能。經由以上的探究，本研究提出對社會設計的定義。接著本文分析「2015 臺北設計城市展」是否回應「增權、協助利他、社會整合」的核心價值。研究發現展覽呈現社會設計的多元面貌，聚焦在對人的關切與社會整合，主張民眾參與和增能，但是缺乏民眾參與的積極策略；展覽之後可持續性的實踐可能性則有待深化。

本研究認為設計者如何處理使用者脈絡中人與人、人與物的關係，又如何促進使用者參與，以使設計結果充分反映不同關係人的需求和想法，並在設計過程促進大眾的設計素養，減少對專業者的依賴，是社會設計核心的挑戰。如果「2015 臺北設計城市展」期待透過社會設計的過程達到民眾的賦權，那麼就需要投入更多資源在民眾參與的實踐。展覽主旨「藉由探討社會設計，理解臺北市民共創的城市價值，並凝聚臺北的設計動能與社會意識，打造臺北的文化願景。」（臺北市政府文化局，2015，頁 2）強調的是價值、意識、願景等心理狀態。人們共創城市價值或凝聚社會意識，需透過社會行動的策略和實踐。改變人心不能自外於行動，實務中的人們往往是在行動中思考（Schön, 1983）。而且促成觀念的轉變需要可讓人看見、仿效的創新行動和實踐的累積。真正能形塑「共同城市價值和社會意識」的往往是經過一群人踏踏實實做出來的成果，讓人看到生活的另一種可能性，以體現的理念和行動影響他人，才能改變人心，推動社會變革。因此，實踐作為再現的內容或民眾參與的行動，在展覽中的份量可再加強。國外對社會設計的論述與實踐最終導向根本性的社會改革。如 Manzini 提倡具有主動性反思能力的創造性社群，在他們對生態、社會永續發展的落實歷程，透過設計的參與，使民眾學習而增能，共謀解決辦法和開創新的可能性。對社會上的其他人而言，因為能看到社會設計的具體成果而產生影響力。換言之，社會設計若只是停留在論述和設計方案，那只是論述權力的爭奪或展現，對社會的影響力有限。以「海選！100 個社會設計提案」為例，其所呈現出改變社會的創意，只有在持續的發酵和落實下，才會產生改造社會的效果。落實可發生在兩方面，一方面是這類活動的持續舉辦，持續為社會設計播種，另一方面是資源的連結挹注使優秀提案得以實現成真，讓人見證社會設計真的改變世界。

不管是民眾參與、社會改革或社會創新，若沒有心智的轉化將無法落實。政府乃至社會體系的難以

轉動，追根究柢是人們執持本位的心態或舊有認知沒有更新。未來主辦單位需要更重視「改變人心」策略的設計，是從草根社區藉由市民與政府和專業者之間平等公開對話，以當事者為主體，專業者從旁輔助或成為社區的一份子，對未來生活願景達成共識，提出邁向願景的改變行動議程。換句話說，社會設計的行動者要邁向城市翻轉變革的願景，首先必須打好人們心智模式轉換的地基。不只需要具社會設計意識的視覺、工業、建築設計專業，也需要牽涉到問題的政經、社會文化各層面的專業，跨領域的合作，協助民眾共同設計期待的未來。

誌謝

感謝審查委員的悉心指教及寶貴意見，使筆者撰寫本文的過程受益甚多。也感謝格式設計展策 InFormat Design Curating 負責人王耀邦先生接受訪問提供洞見及展覽資料與照片。

註釋

¹ 照片取自 MOTTIME 明日誌網站（照片出處：2015 臺北設計城市展／汪德範攝影）

http://www.mottimes.com/cht/article_detail.php?type=0&serial=1305

參考文獻

1. Banathy, B. H. (1996). *Designing social systems in a changing world*. New York, NY: Plenum Press.
2. Brown, J., Issacs, D., & World Café Community (2005). *The world café: Shaping our futures through conversations that matter* [ProQuest eLibrary version]. Retrieved from <http://0-site.ebrary.com.opac.lib.ntnu.edu.tw/lib/ntnlib/detail.action?docID=10315429>
3. Cárdenas, C. (2009, October). *Social design in multidisciplinary engineering design courses*. Paper presented at *39th Annual Frontiers in Education Conference: Imagining and Engineering Future CSET Education*. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1109/fie.2009.5350878>
4. Cipolla, C., & Bartholo, R. (2014). Empathy or inclusion: A dialogical approach to socially responsible design. *International Journal of Design*, 8(2), 87-100.
5. Gibboney, Ryan Kough (2013). *Community as client: defining social design as a means of designing for good* (Master's thesis, Purdue University Visual and Performing Arts). Retrieved from http://docs.lib.purdue.edu/open_access_theses/144/
6. Glen, R., Suci, C., & Baughn, C. (2012). The need for design thinking in business schools. *Academy of Management Learning and Education*, 13(4), 653-667.
7. Manzini, E., & Rizzo, F. (2011). Small projects/large changes: Participatory design as an open participated process. *CoDesign*, 7(3-4), 199-215.
8. Margolin, V., & Margolin, S. (2002). A "social model" of design: Issues of practice and research. *Design Issues*, 18(4), 24-30.

9. Papanek, V. (1985). *Design for the real world: Human ecology and social change* (2nd ed.). London: Thames and Hudson.
10. Schön, D. (1983). *The Reflective practitioner*. New York, NY: Basic Books.
11. Simon, H. A. (1984). *The sciences of the artificial* (3d ed.). Cambridge, MA: MIT Press.
12. 胡馨文、李晨瑜、吳培弘 (2015 年 11 月 20 日)。海選!100 個社會設計提案/民眾提案/「合作設」。取自 <http://www.we-design.tpd2015.tw/taipei-proposition4/proposition91>
Hu, X.-W., Li, C.-Y., & Wu, P.-H. (2015.11.20). *Calling all talent ! 100 Social design proposals/ Public proposals/ "Cooperatedesign"*. Retrieved from <http://www.we-design.tpd2015.tw/taipei-proposition4/proposition91> [in Chinese, semantic translation]
13. 陳東升 (2013)。從設計到社計的社會學想像。中興大學電子報。取自 <http://cdtl.nchu.edu.tw/epaper/data/15-3-2-1.pdf>
Chen, D. S. (2013). Sociological imagination from design to social design. *E-paper of National Chung Hsing University*. Retrieved from <http://cdtl.nchu.edu.tw/epaper/data/15-3-2-1.pdf> [in Chinese, semantic translation]
14. 吳莉君 (譯) (2010)。設計思考改造世界 (原作者: T. Brown)。臺北: 聯經。(原作出版年: 2009)
Wu, L. J. (trans.). (2010). *Changed by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation* (Original author: T. Brown). Taipei: Linking Publishing. (Original published 2009) [in Chinese, semantic translation]
15. 張聖琳、國立臺灣大學食養農創團隊 (2015 年 9 月)。食養農創 DNA 的社會設計--離農的文明如何回農? *建築師*, 501, 102-107。
Chang, S.-L., & Human Agricultural Creating Team of National Taiwan University (2015, September). Returning to food growing- A social program of agriculture. *Architect*, 501, 102-107. [in Chinese, semantic translation]
16. 游萬來、楊敏英、李盈盈 (譯) (2014)。為社會而設計 (原作者: N. Whiteley)。臺北: 聯經。(原作出版年: 1993)
You, W. L., Yang M. Y., & Li, Y.Y. (trans.) (2014). *Design for society* (Original author: N. Whiteley). Taipei: Linking Publishing. (Original published 1993) [in Chinese, semantic translation]
17. 黃威融 (編) (2015)。臺北城市設計展覽專輯。臺北: 台北市政府文化局。
Huang, W. R. (Ed.) (2015). *Taipei design and city exhibition*. Taipei: Department of Cultural Affairs, Taipei City Government. [in Chinese, semantic translation]
18. 楊路 (譯) (2013)。為真實世界設計—人類生態與社會變遷 (原作者: V. Papanek)。臺北: 五南。(原作出版年: 1985)
Yang, L. (trans.). (2013). *Design for the real world: Human ecology and social change* (Original author: V. Papanek). Taipei: Wunan Books. (Original published 1985) [in Chinese, semantic translation]
19. 臺北市政府文化局 (2015)。2015 臺北設計城市展 (展覽手冊)。臺北市: 臺北市政府文化局。Department of Cultural Affairs. (2015). *2015 Taipei design and city exhibition (exhibition brochure)*. Taipei: Department of Cultural Affairs, Taipei City Government. [in Chinese, semantic translation]

附錄一

項次	標題	設計問題簡述	議題領域	服務對象		設計屬性	
				一般人	弱勢者	設計	社會問題
人氣獎	陽光大台北 UBRELLA 公車愛心傘	使用 Ubike 租借技術的公用愛心傘。	物資流通	○			V
1	HOUSE NUMBER RENEWAL PROJECT 門牌更新計畫報告	結合 QR code 及 APP 便利、易讀、美感與融入市容的門牌。	都市設計	○		V	
優選	BIKE CYCLE	透過價格及優惠誘因平衡 Ubike 車站的供需。	交通運輸	○			V
	行動勞工顧問-搭建勞動問題與解方的橋樑	針對勞工輸入的身分提供客製化的問題解決資訊 APP。	勞工		○		V
4	北幣 連結你我的城市任務榮譽貨幣	城市務交換貨幣。	志工	○			V
5	PORTABLE TOILET 流動廁所改善計畫	流動廁所設計改善。	都市設計	○		V	
6	阡陌台北 台北市公車站牌視覺系統	用顏色區分公車路線，清楚地傳達公車路線在哪裡相互交錯。	交通運輸	○		V	
7	光點停車位指示	透過燈光投射，駕駛人可藉由天花板光點判斷何處有空位。	交通運輸	○			V
8	延平北路 789 藝術進駐社子計畫	在 i-Voting 初步決定未來社子開發同時，藉由藝術進入社區，與居民互動和轉化。	都市設計	○			V
9	行動障礙者電梯按鈕改善	通過改變電梯按鈕的設置以達到方便行動不便人士的目的。	無障礙		○	V	
10	TRANSIT MAP 轉乘地圖	設計將不同運輸系統資訊串聯地圖。	交通運輸	○		V	
11	STREETMIX 全民參與城市設計模擬網站	城市設計的模擬網站。	都市設計	○		V	
12	THE LUCKY IRON FISH 幸運小鐵魚	解決貧民營養欠缺鐵質的問題，以小鐵魚放入食物中。	健康		○		V
13	YELLOW BACKIE 單車小黃	搭便車計畫搭載遊客與在地者的鍵結。	交通運輸	○			V
14	關心時事 從空做起	無人空拍機對預定的工程用地進行拍攝。	市政	○			V
15	多扶接送 輪椅障礙體驗	體驗覺知身旁環境對輪椅使用者的不友善。	無障礙		○		V
16	逛 廣告杆	公共街道家具設計。	都市設計	○		V	
17	與樹共生	城市種樹，身心障礙者作為種樹指導員透過 app 溝通。	環保		○		V
18	Yellow Follow 香蕉日訂服務	為蕉農整合產地與客源的配送平台減少被外商壟斷，建立在地品牌。	產銷		○		V
19	「帶一本自己看不懂的書回台灣」運動	提供東南亞移民移工書籍，組織「東南亞書店聯盟」。	移民		○		V
20	圖文不符 一場你我都能參與的資訊鍵盤革命	把專業資訊趣味化、圖像化，藉由社群網路，漸消弭資訊落差。	溝通	○			V
21	Positive Learning Angel 希望天使	培養流浪教師心靈探索與資訊科技課程，提供中小企業人才。	教育	○			V

附錄一 (續)

項次	標題	設計問題簡述	議題領域	服務對象		設計屬性	
				一般人	弱勢者	設計	社會問題
22	親子動 單親家庭親職教育工作坊	單親家庭親職教育。	教育		○		V
23	米克斯來了! 環島教育計畫	利用與各地協會、機構合作假日時貓認養活動，增加收養率。	動物		○		V
24	Put POO! 糞金龜計畫	改善衛生條件，生態廁所。	環保	○		V	
25	城市再生時尚 機車皮件微型回收站串連計畫	物質回收再利用 綠色經濟。	產銷	○			V
26	live 好食光故事主題餐廳	年輕人陪伴獨居老人餐桌體驗。	高齡		○		V
27	舊傢俱 新關係 你我的傢俱共學中心	物質再利用 共享互助。	物資流通	○			V
28	HOUSE 好室	針對高齡、高房價議題，住宅租賃概念系統。	居住	○			V
29	博愛座再定義	轉化大眾對博愛座的刻板認知，改變人的習慣。	人際	○			V
30	SSPD(Sewer Safety Protection Drone)	以無人機執行下水道偵測減低工安意外。	公安	○			V
31	人生柑仔店	使街頭銷售的身障者為頭家販售本土產製的農產品與日用品。	產銷	○			V
32	殼望一個家	協助寄居蟹找到窩。	動物		○		V
33	公有地大行動	彙整各部門的公有資產資料於網路平台，提出公有資產的公共政策。	市政	○			V
34	龍山寺前廣場 與記憶共鳴的時空場域	形塑巷弄、連結動線、覆蓋公園。	都市設計	○		V	
35	台北洗臉 台北市整體外牆清洗計畫提案	透過有計畫性的外牆清洗與整理，使台北能在短時間內煥然一新。	都市設計	○			V
36	MOSI MOSI	把社區中心與學校連結凝聚起來，舉辦認識自己與他人的畫畫工作坊。	教育	○			V
37	不只是畢製	當學生的畢製顧問，協助轉化為改善社會的起點。	教育	○			V
38	演文化 封建大洗牌 無極劇場 令教育與劇場晝夜相生	小學晚上轉化為劇場。	藝文	○			V
39	牛樟愛台灣 造林救地球	用三原(原民將原生種種回原鄉)概念串連六大產業(茶飲、環保、生技、文創、旅遊、林業)。	產銷	○			V
40	用音樂開啟美好的一天!	在捷運站與車廂內，播放輕快的音樂，推廣新作品並增加曝光的機會。	藝文	○			V
41	公益服務換民生用品	志工透過時數累積，換取民生用品!	志工	○			V
42	FAMILY'S BIKE	供給親子與長輩一同享受騎腳踏車樂趣，有更多Ubike 車體的選擇。	交通運輸	○			V
43	哈嘍 台北 外籍旅客專用 APP 設計	市民透過 app 來即時回答來台遊客們的疑問。	人際	○			V
44	智慧互動校園圍牆設計	結合智能互動 科技與安全保護的校園圍牆裝置。	教育	○		V	
45	CAT BA 貓叭	汽車配件設計的創新，改善街貓卡入 引擎的事件。	動物	○		V	
46	HOWDIO 好丟 廢棄物管理 APP	系統將依照不同物品提供正確的處理教學，串連民眾和適合回收者。	環保	○			V

附錄一 (續)

項次	標題	設計問題簡述	議題領域	服務對象		設計屬性	
				一般人	弱勢者	設計	社會問題
47	台北捷運通用移動指南	改善捷運站無障礙與通用動線。	交通運輸	○		V	
48	同理心設計 大誌雜誌行動展售架	展示雜誌的器具。	勞工		○	V	
49	EMBRACE THE ASSISTIVE ROBOT FOR SENIORS	行動不便者使用走路輔具意外的偵測器。	無障礙		○	V	
50	媽媽喘口氣	戶外攤車的簡易折疊床。	勞工		○	V	
51	RE-PLASTIC TREE 塑膠袋復活樹	「塑膠袋」重複使用放置的裝置設計。	環保	○		V	
52	妥瑞兒運動養成設計	『幫助』妥瑞兒童運動養成,達到緩解抽動。	教育		○		V
53	TRANSLATE 4 YOU	簡單的翻譯器。	人際	○			V
54	力行工式 台灣工人行動展策設計	翻轉對工人成見的策展計畫。讓民眾進入工地體會做工環境,參與設計配備和提升工地環境與美感。	勞工	○			V
55	天橋串連計畫	蓋造天橋為綠色節點或活動場所。	都市設計	○		V	
56	為改變而設計 台北 亞洲單車首都的想像	現有街道進行視覺圖像改造。	都市設計	○		V	
57	角落擊破器	改善現有車窗玻璃擊破器。	交通運輸	○		V	
58	GREEN HIVES 台灣鐵窗綠的改造計畫	轉化都市鐵窗為生態繁殖場,將舊有的鐵窗比擬為蜂巢。	環保	○		V	
59	OK GOER	都會 20 個地點進行公眾骨牌活動,傾聽 100 個人的故事。	人際	○			V
60	CHANGE CHRISTMAS X STRANGERS	「交換禮物」活動,試著讓人從網路走到社會上建立實際的人際關係。	人際	○			V
61	ATTENTION 警示系統	汽車事故警示,由汽車發送無線電訊號,啟動傳遞距離內的反光導標閃爍紅燈提醒後方車輛。	交通運輸	○		V	
62	記憶傳聲圖書館	用「聲音」記錄文化資產與歷史記憶的百科型資料庫,結合 APP 與年長者的聊天習慣的創新社群平台。	藝文	○			V
63	狗幸運 零食兌換機計畫	狗零食兌換機,鼓勵飼主自覺自理,主動清理、撿拾狗大便。	環保	○			V
64	共乘 傘	物資共享互助 增進人際互動。	人際	○			V
65	種植城市正在流行	都市種植,學校種植課。	環保	○			V
66	絕地救援 街友好計畫	建造服務街友據點,提供長期住宿、二手商品。	街友		○		V
67	新一代 新價值	學生作品展的多元價值容易被看見。	教育	○		V	
68	紅綠燈重生計畫	廢棄紅綠燈回收重新設計。	環保	○		V	
69	移動的社會住宅	透過社會契約共住共食共行。	居住		○		V
70	臺北城牆石計畫	繪製出臺北城牆石地圖平台,遺址與石材挪用現場的文化資產保存。	藝文	○		V	
71	COLOR PICK UP 彩色交貨便	便利商店包裹管理,以顏色搭配取件者姓名分配位置提升找貨速度。	產銷	○		V	

附錄一 (續)

項次	標題	設計問題簡述	議題領域	服務對象		設計屬性	
				一般人	弱勢者	設計	社會問題
72	祭無名氏少年	提供青年一個結合藝術創作與社會議題的平台。	藝文	○			V
73	一社區一廚房	社區共同廚房，資源共享，提倡小農經濟。	產銷	○			V
74	OH OLD 即時集時平台	連結年輕人與老人隨時累積時數，換取獎勵的服務平台。	高齡		○		V
75	招招手	提升公車服務。	交通運輸	○			V
76	Time For Care from	提醒用藥的手機 APP，並連動到親人手機。	健康	○		V	
77	街貓·接貓 街貓地圖建製及社區街貓小組	整合全台灣街貓及結紮狀況，志工服務於社區街貓站。	動物		○		V
78	涓涓 NGO 非營利組織捐款平台	同個平台上，同時關注不同組織，便利捐款服務。	物資流通	○			V
79	障愛 讓回憶存在	視、聽障者發揮自身特有的能力，共同協助失智長輩的回憶保存。	無障礙		○		V
80	重度視障兒童早期療育計畫	促進視障幼兒學習發展。	兒童		○		V
81	香料灶腳 新住民社區破冰計畫	運用共享廚房之模式，增加台灣人與新住民間的互動。	移民		○		V
82	食物銀行	搶救將被丟棄的可食用物資，重新分配給需要的人的平台。	產銷	○			V
83	共生公寓	都市居住空間分享，共同生活。	居住	○			V
84	雙三角斑馬線	透過對角分割線，將斑馬線一分為二，行人直覺趨向斑馬線某側，減少碰撞快速通過	交通運輸	○		V	
85	BETWEEN JOURNEY	利用 ibeacon 結合 APP 中的語音報讀系統 voiceover 改善視障者城市中的交通轉乘經驗。	交通運輸		○	V	
86	流浪動物資料庫	增加動物救援效率，提高動物領養成功率，節省市府公帑浪費。	動物		○		V
87	孕婦專用護肩套	提高孕婦的在外安全之辨識設計。	孕婦		○	V	
88	TAIPEI TWIST 社會設計雲端整合系統	由臺北市民建立社會設計的議題，專家及設計師再進而策畫及執行。	民眾參與	○			V
89	市民自主發電行公益	使用者邊騎 UBIKE 邊發電並且儲存，當歸還 UBIKE 時，再供電給附近公共設施。	環保	○			V
90	回憶錄大富翁—打造專屬回憶旅程	針對高齡者的團體復健輔助活動。	高齡		○		V
91	育兒福利與企業合作設計	私人企業的基金會進行經營幼稚園。	兒童		○		V
92	我愛臺北社會設計品牌服裝計畫	舊衣回收，建教合作，重新創造價值。	物資流通	○			V
93	新社會風格 以物易物	二手物品流通，運用個人天賦加上物品交換。	物資流通	○			V
94	嘿，一起寫下我們的故事吧！	捐血管理改善雲端化也可找到當初的捐贈者。	物資流通	○			V
95	動物中途之家與線上認領	藉由軟體透過直播、互動，讓大眾接收收容動物的生活訊息，內建小額付費軟體。	動物		○		V
96	氣球凝聚力	以氣球作為符號成為幫助者與求助者表示的指標。	人際	○			V
97	SYUT 分享資源平台	物資捐贈和募資交流網站。	物資流通	○			V

附錄一 (續)

項次	標題	設計問題簡述	議題領域	服務對象		設計屬性	
				一般人	弱勢者	設計	社會問題
98	BLINDNAVI	為視障者設計的行動導航 App。結合 iBeacon 的微定位技術。	無障礙		○	V	
99	ART FOR ALL, ART FROM ALL 藝術無障礙：散播非視覺美學種子	出版多元感官教材教法，提供視障者藝術欣賞與創作等教育資源。	教育		○		V
100	45° 拋 新型態水域救生系統	改良現有拋繩袋，增加浮板式外袋以利待救者抓取。並設計具有咬繩機構的放繩器，可因應急流速度放繩，增加救援者安全。	公安	○		V	
101	社區交換室	以社工方式幫助居住地當地社區來換取社區點數，以點數換取想換取的工具。	志工	○			V
102	懸浮微粒	使用者可以隨時隨地監控空氣品質	環保	○			V
103	洄家 台西蚵殼大堡礁	回收台西大量廢棄的蚵殼，與居民製成大堡礁投入海中，生態永續。	環保	○			V
104	CUBE	以貨櫃屋打造青年住宅。	居住		○		V
105	GOOD JOB	環境清潔工作改善遊民處境。	街友		○		V
106	微型社會住宅	將違建有條件合法化，挪用為民間自辦社會住宅。	居住	○			V
107	古早心	激發默默付出愛的市民，在車站大廳快閃演奏、隨機在捷運演奏。	人際	○			V
108	17% NoWaste 不浪費愛心餐計畫	利用 YouBike Kiosk(自動 服務機)提供愛心餐資訊給弱勢者的服務	物資流通		○		V
109	環遊稻埕	以圓環作為樞紐，配合環埕巴士及 ubike、捷運形成交通網。	交通運輸	○		V	
110	防洪規劃 X 社會參與	台灣的資料建立模擬軟體，並在溝通過程中有民眾參與。	民眾參與	○			V
111	藍灯號	降低民眾參與藝術、文創與設計的門檻，提供免費展覽與講座。	藝文	○			V
112	5.1 分享綠地計畫	利用公共綠地民眾相聚分享二小時晚參看電影。	藝文	○			V
113	路霸大改造 噴漆咒怨變身車庫美學	可查詢台北市法定黃紅線 APP 系統，透過公民拍照與繪製「車庫前請勿停車」及「路霸」地圖，舉發私設紅線。	交通運輸	○			V
114	共構 CO-Construction	都市居民參與都市規劃之資料庫及互動模型裝置。	民眾參與	○		V	
115	BUS TO SUB	將偏鄉客運座位設計成可調整空間配置，利用空位結合物資平台及偏鄉產業產品成為新的通路模式。	交通運輸	○			V
116	合作設	透過網路平台媒合創意加入，使專家、創意者、群眾參與合作設計解決問題。	民眾參與	○			V
117	ENERVENDOR	匯集便利超商即期食品的機器，提供有需要的人食用，或資源回收或產生再生能源。	物資流通	○			V
118	小鬱亂入 DEPRESS TROUBLE	架構互動式的服務平台來推廣「憂鬱症的正確觀念」，並透過數位平台的經營，增加網站的觸擊率。	健康		○		V
119	街遊 HIDDEN TAIPEI 城市導覽員	以街友作為臺北城市導覽員，而來參與體驗的遊客，有 88%表示對街友等底層生活文化有進一步認識，也降低踏入萬華的恐懼。有 63%改變對街友的印象。	街友		○		V

附錄一 (續)

項次	標題	設計問題簡述	議題領域	服務對象		設計屬性	
				一般人	弱勢者	設計	社會問題
120	市旗改造計畫 草根力量打造城市品牌	藉由組成地方藝文工作者的諮詢管道，群眾參與，設計代表臺北的旗幟。	民眾參與	○		V	
121	偏鄉學童學習設備組	針對偏遠地區學童的環境及需求做最佳學習設備，提升學習資源。	教育		○	V	
122	城市中的綠洲 愛心柱	許多貼心的功能(查詢、報時、愛心傘)取代公車站牌。	都市設計	○		V	
123	串連人民心願 世界絕對無限	將每家商店所販售的東西、提供的服務項目都放上網站後使眾便速找到，如果商品已經賣完了買方就能在啟程之前得知訊息。	產銷	○			V
124	攻心為上 具體減碳	透過油表數據，計算出相應的碳排放數量，作為繳排氣稅的依據。	環保	○		V	
125	金山停車場 預防停車糾紛機制	透過信仰打造規矩並告訴民眾停車資訊轉換為祈福名眾行車的平安。	交通運輸	○			V
126	找到屬於臺北的顏色 台北公車路線圖與台北捷運色彩整合計畫	整合臺北公車和捷運路線。在路線圖加入顏色，以色彩做為人們在辨識路線圖時的指標。	交通運輸	○		V	
127	神遊祇界	供品地圖指南引導人們在大稻埕找到相關祭品店家，連結商業與宗教。	產銷	○		V	
128	街角打工站	建立街友的資料及社群，便利商店網絡作為任務資訊站，街領取任務，獲得生活上的支持及社交關係。	街友		○		V
129	PLAYBACK 都市更新自地自建 - 向柯 P 公民咖啡館提案	以公民咖啡館，在都更正式整合進場開發前和都更審議前的「銜接」上，協助地主和建商之溝通。	民眾參與	○			V
130	公車新媒體計畫 Reading Bus	在公車車體上透過大數據，讓市容更多元，除了廣告之外，也呈現閱讀性媒體。	交通運輸	○		V	
131	盛食	減少現行廚餘處理成本，在地化處理，超市以廚餘換菜。	環保	○			V
132	即時 FOONAY	連結消費者與店家，以行動裝置，有效減少食物浪費的同時節省花費，結合公益捐贈與待用餐。	物資流通	○			V
133	REHIVE 老屋新生 群眾居住	尋找空屋，與屋主協調，網路募資改造，老屋新生。	居住	○			V
134	WE 起 CITY	透過「精彩案例視覺化」的行動，傳遞所關注的理念:「由下而上」與「城市永續發展」。	溝通	○		V	
			135	98	37	41	94

Observation and Reflection on “2015 Taipei Design and City Exhibition”

Cecile Ching-Yi Wu

Department of Adult and Continuing Education, National Taiwan Normal University
muse2015@gmail.com

Abstract

Based on the theme “Social Design,” 2015 Taipei Design and City Exhibition intended to evoke the discussion of social design and social consciousness of Taipei. In this study, the author firstly explored the development of social design theories. Then the officially announced core values of the 2015 Taipei Design and City Exhibition were examined from the exhibition and events. Several characteristics and problems were discussed: the human-centered and social integrative emphasis, the way to work out social design, public participation and empowerment, as well as the limit on sustainable practice. Besides, “100 Social Design Proposals” competition was discussed from aspects of the issues and people concerned, and the extent to which the resolution proposed aimed at. Finally, suggestions were offered, including (1) the need to generate strategies that cultivated public participation; (2) a comprehensive plan for assuring sustainable practice; (3) more emphasis on the strategy to changing the mindset and to begin with dialogue among the professionals, the government and citizens from the grass-root communities; (4) cross-sector, multidisciplinary collaboration in order to carry out social design.

Keywords: Social Design, 2015 Taipei Design and City Exhibition, Empowerment, Enabling, Social Integration.