

從設計史跨界書寫探究設計文化研究

翁註重

國立雲林科技大學工業設計系

wongjj@yuntech.edu.tw

摘 要

本研究從設計史的發展脈絡，檢視設計文化此一新興研究領域的浮現：近因是設計史在 1990 年代受到來自設計研究社群，挑戰其學術霸權位置，設計史需要重新建立其正當性。遠因則是設計史長期和文化研究、人類學，以及科技與社會研究（STS）等進行跨領域的知識交流，奠定了革新的知識基礎。本文透過相關理論的耙梳，釐清設計文化的研究旨趣及關切議題。由於現代設計夾帶在全球化浪潮的席捲下，擴張到邊陲地區，深入了人們的日常生活；設計物不斷向視覺、產品、空間等領域推進，彼此交錯共構，也重組了設計的專業分工。借鏡視覺文化研究，設計文化更試圖超越其視覺中心主義的侷限，打破影像、產品及空間的分野，融合了相關社會人文學科的理論觀點，包括文化研究、人類學／消費研究、科技與社會研究等，從（設計師與設計論述的）價值創造、創意生產，以及消費操演三個面向展開，形成新的研究架構和探討主題。如此一來，設計文化不僅跨越了設計史的藩籬，與時俱進，更強化了其回應新自由主義下，日益複雜的現實之學術活力。

關鍵詞：設計文化、設計史、視覺文化研究、新自由主義

論文引用：翁註重（2016）。從設計史跨界書寫探究設計文化研究。《設計學報》，21（4），45-60。

一、前言

由英國 Brighton 大學首席研究員（principal research fellow）Guy Julier 教授撰寫的 *The culture of design*（中譯《設計的文化》）在 2000 年發行初版後，2013 年旋即印行第三版；期間 2007 年曾經進行過改版。Julier 於 1980 年代中期，就讀英國皇家藝術學院（Royal College of Art），接受設計史研究的學術訓練。其他相關著述包括：*New Spanish Design*（1991）、*The Dictionary of Design Since 1900*（1993）、*Design and Creativity: Policy, Management and Practice*（2009；共同主編）；並擔任 *Journal of Visual Culture*、*Experimenta* 及 *Design and Culture* 等期刊的編輯。Julier 同時任職於 Victoria & Albert Museum；也曾擔任倫敦設計博物館等相關文化機構的顧問。除了本身紮實的設計史學術著作外，Julier 更將觸角延伸到博物館、創意產業，以及社會設計等的運作與管理，維持對於現實狀況的靈敏嗅覺（<http://arts.brighton.ac.uk/staff/guy-julier>）。因此，從 Julier 涉足的廣泛領域，可以見出設計史如何在當代社會找到實踐專業的舞台，散發活力。Julier 撰寫的 *The Culture of Design*，在十三年間三度改版、重

新印行，也可見出設計文化研究¹，已是今日不容忽視的課題；而這關乎設計史晚近受到文化研究(cultural studies)、人類學和「科技與社會研究」(science, technology and society 或 science and technology studies; 以下簡稱 STS)等相關社會人文學科的知識洗禮²，以及設計文化研究如何在設計史扮演振衰起弊的角色。

「設計文化」在不同區域、國家廣為使用，然此一未有清楚界定或共識的用詞，並無法涵蓋不同研究脈絡及操作場域的意涵，也很難作為跨國交流、對話的平台。不過，本文並無意處理「比較文化研究」(comparative cultural studies)或「跨文化研究」(cross-cultural studies)的議題；目的也不在辨明「設計文化」此一概念在不同地區、不同脈絡，其間之異同為何，但求盡力完整地傳譯原作者的概念。在非英語系國家，引介來自英美世界的概念，可能會產生的疑慮，一部份是純粹語言轉譯的誤解。另一部份則涉及到論述創造過程中，語言中心的權力關係；這一部份則並非本文所欲處理者。事實上，在其他各個學術領域，歐美中心論(anglocentrism)的爭議可能都普遍存在。

二、與文化研究進行視域融合

英國為設計史濫觴的學術重鎮；而平行於設計史在設計院校中的發展，文化研究向來提供了豐富的知識滋養。當傳統歷史研究聚焦在浩瀚的史料文獻，而藝術史也只是肯定稀少而價昂的器物時，文化研究卻轉向日常生活中觸目所及的瑣碎東西上。就文化研究來說，物件並不具有固著的意義、來自製造者的賦予而封存在形式結構(材料、風格、技術)之中。相反地，意義乃是在社會操演(social practice)中浮現，包括：物件在不同媒體中的再現(representation)，它們如何聯繫到既有的生活慣習，以及對於擁有者的深刻意涵。誠如伯明罕當代文化研究中心第三任主任 Richard Johnson 在“*What is Cultural Studies Anyway?*”一文中，如此界定文化研究的對象：「文化研究是關於意識或主體性的歷史形態」(Johnson, 1986/7)。由是觀之，對於具有文化研究觀點的設計史來說，所謂的主體，並不侷限於設計師的意識；設計物的生產者、乃至於使用者，也應該被納入研究對象。那麼，這些不同的主體，是在什麼樣的社會脈絡中，和設計物進行互動，嵌入意義？

1930年代，活躍於工商業界的美國第一代工業設計師 Raymond Loewy，曾經標榜設計師應該致力消除四個產品的毒瘤：噪音、震動、流體阻力，以及異味(noise, vibration, air or water resistance, villainous smell)。設計史家安得列·霍梯(Andrian Forty)即以 Loewy 所設計的「lucky strike」香菸盒包裝為例，指出：衛生、清潔和舒適，乃是十九世紀末至二十世紀初大量湧入美國的外來移民，尋求美國認同時可以接受的共同象徵(Forty, 1986)，這就說明了意識形態，是如何被社會所結構；而設計作為意識形態的再現(represent)，剛好提供文化研究最佳的分析文本。

至於，文化研究所關注的日常生活中的意義，Hebdige (1988) 從速克達的生產—中介—消費(production-mediation-consumption)的網絡中，看出速克達所蘊含複雜意涵(significance)；設計／製造、廣告行銷，和消費／使用，乃是三個界定產品意義的「關鍵時刻」(determining instance)。傳統社會人文領域，對於文化產品的分析大多著重於生產過程，認為此一過程乃是產品嵌入特定意義及界定使用方式的關鍵。有鑑於此，du Gay 等文化研究學者(2013)，探討新力牌隨身聽時，「撮合」(articulation)了生產與消費的過程，發展為包含：再現(representation)—認同(identity)—生產(production)—消費(consumption)—常規化(regulation)五個階段的「文化迴路」(the circuit of culture)，如圖 1，作為掌握產品循環中，不同階段動態意義的理論架構。「生產」是產品的設計、製造等生成過程；「消費」則是產品進入市場流通後的購買、使用。「再現」是指產品如何透過視覺或口語的形式，運用符號或語言(如廣告)，在媒介物上展現它的形象。伴隨著產品在不同媒體的「再現」，便會衍生出不同訴求的

消費族群之「認同」（或譯為「識別」）。最後，「常規化」則是指形成產品在社會不同領域（如公／私、生產／消費）流動、使用的文化慣習之相關機制的作用過程。這五個構成「文化迴路」的元素（element），既是產品流動的不同時刻（moment）或程序（process），也對應著人們日常生活的操演（practice），因而又可以視為檢視產品意義的各個面向。此一分析架構強調脈絡化、全面性地理解事物，因而五者並非各自獨立，而是彼此相互影響，所以也可視為網絡中的「節點」（node）。實際進行分析時，並沒有必然要從迴路中哪一項作為起點；彼此之間也是不斷相互影響。

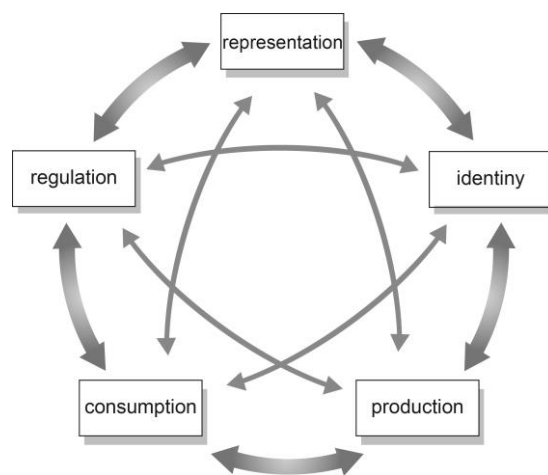


圖 1. 文化研究運用「文化迴路」（the circuit of culture）為分析架構，考察新力牌隨身聽此一設計物

（改繪自 du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K., 2013）

「文化迴路」源自於 Johnson（1986）試圖在全面性的文化脈絡中進行文本（text）詮釋而建立之理論架構，後經文化研究學者 du Gay 等人進一步發展而成，同時也擴大了分析對象到商品，廣泛使用於跨領域研究。例如：Goggin（2006）便運用此一架構，將行動電話視為一文化造物（cultural artifact），探討其在生產、消費、常規化、再現及認同等各個面向的意義建構。除了文本、人造物外，相關研究對象更擴大到如服務（如線上音樂網）、倡議活動（campaign）或觀光手冊（Leve, 2012）。

設計史學家約翰·沃克（John Walker）曾經務實地指出：就設計史來看，文化研究的主要弱點，就在其歷史觀的狹隘，只限於關切當下和最近的事物（Walker, 1989）。針對這點，人類學家和設計史家頗有同感。人類學的晚近變革，尤其是「物質文化研究」（material culture studies），不只為既有領域注入新的活力，對於設計研究及設計實作，同樣有所啟發。

三、轉變中的人類學研究，與設計史產生交集

人類學以原初社會作為研究線索，建立我們溯源人類社會的參考。相較於此，設計史主要關注當代社會—至少是工業革命後，有關物質造創的知識活動。雖然人類學和設計史的旨趣，可以在人工造物（artificial objects）有所交集；不過，兩者關注課題在時間軸上並未重疊。即便，設計乃是文化活動的重要環節—它涉及了人類社會意義系統的重塑，以及物質性的創造，當代設計並未成為人類學的必然課題。

這個戒律森嚴的局面，近年來因為人類學與設計史兩個學術領域的相互跨界而有所改變。Walker（1989）即認為人類學的兩個分枝：體質人類學（physical）與文化（或社會）人類學（cultural or social

anthropology) 中，以後者和設計史最為有關。再者，部分人類學家取徑消費研究 (consumption studies)，將研究對象轉移到當代物質文化現象，遂與設計有了實質對話的共同基礎。例如：文化人類學家 Daniel Miller，設計史家 Judy Attfield 等人，將物質文化 (material culture) 的考察範圍擴大到現代社會中的消費活動，同時也對設計論述做出了貢獻。透過消費研究的中介，人類學和設計史產生了聯繫。

另一方面，民族誌 (ethnography) 是人類學家在田野中展開調查，最常運用的方法；事實上，民族誌也是英國文化研究中最有特色的方法之一。而對於設計操作來說，早在 1980 年代中期，致力推廣「產品語意學」(product semantics) 的學者克勞思·克瑞平朵夫 (Klaus Krippendorff) 就曾建議運用民族誌來瞭解人們所使用的產品象徵 (Krippendorff, 1990)。不過，促成民族誌與設計研究的學術交流，還有現實上的原因。

工業革命之後，機械取代了工匠，人們與大量製造的產品產生疏離；為了調和美學經驗的矛盾，現代設計運動應運而生。換言之，現代設計乃是工業革命下的產物。然而，面對今日資訊革命，設計專業對於人們不同面向的理解、切入的問題點，以及知識學習的課題，卻仍然捉襟見肘。另外，由於企業的全球佈局，新興市場不斷被開發出來，如何搓合新崛起的消費族群以及日新月異的科技產品，仍是未解的課題。在新的產業結構以及市場版圖之下，企業對於設計服務的需求類型也變得多樣化。如此一來，設計課題以及設計操作日趨多元化；重建對於使用者、乃至於整體社會的想像，勢在必行。

設計操作確實是建立在對使用者的觀察和想像之上。有鑑於此，國際知名設計公司 IDEO，致力於推廣「設計思維」(design thinking) (<https://www.ideo.com/about/>)，並開發出設計圖卡 (method cards)，建議設計師採取四類研究方法：學習 (learn)、觀看 (look)、詢問 (ask) 與嘗試 (try)，啟發構想。這四類方法，對應了民族誌田野調查的若干工具或概念——建立前理解 (pre-understanding)、參與觀察 (participant observation)、深度訪談 (in-depth interview)、「土著觀點」(native viewpoint) 或反身性 (reflexivity)。藉此，設計將能體現「以人為中心」(human-centred design) 的終極關懷。這些新的前衛運動者 (avant-garde) 試圖深化設計師的時代課題，將設計從一個物件，擴大到一整個系統，乃至於全人類的未來，讓設計師從費盡心思在一張紙上的圖框中，破繭而出。設計專業融合了民族誌研究，推動了實務操作的「範型轉移」(paradigm shift)。鑑於設計產出的多樣化，設計師借用人類學的角度與方法，以掌握有關程序、操作及實質方面的異質性 (heterogeneity)，蔚為趨勢；設計人類學 (design anthropology) 如今已在學院中建制為新興學門 (Clarke, 2011)。

綜合前述，設計史一方面借鏡文化研究對於日常生活的靈敏嗅覺，一方面結合人類學 (消費研究、民族誌) 轉型中的研究旨趣，交互激盪之後，挑戰了傳統戒律森嚴的學術藩籬，而能回應許多新生的現實議題。對於這個強調設計史轉向文化研究、從而超越了既有設計史研究範疇的趨勢，英國設計史家 Adrian Forty 還有進一步的闡述。自 Nikolaus Pevsner (2005) 奠定設計史此一學術範疇以來，今日設計史寫作已經浮現了許多新思維。設計史以其關注的旨趣 (interests)，影響了文化研究 (cultural studies) 及人類學 (anthropology)，並且從中獲益而打開了研究的視野，例如消費行為及其和貨品 (goods) 設計之關係。Forty 認為不管是歷史研究或當代生活的研究，都受到物質文化 (其核心議題是探討貨品及設計物在團體中的社會、文化關係所扮演的角色) 所激勵。因此，設計史所面對的課題是與時並進；以歷史技藝 (文獻考據) 結合文化研究洞見，更可以展開過去未曾關照到的新視野 (Forty, 1986)³。

此外，Forty 不認為設計會像動植物般擁有生命，能夠自行進化。因此，設計史家不應將設計變遷歸諸於某種演化法則；他轉而強調「社會脈絡」(social context) 的觀點。Forty 主張對於變遷的解釋，都必須植基於以下的瞭解：設計如何影響現代經濟、以及被現代經濟所影響。循此，一部設計的歷史，也是一部社會的歷史 (the history of design is also the history of societies; Forty, 1986)。當設計史將探討主題

轉移到探討「設計與社會」的關係，便和晚近新興學域「科技與社會研究」的發問角度及關切議題，兩者不謀而合。

四、有系統的引進「科技與社會研究」

不同的設計學術社群，最近不約而同地將觸角伸向 STS。例如：「設計研究」(design studies) 領域的重要期刊 *Design Issues*，於 2004 年夏季號 (20 卷 3 期) 出版專輯，從 STS 的角度反思設計如何為社會所形塑。事實上，較早在一本與 *Design Issues* 編輯群甚有淵源的 *Discovering Design* 一書中，力陳「政治人因」(political ergonomics) 的 Langdon Winner，乃是 STS 領域的知名學者；該文可視為 Winner (1980) 的經典論文—“Do artifacts have politics?” 的延伸，將懷疑論的觀點從科技物轉移到設計理論當中的人體工學 (Winner, 1995)。另一本被視為 STS 如椽之作：*More Work for Mother— The Ironies of Household Technology from the Open Hearth to the Microwave*，歷史學家 Ruth Schwartz Cowan 檢視 20 世紀家用科技 (domestic technology) 的革新，非但沒有減輕家庭主婦的家務勞動，反而「帶給媽媽更多工作」(Cowan, 1983)。Cowan 對家用科技的歷史研究，對於有志於探討「科技與性別」的後繼者饒富啟發，如 Cynthia Cockburn 和 Susan Ormrod 針對微波爐的研究 (Cockburn & Ormrod, 1993)。同樣地，*More Work for Mother* 也對女性主義設計史的研究展開，奠定基礎；Cowan 這部巨作，是具有性別意識的設計評論都會不忘一提的，例如 N. Whiteley 所著 *Design for Society* 書中“feminist perspectives”一章 (Whiteley, 1993)。

除了設計研究此一學術社群外，設計史也在方法論上有系統地引介 STS 來強化理論架構。因為意識到設計史研究在近二十年間受到內外因素的衝擊，設計史家 Kjetil Fallan 於 2010 發表 *Design History— Understanding Theory and Method* 一書，在方法論層次上挪用 (appropriate) 了 STS 的理論觀點，期能對設計史研究有所啟發。Fallan 自謙本書乃是接續 Conway (1987) *Design History— A Student's Handbook*，以及 Walker (1989) *Design History and History of Design* 兩本設計史研究方法的補充，實際上則是作者有感於設計操作 (design practice) 逐漸有跨領域合作的趨勢—現今設計常常整合了材料、製程、平面等不同專業，其結果不限於可見的實體產品，還延伸到無形的 (intangible) 的軟體、服務等各種形式。設計研究藉此連結了資訊、企管等工學、管理領域，大幅拓展研究主題。但是脫胎於藝術史、以歷時不墜的經典設計作為書寫核心的設計史研究，卻顯得捉襟見肘。深受 STS 啟發的 Fallan，尤其強調 “design in use” 的歷史研究是重要的，進而提出「設計的文化史」(a cultural history of design) 的研究構想，將科技工程師、使用者納入設計史關照的版圖之中 (Fallan, 2010)。無獨有偶，Bess Williamson (2009) 引用了 Bijker 和 Pinch 的「科技的社會建構」(Social Construction of Technology, SCOT) 觀點，倡言「design in use」(Williamson 所著原文標題為 *The Bicycle: Considering Design in Use*)。

重新圈劃、擴散設計史寫作版圖者另有一例。美國 Arizona 大學工業設計學系的 Prasad Boradkar 教授 (2010) 觀察到各個研究領域對於物件論述遍地開花，大膽提出「設計東西」(designing things)，收攏了包括人類學、文化研究、物質文化研究、STS 等不同領域的觀點，建構理論化物件 (objects) 的知識基礎 (Boradkar, 2010)。其中，Cowan 的性別意識、Pinch 和 Bijker 的「科技的社會建構」，都成為引導設計師及設計史家繞過技術決定論 (technological determinism)，重新看待使用者/社會多重面貌的理論觀點。藉此，使用者取代了設計/師，成為探討的新焦點。

STS 著眼於科技爭議，回溯科技 (在實驗室) 的起源，取得對社會的重新理解；在行動上則基於風險承擔及管理，要求更多科技決策的公共參與空間釋放出來。相較於此，在科技進入社會的過程中，設

計從使用者、消費市場的觀點，透過造型手段，將科技轉化為商品，得以在社會中擴散。設計是大部分科技進入社會之門；透過設計師之手，科技得以在社會中被實現。但也由於科技可能帶來惡果、引發爭論，STS 針對科技創新主張必要的干預—從釐清科技爭議的知識討論，到公民參與的集體行動。從這個角度來看，STS 分析和設計操作，可能立場相左。

但是，從另一個角度來看，如果 STS 對於科技干預向前端延伸到設計程序，或許能夠防範於未然。再者，假如不是抱持「反科技」的立場，甚至可以與設計師協力發展出另一種應用科技的新模式。例如：1970 年代，出現在堪地那維亞半島「參與式設計」（participatory design）。在參與式設計中，設計師的角色在於促進使用者「自我授權」（self-empowerment），透過合作研究和共同設計，研究人員、設計者和使用者一起做出結論（Clement, 1994）。透過學界和工會的合作，參與式設計已經成為研究人員在人機介面互動、社區發展，以及相關設計領域的一個重要操作方法。它企圖探討人類默契的無形活動，在設計過程中和參與者建立持續合作的夥伴關係；研究者、設計師和參與者共同設計產品、工作流程，以及工作環境，一起制定和改善產出結果（Spinuzzi, 2005）。「參與式設計」架構了一個整合使用者、專家等的協力網絡，設計成為使用者與生產者溝通、科技決議與實現的平台。先協調科技應用的適當形式之後，再行規劃設計，以避免如「數位排除」（digital exclusion）等科技適應不良的後果。這些實驗性的設計，透過對使用者不同面向的觀察，重新連結了使用者與生產者的關係。透過重新定位使用者的位置，也讓設計師從治絲益棼的市場機制中脫離出來。

其實，使用者與設計師，除了專業認同外，兩者差別實際上可能並沒有那麼大。美國設計學家 Margolin（1995）便重新界定了設計和設計師：除了專業實作以外，設計師應該也涵蓋一般人對於事物的策劃安排。因此，設計物便擴大到市政規劃、市場產品及許多獨立專案。這些設計物聚合而成我們生活世界中的一切，包括物件、活動、服務、環境等，即所謂「產品氛圍」（product milieu）。Margolin 試圖尋找一個理解人工造物（artefact）的理論架構，重新建立設計與社會的連結，藉以擴大設計操作以及研究的範圍。而當設計視野改變了，設計便能被理解為一種社會行動（social action）。

五、超越視覺文化

原先「設計文化」只是出現於不同語境，偶被提及、定義不清的名詞。但如果要作為一學術範疇特定、議題明確的研究領域，顯然問題重重。對此，Julier 的參考對象除了「物質文化」外，便是在學術領域已經卓然有成的「視覺文化」（visual culture）；這可以從他在 *The Culture of Design* 一書初版發行後，2006 年所著 *From Visual Culture to Design Culture* 一文看出他的學術策略⁴。相對於向來圍繞在形式分析、淵源及贊助的傳統藝術史，1990 年代開始崛起的「視覺文化」，承繼「新藝術史」（new art history）擴大所有視覺形式進入學術正典，探討觀看者與被觀看者之間的關係。

即便視覺文化廣納設計、美術、攝影電影電視廣告等領域，從而擴大了藝術史的學術範疇，Julier 仍然對視覺文化有所批評。由於視覺影像乃是文化形構（formation）與再現（representation）當中的首要角色，影像的「閱讀」（reading）因此成為視覺文化研究的核心議題，這也導致此一領域淪為「視覺中心主義」（ocularcentricism）。如果視覺文化墨守於關注觀看的角度及過程，而將影像從原來脈絡抽離（disembodying）出來，與傳統藝術史便無二致。其次，從分析對象來看，大部份仍侷限於靜態形式，如照片及廣告，顯然無法回應快速變動的世界。

由於視覺資訊的瞬息萬變，連帶影響奠基其上的文化形式，Julier 繼而引述 Scott Lash 關於文化的詮

釋，論證設計不再只是視覺物的創造，還牽涉到視覺和物質世界中所形構的遭遇系統（the structuring systems of encounter），影像因而延伸至空間。例如 Frank O. Gehry 所設計的古根漢博物館（Guggenheim Museum），乃是一幅影像積累成資本的奇景（spectacle）；亦即，影像與空間，兩者「去領域化」（deterritorialized）了。無獨有偶，視覺文化學者如 Camiel Van Winkel、Hal Foster 及 Norman Bryson，也將他們對劇變的當代文化的焦慮，拋向設計。

設計形式的實質改變，牽動了觀看方式，以及觀看者（the viewers）與被觀看者（the reviewed）之間主客體關係的失衡；即如 John Urry（2002）所謂的「觀光客的凝視」（the tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies）。尤有甚者，1990 年代以來，視覺科技的革新，如「虛擬實境」（virtual reality），主客體交融為一的時空經驗，更令視覺文化研究難以掌握新的設計形式。例如，熱門的手機遊戲—Pokémon GO（精靈寶可夢 GO），其結合擴增實境（Augmented Reality, AR）與 GPS（global positioning system）定位技術，將遊戲帶入真實空間，形成一虛實整合的世界，也改變了人們的日常行為模式。此一現象，已經超越討論電影、廣告或攝影，背後意識型態的視覺文化研究所能掌握者。尤其，組織所有相關科技，創造奇幻景象的遊戲設計，更是必要的分析對象。

再者，如依循物質文化研究的主張—探究消費過程中的所衍生的意義，或者可能翻轉視覺物與主體經驗的異化（alienating）關係。如此一來，分析對象便擴展到設計、生產、消費等領域，Julier 於是提出設計文化研究此一概念，及其具體指涉的活動，並且建立研究架構，以超越現今視覺文化研究的窘境。

今日設計史已經不耐困頓在既有研究領域，對於當下以及未來要求更多的干預介入；這原是歷史研究當有的職志，以及無可迴避的焦慮。而當設計史家跨出學術藩籬，便需要新的知識養分及活水源頭，壯大行動能力。在此一過程，Julier 看到了視覺文化的侷限，因而提出設計文化研究，不僅突破此一領域的發展瓶頸，使能回應新的設計操作下不斷衍生出來的新生事物；同時，更接合了視覺文化與設計史／設計研究這兩個領域的知識交流。反觀國內，視覺文化的學院建置才在起步階段；最早在 2009 年成立的學院系所是陽明大學視覺文化研究所。相較於此，稍早創建的中央大學視覺文化研究中心（2008 年）則與藝術史較有淵源；籌備人員吳方正教授係出自該校藝術學研究所。交通大學文化研究國際中心下的「視覺文化」研究學群，乃由前兩單位，結合交通大學電影研究中心，共同推動各項教學研究及學術活動。

另外，從藝術史出發而成的跨領域研究，如台北藝術大學藝術跨域研究所、高雄師範大學跨領域藝術研究所，均著眼於反思藝術行動的社會意義，反而是比較接近視覺文化現實意識的旨趣。整體而言，雖然視覺文化研究近年來在台灣學院內的正式建置方興未艾，但是與藝術、設計相關領域的交流互動，並不多見。同時，國內設計研究領域對此一國際間跨領域對話、研究的發展趨勢，回應仍然有限。

六、設計文化研究的浮顯

經由上述可知，Julier 所提出的「設計文化」，乃是在更大的學術發展脈絡中，從設計史研究的藩籬中跨出，與文化研究、人類學，以及 STS 等知識領域的激盪下，借鏡視覺文化研究，醞釀形成。較諸傳統設計史，設計文化對於介入設計實踐更為積極熱切，並援引文化研究、人類學及 STS 相關理論的觀點。例如：繼普普藝術家 Richard Hamilton 後，設計師也常運用影像拼貼（如 mood board）來界定消費物品之於使用者的象徵意義，表達對於消費者生活型態（lifestyle）的想像；雖然有可能落入設計師自我投射的陷溺之中。之後，1990 年代晚期，民族誌取代了行銷研究，設計師與終端使用者（end users）發展出協同創新的夥伴關係，並可藉此檢視產品或品牌如何貼近在地脈絡。綜此，生活型態研究不只是使用者

研究 (user research) 的調查工具，更能作為設計師清明的文化分析及設計評論 (Julier, 2013)。藉此，設計文化已然超越既有設計史對於設計操作的些許實用功用——如設計史家 Penny Sparke、Felice Hodges、Emma Dent Coad、Anne Stone 及 Hugh Aldersey-Williams (1995) 所編撰的設計圖集性質 *The New Design Source Book* 一書⁵，僅僅是提供作為設計師臨摹經典作品的參考範本。最後，設計文化中有關 STS 的著墨，在 2013 最新版中，Julier 探索平行於晚期資本主義空間特質的行動科技 (如智慧型手機) 之發展，「行動者網絡理論」 (Actor-Network Theory, ANT) 則用以理解日常生活操演的流動性 (fluidity)。設計文化雖未完全承接設計史轉型中引入的所有知識、建構而成一全新學術範疇，卻可以被視為設計史晚近知識匯流中，湧現的新興研究課題之聚集。從傳統設計史的學術破冰的角度來看，更可以掌握設計文化的研究旨趣與關切議題。

其實，設計史的突圍，最早可以追溯到 Penny Sparke 在 1986 年的著作 *An Introduction to Design and Culture: 1900 to the Present*。Sparke 特意以「文化」取代「歷史」，作為敘述設計的背景，主要在於強調外在文化因素對於設計的影響，使設計史能夠擺脫藝術史的附屬地位。及至 Julier 倡導設計文化，則是試圖超越現代主義狹隘的美學觀 (Attfield, 2002)。不過，即便晚近的設計史研究已經自覺到本身囿於專注設計菁英創作而力求突破，仍有方法上的困境：一方面「流行設計史」 (popular design history) 在題材上仍然偏重於新穎家具、個人化的作者風格，以及建築歷史樣式。基於這樣的成見，少數設計師被過於突顯；而每日生活所見的設計如公共空間、教育軟體，卻被忽視。另一方面，許多學院派設計史家試圖藉由接合物質文化研究，關注消費者購入商品後的使用經驗，卻仍侷限在私人、家戶領域之內。其餘一大部分的設計消費，例如休閒中心、都市群聚和線上遊戲的規劃，以及企業教育課程安排、賣店購物經驗設計等，並未納入研究對象 (Julier, 2013)。

兩種設計書寫類型的所遭遇到困境，其實也反映了出於設計師的精巧之物，必然伴隨著使用者投射的各種價值觀，即 Judy Attfield 所謂的“things with attitude” (Attfield, 2000)。同時，設計所指涉的對象物，也必須擴及到更大的範圍。因此，Julier 認為設計文化主要致力於追溯：真實的日常生活與設計所擊劃的圖像，兩者之間的交互作用和對比張力，藉以取得對於設計的嶄新理解。具體發問包括：設計師、生產者，如何與設計物共謀，以形塑使用者的體驗？此一體驗如何被真實感受？文化生產者如何基於對消費者行為的瞭解，展開進一步的行動？就廣義來說，面對家戶之外的設計物件，可以運用的分析工具有哪些？這些問題也指向了設計文化的核心概念。設計文化著眼於非／物質 (im/material) 性的人造世界中，由生產與消費活動所形成網絡及其交互關係，檢視物件與使用者間的介面，並延伸到複雜的交換系統。設計文化描述設計師、設計管理者、政策決定者，以及所有涉及設計的廣大群眾，他們的行動、價值觀、資源和語彙。

設計文化廣袤的書寫範圍，乃是回應設計實務的跨領域、協同合作的轉變趨勢。對照於傳統的設計專業分工——物件、影像與空間——的設計史與設計評論，也必須重新調整其研究進路。設計文化擴大了設計專家的知識視野；新的探討議題也能吸引社會人文領域的學者投入。然而，作為一個嚴謹的學術範疇，設計文化仍須清楚地界定其如何被視為一研究對象。Julier 建議設計文化可以如以下方式來被檢視：

1. 設計文化可被視為一個過程 (process)：除了賦予造型 (form-giving) 外，設計文化涵蓋了設計實現過程中的說服、協商。
2. 設計文化乃是在既定脈絡下的實踐 (context-informed practice)。除了反映地方特色，設計文化也能作為邊緣、差異者的發聲平台。
3. 鑑於創意產業已經成為企業組織轉型的典範，創新、團隊合作、創意增能變得越來越重要，設計文化可被視為整體組織的中心理念 (organizational or attitudinal)。

4. 既然設計文化可以作為組織的創新程度的標記，設計文化也可以被視為追求社會及環境利益的轉化機制（agency）。
5. 設計文化乃是既普遍、而又充滿差異的價值觀。

整體而言，設計文化乃是在價值（value）、創新（creation）和操演（practice）等概念中，逐漸具體化其研究對象；而這三個概念則分別對應了設計師、設計生產與消費三個面向。設計文化可以據此展開與其他學術領域的理論接枝，進而形成一個完整的研究架構，如圖 2。設計師的角色存在於價值創造中；除了商業價值外，還包括社會、文化、環境、政治及象徵價值。價值的創造則可以視為篩選文化訊息的「產品節點」（product nodes）的再生產（reproduction）。創新則包括了支撐設計文化生產過程、所有相關的科技和環境、人為因素。一些非物質性的條件如知識網絡、法規、政治壓力、經濟波動及財政等，也可視為外在的脈絡因素。最後，從實踐的角度來看，消費充滿了偶發、動態的特質。除了居家空間中個人的產品使用、擁有和維修之外，還包括形成集體規範和程序，各種層次的社會建構行動。綜此，我們可以將設計文化視為（設計師與設計論述的）價值創造、創新生產，以及消費操演三者交互運作，纏繞而成的一幅圖像（Julier, 2013）。

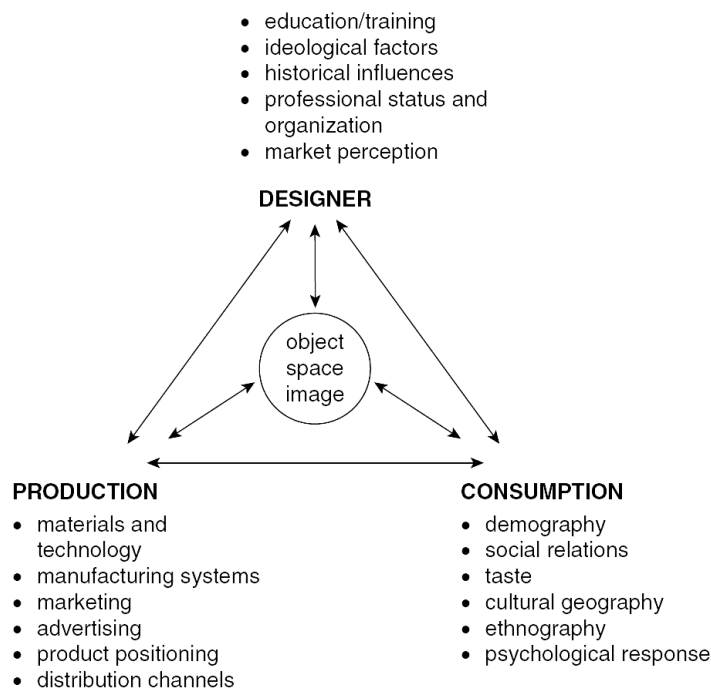


圖 2. 設計文化的研究範疇（Julier, 2013）

對於設計的理解，來自設計史；而傳統設計史的書寫，將設計師及其作品孤立起來分析，導致設計師經常被認為不世出的偉大巨匠；僅憑一己之力，即能創造傳世的不朽傑作。設計文化研究結合了從設計菁英轉向到大眾日常生活的文化研究，人類學家將物質文化的範圍擴大到當代社會中的大眾消費研究，以及從性別、社會角度反省科技後果的 STS，更加靈動地游刃於不同理論觀點之間，探討設計物的生產、創造，以及消費、使用，深入地挖掘設計物的意義。當設計文化納入使用者、將研究重心轉向消費領域時，對於使用者的能動性分析，突破原有學術框架，藉此可以獲得關於設計的重新理解，也醞釀了與不同知識領域的對話基礎，開拓出設計史研究的嶄新局面，以及，回應許多新生的現實議題，進一步開啟新的實踐可能。

Julier 的鴻圖遠大；這個充滿實驗色彩的學術倡議，也逐漸在設計研究中發揮影響（Jiang, Kandachar, & Freudenthal, 2010）。正因如此，更需要辨明設計文化的方法論，以及理論基礎，以釐清其在應用上的侷限。延續崛起於西方社會十九世紀的「視覺轉向」（visual turn），有鑑於 1980 年代以降設計普遍地在各個領域成熟運作，Julier 提出「設計文化的轉向」（design culture turn），並定義為：「設計文化乃是探討設計物間的交互關係；亦即設計作品、設計生產（包含行銷、廣告及流通）與消費各個面向的展現。」（design culture is the study of the interrelationships between design artefacts, in all their manifestations, the work of designers, design production (including marketing, advertising and distribution) and their consumption.）。相較於設計研究（design studies）或設計管理（design management）聚焦於設計過程，設計文化指涉範圍則顯得較為寬鬆、有彈性。雖能貼合「解組的資本主義」（disorganized capitalism）之下，設計廣泛地應用於產業界的現況，但也因此使得設計文化的書寫，在方法論（methodological）的層次上尤具挑戰性。雖然本書各章大致沿著理論架構，透過案例鋪陳來點出設計文化如何運行，但是作為一嚴謹的學術領域（discipline），仍舊需要規範性的分界。就此，Julier 提出設計文化研究的七點挑戰，並且闡述涉及的相關議題，包括：

1. 如何界定設計範疇（scope）；
2. 專家如何定義設計概念的開放或封閉程度（closed or open conceptions of design）；
3. 設計文化自我認知的反身性（reflexivity），或歷史性（historicity）的挪用；
4. 設計資訊的媒介過程（mediation）；
5. 網絡行動者的散佈廣度（density）；
6. 商品交換的速度、強度，建立共同認知、商業目標的動力（dynamics）；
7. 物件何以具有主動性和感染力的物質性（materiality）。

即便如此，廣袤的議題仍然諱莫如深；乍看之下令人難窺其堂奧。Julier 著眼於設計中介於生產與消費領域（如第 4 至 5 章），並且在近代廣泛地應用於視覺、產品及空間，品牌化（branded）穿透了我們的日常生活（如第 7、8、10 章）。因此，「設計文化研究」參考了「文化研究」撮合（articulate）了生產及消費的界限，擴大了理解設計的切入線索。這樣的研究角度，和從關注於勞動過程的傳統馬克思主義、轉而探討消費面向的法蘭克福學派（Frankfurt school）所提出「文化工業」（the culture industry）的概念（Horkheimer & Adorno, 2002），都有類似的分析企圖。不過，Julier 的立場，顯然沒有法蘭克福學派反對文化商品的鮮明旗幟。這個差異，從承繼法蘭克福學派的德國設計評論家郝格（Haug）所著《商品美學批判：資本主義社會中的表象、情慾及廣告》一書看來，就更清楚了（Haug, 1986）。Haug 認為資本主義透過設計操作，馴化消費者的審美品味。除了返回共產主義，並不存在消費過程中，抵制或扭轉商品美學欺瞞的可能行動。

其次，談及生產與消費兩個領域的連結，設計史學史（historiography）學者 Walker（1989）便曾提出傳統馬克思主義的社會分析模式（作為寫作設計史的參考）：下層結構（base）—涉及經濟、科技的生產力和生產關係，以及，據此形成的上層結構（superstructure）—包括意識型態、文化等。即便今日消費者導向設計、生產已為常態，使得「下層結構決定了上層結構」的說法顯得陳舊迂腐，但是構成文化現象的物質基礎，仍是重要的討論課題。特別是，設計文化乃是源自於設計廣泛地整合進商業體系，透過物質性的生產手段，醞釀而成。Julier 在第 2 章「設計與生產」（design and production），僅談到設計公司在近代對應於「新福特主義」（neo-fordism design）、「後福特主義」（post-fordism design）、

「解組的資本主義」等不同時期生產體制的更迭，而興衰起伏，卻沒有分出視覺、產品及空間等不同設計專業，在本質和運作過程中的差異。以致於，Julier 在致力建構設計文化研究成為一個學術研究範疇，策略性地借鏡視覺文化研究此一建制化的學科，並且聲稱以設計文化來超越視覺文化研究的侷限時，卻仍然留下許多有待填補的現實課題。

影像確實是所有人造事物、環境，經過設計轉化過後的物質形式，但是忽略了實質生產過程，使得 Julier 所察覺到的文化現象，顯得鬆軟而淺薄，幾與文化研究如 Dick Hebdige「將物件視為影像」(objects as image) 來分析義大利速克達 (1988)，並無二致；恐怕也很難避免淪為他所批判的存在於視覺文化研究中，「視覺中心主義」的迷思。隨後，Julier 將品牌操作的課題，在空間的現實上展開（如第 7 章「品牌化地方」branded places），從前述上／下層結構來看，乃是一種「倒向操作」。缺乏社區動員參與的空間營造，何以不致成為擦脂抹粉的市容美化工程，甚或是伴隨「縉紳化」(gentrification) 而衍生出被驅離家園的「都更難民」？雖然，以設計來塑造城市品牌的論調，如黃金樺 (2016) 等，今日甚囂塵上。

七、設計文化研究的現實意識

現實上，隨著製造業的消失及政府財務危機，文化越來越成為都市中的一項產業；文化消費與文化工業成了城市「象徵性經濟」(symbolic economy) 的來源，生產各式各樣的象徵及空間 (Zukin, 1995)。藝術、設計等美學創意活動，不只在生產領域異軍突起，其成果也在消費領域流通，打破了藝術與日常生活的藩籬，因而提高人們對於藝術鑑賞、時尚品味的可及性，進而形成日常生活美學化 (aestheticization of everyday life) 的現象 (Featherstone, 2007)。在《設計的文化》一書中的後半章節，Julier 分別評述了地方品牌化、休閒觀光，以及虛擬空間互動體驗，網路行動科技等，說明設計文化如何運行，並試圖探索設計專業實踐如何回應這些新興事物。在 2013 年的版本中，Julier 新增了「研究設計文化」(studying design culture) 一章，特意提及：1980 年代新自由主義 (neoliberalism) 崛起之後，政府致力於市場的去管制化 (deregulation)；在文化產業上也不例外。設計以其差異化 (differentiation) 的本領，跟隨著 1980 年代崛起的新自由主義的信奉者背後，跨出既有的設計生產方式，將專業延伸到其他操作領域 (Julier, 2013)。面對政府、企業所形成「公私夥伴關係」(public-private partnership)，設計文化研究如何扮演更為積極的角色？

台北市華光社區，是國民政府 1949 年遷台之後，無力／心安置隨行公務人員；以及，1950 年代後大批湧入台北的城鄉移民，由人民自力營造、購置的棲身之所。這一片夾在中正紀念堂、台北婚紗街，以及大安森林公園的「違章建築」，在台北市快速發展過程中，吸納了許多無力負擔高房價的底層勞動人口。不過，在政府默許了半世紀後，土地所有權人—法務部，與住戶們的矛盾，開始浮出都市開發的角力場。政府對於收回華光社區的土地，規劃用途並不明確：從 2007 年「台北華爾街」的金融中心，再到 2012 年「台北六本木」文化園區—諷刺地，東京六本木剛好是舉世認為引進藝術、時尚設計進行都市更新的絕佳案例。

2013 年 3 月 27 日，在聲援學生與居民的人牆阻擋下，如下頁圖 3 所示，林、楊兩戶仍然遭到強制拆毀，夷為平地 (呂苡榕, 2013)。華光社區，這個見證近代中國政治動盪，和台北城市開發進程的歷史產物，以及，曾經收留過無數顛沛流離、追求夢想的外來人口的居所，還沒來得及紀錄下的歷史痕跡，經過幾波拆除行動後，煙消雲散，化為烏有。



圖 3. 2013 年 3 月 27 日，在聲援學生與居民的人牆阻擋下，台北市華光社區林、楊兩戶仍然遭到強制拆除。

（資料來源：宋小海提供）

由於資本積累的飢渴，設計廣被納為工具（instrumentalization），藉以加速商品化的循環。經濟學家 Schumpeter 所謂資本主義「創造性的破壞」（creative deconstruction），撲天蓋地地席捲了舊有世界；這個場景，在 Julier 的著作中屢被提及（2006, 68; 2013, pp. 136-159）。設計文化結合了不同學術領域的理論觀點，以「使用中的設計」（design in use）為核心，突破了設計史的既有範疇；使用者（與物的互動），取代了設計／師，成為書寫的對象。那麼，設計物的消費經驗，限定範疇為何？誰的文化值得被研究、書寫和保存？又是向誰開放？再現（represent）了何種價值？以及，造成了什麼樣的後果？以歷史、文化作為設計操作的素材，何以不致淪為迎合「觀光客的凝視」、扭曲自我的媚俗商品？設計文化研究鼓吹迎向新局，但是對於快速崩毀的過往，設計史家在現實陣地中恐怕仍有未竟之志。這樣看來，設計文化研究實則未必能夠完全取代設計史。

其次，假如 Julier 自承設計文化研究，係出於對設計史家 Victory Margolin 的呼籲，而為的學術擊劃（2006），那麼他更應該注意到 Margolin（2002）對於設計參與人造物、空間等物質的營造過程中，無可迴避的政治意涵之提醒。視覺影像滲入了商品、空間的創造，與之合而為一。人造物、空間藉由視覺化的手段，達到資本快速積累的目的，其轉化動力不只來自於美學、科技，更是政治作用的結果。Julier 跳過設計行動的政綱（agenda）協商，直接處理地方品牌化的文化後果，很難讓人理解，他在本書中，引述大批馬克思主義的地理學家如 David Harvey、Manuel Castells、Sharon Zukin 等人觀點，但卻未深入討論如何定位設計師在社會實踐的戰略位置。如果 Julier 揭櫫了今日設計的內在本質已然改變，那麼，問題便會是：從工業革命、甚至是文藝復興以來，設計難道不是一再地被真實世界所穿透、不斷地轉變其指涉對象及實際內涵？如果只是因應此一改變，增生一門學術領域，其意義何在？再細看建構設計文化的底蘊知識—文化研究、人類學／消費研究，和 STS，其實都蘊含著社會人文學科渴望與真實社會展開對話的實踐傾向。就此而言，不禁令人納悶：何以 Julier 對於設計在新的社會體制形構中所扮演的角色，以及其所帶來的後果，反省有限⁶？如果不是作者一時疏忽不察，恐怕是反映了設計研究一向習於和真實社會保持疏離的冷感。

Julier 在設計文化的研究架構中，以人工造物（產品、影像及空間）為核心，展開三個研究面向：創意生產、消費操演，以及價值創造者—設計師。末者不僅反映了他曾經彙編 *Encyclopedia of 20th Century Design and Designers*、對於設計師知之甚詳的設計史本家的學術專長外，或者，這也是在後現代主義評論家普遍對作者的輕蔑、撻伐聲中，他為設計師所做的強力捍衛。面對設計專業從製造業竄流到其他領域，衍生出所謂的服務設計、社會創新等令人眼花繚亂的新生領域，Julier 仍寄情於設計師，期許其在消

費導向的產業變動，以及複雜的現實政治中，發揮其自主性（Attfield, 2002）。設計文化已經為專業者開闢出新的時代戰壕，且讓我們一同前進！

註釋

- ¹ 本文旨在評介 Julier 所倡議的「設計文化研究」此一概念。Julier 在醞釀此一概念的形，係來自西方相關社會人文領域的理論觀點及研究現況。不過，作者並沒有就此否定其他地區基於不同的起源，也會存在「設計文化」的事實。「設計文化」一詞，除了日本、中國以外，其他非英美語系（non-angloamerican）地區或國家如南美、印度、乃至德、法、北歐等地區，應該也會有各自研究發展脈絡。其間或有相互交流、影響，但仍應有其研究特色，並指涉了不同學術範疇，以及理論意涵，彼此之間存在差異。即便是同為英語世界，不同學者彼此間關於「設計文化」的詮釋也未必有所交集，遂有媒體及文化研究學者 Highmore（2009）彙編讀本 *The Design Culture Reader*。本書分六部份：“materials and methods”，“actions and agents”，“object life”，“sense and sensibilities”，“designing（in）the world” 以及“design time”，集結了社會人文領域的經典之作。除了擴大關乎設計的知識基礎外，也凝聚了設計文化的對話基礎，使相關議題之研究與結辯，得以展開。
- ² 以下這一部份的思考，主要是作者在取得博士學位前的沈澱醞釀，並在畢業之後逐步加以落實。部分內容引述 2004 年受邀至雲林科技大學舉辦「設計研究的回顧與前瞻研討會」中的專題演講，詳見：翁註重（2004）。
- ³ 有關計史在晚近遭逢設計研究學術社群挑戰的處境，詳見作者「當『歷史』碰上『設計』—重看「設計史或設計研究」的爭論，及其背後的歷史思維」一文（翁註重，2002）。
- ⁴ 以下內容，大多引述 Julier（2006）原文以及中譯本《設計的文化》第一章的 beyond visual culture: design culture as an academic discipline 一節。兩處文字部份重疊，不另一一標注出處。
- ⁵ 本書繁體中文，書名譯為《新設計史》，恰好反映出開發中國家的設計史教育，在追求經濟發展的前提下，往往以風格類型作為學習西方現代設計的速成教材。
- ⁶ Julier 在本書中雖然提及「批判設計」（critical design），但也只是嘲諷鑲嵌在日常生活物件中，政治、經濟、文化、社會等各層面，隱而未現的預設（assumption）；對於設計並未有更為基進（radical）的期望。

參考文獻

1. Attfield, J. (2000). *Wild things: The material culture of everyday life*. Oxford, England: Berg.
2. Attfield, J. (2002). The culture of design. *Journal of Design History*, 15 (2), 128-129.
3. Boradkar, P. (2010). *Designing things: A critical introduction to the culture of objects*. New York, NY: Berg.
4. Clarke, A. J. (Ed.)(2011). *Design anthropology: Object culture in the 21st century*. Vienna: Springer-Verlag.
5. Clement, A. (1994). Computing at work: Empowering action by “Low-Level” users. *Communication of the ACM*, 37(1), 52-63.

6. Cockburn, C., & Ormrod, S. (1993). *Gender and technology in the making*. London, England: Sage.
7. Cowan, R. S. (1983). *More work for mother: The ironies of household technology from the open hearth to the microwave*. New York, NY: Basic Books.
8. Conway, H. (Ed.)(1987). *Design history: A students' handbook*. London, England: Routledge.
9. Fallan, K. (2010). *Design history: Understanding theory and method*. New York, NY: Berg.
10. Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). Los Angeles, CA: Sage.
11. Forty, A. (1986). *Objects of desire- Design and society since 1750*. London, England: Thames and Hudson.
12. du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (2013). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman* (2nd ed.). London, England: Sage.
13. Goggin, G. (2006). *Cell phone culture: Mobile technology in everyday life*. New York, NY: Routledge.
14. Hebdige, D. (1988). *Hiding in the light: On images and things*. London, England: Routledge.
15. Haug, W. F. (1986). *Critique of commodity aesthetics: Appearance, sexuality and advertising in capitalist society*. (R. Bock, trans.). Cambridge, England: Polity Press. (Original work published 1971)
16. Highmore, B. (Ed.)(2009). *The design culture reader*. New York, NY: Routledge.
17. Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments*. (J. Cumming, trans.). Stanford, CA: Stanford University Press. (Original work published 1944)
18. Jiang, J., Kandachar, P., & Freudenthal, A. (2010, October). *Exploring the influence of design culture on ICT healthcare product and service design for rural China*. Paper presented at the ERSCP-EMSU Conference, Delft, The Netherlands.
19. Johnson, R. (1986). The story so far: and for the transformations. In D. Punter (ed.), *Introduction to contemporary cultural studies* (pp. 277-313). London, England: Longman.
20. Johnson, R. (1986/7). What is cultural studies anyway? *Social Text*, 16, 38-80.
21. Julier, G. (2006). From visual culture to design culture. *Design Issues*, 22(1), 64-76.
22. Julier, G. (2013). *The culture of design* (3rd ed.). Los Angeles, CA: Sage.
23. Krippendorff, K. (1989). Product semantics: A triangulation and four design theories. In S. Väkevä (Ed.), *Product semantic 1989*. Helsinki: Finland: University of Industrial Arts. Retrieved from http://repository.upenn.edu/asc_papers/254
24. Leve, A. M. (2012, December). *The circuit of culture as a generative tool of contemporary analysis: Examining the construction of an education commodity*. Paper presented at the Joint AARE APERA International Conference, Sydney.
25. Margolin, V. (1995). The product milieu and social action. In R. Buchanan & V. Margolin (Eds.), *Discovering design: Explorations in design studies* (pp. 121-145). Chicago, IL: The University of Chicago Press.
26. Margolin, V. (2002). *The politics of the artificial: Essays on design and design studies*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
27. Pevsner, N. (2005). *Pioneers of modern design: From William Morris to Walter Gropius* (4th ed.). London, England: Yale University Press.
28. Sparke, P., Hodges, F., Coad, E. D., Stone, A., & Aldersey-Williams, H. (1995)。 *新設計史* (李玉龍、張建成譯)。台北：六合。(原著出版年 1992)

- Sparke, P., Hodges, F., Coad, E. D., Stone, A., & Aldersey-Williams, H. (1995). *The new design source book* (Li, Y.-L., & Chang, J.-C, trans.). Taipei: Liuhe Press. (Original work published 1992) [in Chinese, semantic translation]
29. Spinuzzi, C. (2005). The methodology of participatory design. *Technical Communication*, 52(May), 163-174.
30. Urry, J. (2002). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies* (2nd ed.). London, England: Sage.
31. Walker, J. A. (1989). *Design history and the history of design*. London, England: Pluto Press.
32. Whiteley, N. (1993). *Design for society*. London, England: Reaktion Books.
33. Williamson, B. (2009). The bicycle: Considering design in use. In H. Clark & D. Brody (Eds.), *Design studies: A reader* (pp. 522-524). New York, NY: Berg.
34. Winner, L. (1980). Do artifacts have politics?. *Daedalus*, 109(1), 121-136.
35. Winner, L. (1995). Political ergonomics. In R. Buchanan & V. Margolin (Eds.), *Discovering design: Explorations in design studies* (pp. 146-172). Chicago, IL: University of Chicago Press.
36. Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. Cambridge, MA: Blackwell.
37. 呂苡榕 (2013, 8 月)。國有土地活化，讓人活不下去？*新新聞*，第 1361 期，28-31。
- Lyu, Y. R. (2013, April). Revitalizing national land and depriving people's livelihood? *The Journalist*, 1316, 28-31. [in Chinese, semantic translation]
38. 翁註重 (2002)。當「歷史」碰上「設計」—重看「設計史或設計研究」的爭論，及其背後的歷史思維。*設計學報*，7 (1)，15-32。
- Wong, J. J. (2002). When history meets design—Re-examining the debate over “design history or design studies?” and their underling historical thoughts. *Journal of Design*, 7(1), 15-32. [in Chinese, semantic translation]
39. 翁註重 (2004)。從設計的先行者，迎向眾聲喧嘩的時代—設計史的起源、轉向與視域融合。*設計研究的回顧與前瞻研討會論文集* (頁 11-19)。雲林：雲林科技大學。
- Wong, J. J. (2004). From pathfinder to the boisterous masses: The emergence, turns, and the fusion of visions in design history. In *Proceedings of Past and Future of Design Studies Conference* (pp. 11-19). Yunlin: National Yunlin University of Science and Technology. [in Chinese, semantic translation]
40. 黃金樺 (2016)。品牌·城市：從風格生活再造城市 DNA。台北：商周。
- Huang, J. H. (2016). *Branding the city: The remaking of urban lifestyles*. Taipei: Business Weekly. [in Chinese, semantic translation]

Exploring the Studies of Design Culture from the Transdisciplinary Writing of Design History

Ju-Joan Wong

Department & Graduate School of Industrial Design, National Yunlin University of Science and Technology
wongjj@yuntech.edu.tw

Abstract

This study aims to explore under what academic background the studies of design culture emerged from the development of design history. In the 1990s, research groups focusing on design challenged the academic dominance of design history, thus, it was necessary to re-establish its legitimacy. Moreover, the long-term interaction between design history and cultural studies, anthropology, science, technology, and society (STS), have laid a knowledge foundation for such reform. The research interests and main concerns of design culture are clarified through demonstrating the theoretical relation between design history and related theories. In reality, modern design has extended to border areas to become a part of people's daily life in the wave of globalization. Design artifacts have continued to advance to other research fields: such as visual, product, interior design, etc., which integrates and reconstructs the professional division.

Using visual cultural research as the method, design culture tries to exceed the limit of visual- centism to break the dividing line of images, products, and interiors, and form a new research frame and topic by combining the theoretical viewpoint of humanities and social sciences, including culture research, anthropology/consumption study, STS, etc., with emphasis on three aspects- (designer and design discourse) value creation, production of creativity, and consumption practice. Thus, design culture not only crosses the boundaries of design history to advance with the time, but also enhances academic vitality, which becomes complex in order to respond Neoliberalism in reality.

Keywords: Design Culture, Design History, Visual Culture Studies, Neoliberalism.