

# The Research of The Creative Application on The Method of Phenomenology in design process

姜美如、林東龍

E-mail: 9405664@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Design Methodology can be distinguished into thinking of creation and design process. And idea is the key to dissolve concept and method. Idea starts with transform process during the process of designing. That is, to seek for idea of design under the stimulations of creative delivering. Therefore, the sudden inspirations sparked from design activities are the most crucial link throughout the whole process. If we return to the fundamental questions about the thinking mode to consider the basic issue - thinking mode originates from Philosophy. As a result of the changing of time and environment as well as the appearance of industrialization and technology, the humane value which takes "humanity" as the essential direction has been veiled gradually. Hence, attempts through the concepts of phenomenology to reveal the first intuition experience operates slight senses within human mind as consciousness and moreover, make a painstaking investigation into the nature of the product. And, by way of the affection projected from intuition experience, we try to restore the phenomenon called products to the eidos, which contains the interactive nature of human and objects, in other words, to return to the indentation of substance. Furthermore, applying this concept to the product design of the marketplace and employing the method of empirical of phenomenology, we can develop an innovative thought venturing from different directions.

Keywords : Design Methodology、 thinking of creation、 design process、 humane value、 phenomenology、 intuition、 affection 、 eidos

## Table of Contents

|                  |                  |                              |                    |                     |                 |                          |             |                 |                  |                  |                     |          |   |              |         |          |
|------------------|------------------|------------------------------|--------------------|---------------------|-----------------|--------------------------|-------------|-----------------|------------------|------------------|---------------------|----------|---|--------------|---------|----------|
| 封面內頁 簽名頁 授權書     | -----iii         | 中文摘要                         | -----v             | 英文摘要                | -----vi         | 誌謝                       | -----viii   | 目錄              | -----ix          | 圖目錄              | -----xii            | 表目錄      | -----xiv  |              |         |          |
| 第一章 緒論           | 1.1 研究背景及動機      | -----1                       | 1.2 研究目的           | -----3              | 1.3 研究重要性       | -----4                   | 1.4 研究問題與假設 | -----5          | 1.5 研究範圍與限制      | -----5           | 1.6 名詞解釋            | -----6   | 1.7 研究的流程                                       | -----8       |         |          |
| 第二章 文獻探討         | 2.1 設計方法與設計轉化之關係 | -----11                      | 2.1.1 創意思考與設計之連結關係 | -----11             | 2.1.2 設計方法與思維模式 | -----16                  | 2.1.3 設計轉化  | -----24         | 2.1.4 目前產品設計轉化過程 | -----29          | 2.1.5 小結            | -----35  | 2.2 現象學之思維邏輯與方法                                 | -----38      |         |          |
| 2.2.1 何謂現象學      | -----38          | 2.2.2 現象學的方法 - 還原、懸置、存而不論、直觀 | -----39            | 2.2.3 現象學之想像        | -----46         | 2.2.4 現象學之圖像意識           | -----49     | 2.2.5 現象學與美學的關係 | -----53          | 2.2.6 現象學案例分析與觀察 | -----62             | 2.2.7 小結 | -----64   | 2.3 情境與敘述性設計 | -----66 |          |
| 2.3.1 情境認知       | -----66          | 2.3.2 情境設計                   | -----68            | 2.3.3 敘述性設計         | -----69         | 2.3.4 小結                 | -----71     | 第三章 研究方法        | 3.1 研究架構         | -----73          | 3.2 研究對象            | -----74  | 3.3 研究工具  | -----74      |         |          |
| 3.3.1 問卷內容       | -----75          | 3.4 資料分析方法與步驟                | -----77            | 3.4.1 依據現象學所擬定之設計準則 | -----78         | 3.4.2 運用現象學所擬定之設計準則的產品限定 | -----79     | 第四章 研究結果與分析     | 4.1 第一次深度實驗      | -----81          | 4.1.1 第一階段的實驗 未設定標準 | -----81  | 4.1.2 第二階段的實驗 設定標準(現象學的四個尋求本質的方法 還原、懸置、存而不論、直觀) | -----84      |         |          |
| 4.1.3 本質再現 比較與分析 | -----92          | 4.2 第二次深度實驗-情境、評估            | -----96            | 4.2.1 問卷情境描述        | -----96         | 4.2.2 分析與評估              | -----98     | 4.3 與目前設計方法比較   | -----99          | 第五章 結論           | 5.1 結論              | -----102 | 5.2 建議  | -----104     | 參考文獻    | -----105 |

## REFERENCES

1. 劉克峰, 2003, 煉金術--設計方法的實驗室, 田園城市文化事業有限公司
2. 張世明, 2000, 中國設計哲學與美學之研究, 大葉大學設計研究所
3. 張鈴翔, 1993, 創造思考的思路, 先見出版公司
4. 張洋, 創意靈感跳出來:100個傳奇發明的創意故事, 2000, 晨星出版
5. JOHN R. LINSBECK, 1999, 產品設計與製造
6. M.J.阿德勒, 1991, 亞里斯多德, 九大文化股份有限公司
7. John Chris Jones, 1995, 設計方法, 六合出版社
8. Tony Fry, Design Philosophy Papper, [http://www.desphilosophy.com/dpp/dpp\\_index.html](http://www.desphilosophy.com/dpp/dpp_index.html)
9. Anthony Aaby, Design: A Process, A Plan, and an Aesthetic, <http://cs.wvc.edu/~aabyan/Design/>
10. Anthony Aaby, Design:a process, <http://cs.wvc.edu/~aabyan/Design/process.html>
11. Prof. dr. Matthias Rauterb, Lecture Notes in User-System Interaction(USI), <http://www.ip0.tue.nl/homepages/mrauterb/lectures.html>
12. 謝明同, 2001, 情境與空間結構之轉化法則, 國立台北科技大學建築與都市設計研究所
13. 彼得 A.安傑利斯, 2001, 哲學辭典, 貓頭鷹出版社股份有限公司
14. David Fontana, 2003, 象徵的名詞-進入象徵意義

的視覺之鑰，米那貝爾出版社 15. Murray Stein, 1999, 榮格心靈地圖，立緒文化事業有限公司 16. 官政能, 1996, 產品物徑-設計創意之生成、發展與應用，藝術家出版社 17. Victor Papanek, 1987, 合乎人性的設計，復文書局 18. yahoo 字典，<http://tw.dictionary.yahoo.com/word/archetype> 19. 龔卓軍，身體與想像的辯證:從尼采到梅洛龐蒂 [http://ccsun57.cc.ntu.edu.tw/~chungwai/techne98beta/gong\\_one\\_1.html](http://ccsun57.cc.ntu.edu.tw/~chungwai/techne98beta/gong_one_1.html) 20. 張政遠, 1997, 梅洛龐蒂的現象學哲學概念 <http://www.geocities.com/Athens/Troy/1881/ecrits/> 21. 無名氏, 《現象學的觀念》，學生大網站 [http://chinagate.yam.com/cgi-bin/g2bcgi.cgi?dest= http%3A%2F%2Fwww.studa.com%2Fnewmind%2F2003-6-19%2F2003619150221.asp](http://chinagate.yam.com/cgi-bin/g2bcgi.cgi?dest=http%3A%2F%2Fwww.studa.com%2Fnewmind%2F2003-6-19%2F2003619150221.asp) 22. 倪樑康, 圖像意識的現象學，中國現象學網 <http://www.xianxiang.com/> 23. 季鐵男, 1992, 建築之現象學進路 建築現象學導論，桂冠新知叢書 24. 大衛 科恩, 2003, 思維的時態-進入人體內在意識的視覺調查，知書房出版社 25. 李宗薇, 1997, 《教育研究客觀性的現象學分析》，台北師院學報，第10期。 26. 金觀濤、司圖立, 1999, 《當代藝術的危機與具象表現繪畫》香港中文大學。 27. 吳旭時, 現象學-現象學、現象學-梅洛龐蒂 [http://usher.ifrance.com/usher/htm/ph\\_note/phenomenology.htm](http://usher.ifrance.com/usher/htm/ph_note/phenomenology.htm) 28. 光明, 1994, 現象學與海德格-藝術就是真理的發生，遠流出版公司 29. 從抽象到具象， [http://user.nksh.tp.edu.tw/teacher/studio/classroom/w\\_history/abs\\_concre.htm](http://user.nksh.tp.edu.tw/teacher/studio/classroom/w_history/abs_concre.htm) 30. 廖啟超, 2002, 多媒體之情境設計探討 「以未來行的憧憬」創作為例，元智大學資訊傳播學系 31. 沈家銘, 2002, 由記憶喚起型態 童年情境在設計屬性上的運用探討，大葉大學設計研究所 32. 張瓊惠, 以敘事性設計引導空間設計的手法，以『Rumjungle 酒吧餐廳』為例解讀空間設計意涵，雲林科技大學 <http://home.educities.edu.tw/lingyf/na/col037.html> 33. 謝康基, 1993, 語意學 理論與實際，台灣商務印書館股份有限公司 34. 何三本、王玲玲, 現代語義學, 1995, 三民書局股份有限公司