



- 一、測量尺度的類型，一般分成名義尺度、次序尺度、等距尺度、比率尺度四種，請說明此四種測量尺度之特性，並舉例說明。(10%) 請分別虛擬一個設計研究議題說明次序尺度、等距尺度、比率尺度所取得之資料，你將會選擇何種分析技術(統計方法)進行資料分析。(10%)
- 二、在設計研究中，經常需要取得相關質性資料，取得質性資料方法非常多，其中(a)焦點團體(Focus Group)，(b)深度訪談(Depth Interview)，(c)參與式觀察(Participant Observation)等三種方法，常見於相關設計研究中。請比較分析(a)焦點團體、(b)深度訪談及(c)參與式觀察等三種方法，較適合那些研究議題？(15%) 試各自以一簡例說明之。(15%)
- 三、試申論俗民方法學(ethnomethodology)的優缺點？(10%) 並試述調查方法與俗民方法論的效度比較？(15%)
- 四、試申論民族誌學(ethnography)的詮釋問題？(10%) 並詳述民族誌研究的步驟？(15%)



一、設計的核心價值(core value)是甚麼?設計師的核心能力(core competence)又是甚麼?請闡述兩者之交互關係。(25%)

二、『設計』跟『設計學』的關係是甚麼?請闡述之。(25%)

三、下列「G-MARK 大賞設計特質之構成因素與結構」期刊論文的「前言」，就其研究的動機和背景，試申論其宜採用之研究理論、研究方法及研究的步驟。(25%)

1、前言

近年來，在各專業學術研究領域的互相重疊之下，各學科的界線日益模糊，知識結構亦不再侷限於鑽研內部的深度，而是延伸至周邊的專業領域，朝向科際整合的方向前進，此一趨勢也促使設計領域與相關專業的連結，包括來自於各國政府、教育機構、產業界與傳播媒體等，設計相關議題已受到高度重視與普遍討論，不僅成為一門獨立且專業的顯學，也是影響企業發展與國家經濟的重要因素。以首創文化與創意產業的英國為例，保守黨政府於 1982 年召開設計高峰會議，將振興設計的年度預算由 400 萬英鎊提高至 1200 萬英鎊，並於 1987 年的報告書中顯示，全國的設計產業營業額高達 10 億英鎊，相關從業人員達 29,000 人 (Walker, 1989)。特質的追求是企業永遠的課題，包括發現特色、自我認知、連結明確且具體的活動，發展與競爭者的差異、具備不易被學習或追趕的優越性與永續性等特質。在成熟市場中，保持既有的優勢是困難的，因此必須加快開發的週期。為了強化形象，今日的企業已從可視的技術開發，調整為採取不可視的感覺或情緒性的方法，使左腦型的「資訊化社會」逐漸轉向為右腦型的「觀念化社會」。然而，優良的設計不全然都是為企業或國家獲取高利潤的工具，也不只是解決視覺上的創意或風格等問題，優良設計的定義和領域與時並進，甚至涵蓋風土、習慣、文化等地域特質。因此，在時代性與社會性背景之下所衍生的設計思維，亦是影響設計議題的重點因素。

現今的日本已成為設計大國，其社會結構、文化內涵與教育發展等條件與我國相近，日本的 G-MARK 被譽為世界四大設計獎項之一，其評選制度在 1998 年的民營化之後，為了強化設計的共同基礎，在原有的商品設計領域之外，加入建築環境、傳達設計與新興領域，以融合各項專業的設計領域，擴增完成 4 大領域，26 個設計類別。



擁有強健的設計能力，可促使企業有能力克服快速變遷和不穩定的趨勢，並可藉此提升產品被國際社會接受的可能性（Swan, Kotabe, & Allred, 2005）。對現今多數企業而言，設計已成為企業必需擁有的競爭利器（Peters, 2003），在這個前提之下，設計亦成為提供企業達成預期目標的方式之一（Olson, Cooper, & Slater, 1998）。相較於尚未投入設計的競爭產品，設計的貢獻可以使企業能擁有較好的銷售量和較高的經濟利潤（Gemser & Wijnberg, 2002），而良好的設計養成可以透過設計的評論、展示、設計競賽及設計獎項的評選（Borja de Mozota, 2003）。

在國際競賽中獲獎的設計作品，與當今設計特質、設計趨勢、設計議題、設計思維、設計研究與社會或產業發展的脈絡甚為密切，甚至延伸至未來設計型態的探討，因此，本研究希冀其成果能作為今後設計學術與產業發展的重要指標或依據，並藉此建構產學界共存與共榮的知識平台。綜合以上所述，本研究的主要目的為：探討 1999 年至 2008 年獲得日本 G-MARK 大賞作品之設計特質的結構與構成因素，進而對未來的設計發展趨勢提供適切的參考指標。

四、下列「木材視覺意象之研究—以台灣產商用針葉樹為例」期刊論文的「前言」，就其研究的動機和背景，試申論其宜採用之研究理論、研究方法及研究的步驟。(25%)

1、前言

木質材料廣泛運用於產品設計與空間設計等領域，當設計師面對顧客進行設計說明時，設計之表達可由造形、色彩或材質等面向加以詮釋，惟消費者心中仍存在著不同之感受值，此感受將影響消費者對產品喜好之判斷標準，因此，設計師若能明確掌握此一資訊，將有助於雙方之設計溝通，可設計出更符合使用者心理感受之產品。另從使用者層面而言，當面對一項產品，以不同材質或相同材質不同質感之材料來表達時，例如，室內空間建材之選購，如何有效選擇適合個人心理需求之產品，往往造成使用者選擇之困擾，因此，若能透過科學方法對木質材料進行檢測與剖析，詮釋木材之特性，進而以客觀研究方法，探討使用者對此材料之心理感受，將有助於拉近設計者與使用者間，對材料感受認知方面之差距，提高設計之效益，為設計領域作出貢獻。

再者，國人對於不同區域材料之認識十分有限，尤其，對台灣產商用木材瞭解更為不足，目前，鮮少文獻，針對國內所產的商用木質材料進行有系統之視覺意象調查，若能讓國人進一步認識本土材料，以代表本土的材料進行創作，設計出具獨創性的產



國立雲林科技大學
100 學年度博士班招生考試試題

所別：設計學研究所

科目：設計理論與文獻

品，將有助於本土文化創意產業之落實。而台灣產之商用木材中，主要可分為：針葉樹與闊葉樹兩大類，本文首先針對針葉樹材質進行探討，解析各種台灣產商用針葉樹木質材料之視覺意象，並經由相關分析探討木材視覺意象與色彩、紋理之相關性，以提供相關設計應用與研究之參考。