



「臺灣工藝文化研究」系列座談會之二

「新世代設計・手工藝——設計、創意與產業的連結」座談會筆錄

Design and Craft of the New Generation: Symposium Record

記錄整理／許瑜庭 Xu Ting-yu · 校對／許峰旗 Xu Feng-qi · 攝影／陳明聰 Chen Ming-cong

政策、教育與產業的深謀遠計，是將臺灣工藝引入新時代的軌道。此篇二〇〇七年九月的座談會筆錄，置於單元末尾，可作為前文中臺灣工藝創作在文化敘事之外，牽涉制度實行的思考提示。

Well-conceived, long-term plans of administration, education, and industry are the path for crafts in Taiwan to enter into the new century. Being placed in the final pages of the section, the following record of the symposium held in September, 2007, documents the institutional concerns involved in the cultural narrative of Taiwan craft.



融傳統・鑄新意，奠定工藝基因庫

陳泰松（國立臺灣工藝研究所工藝文化館主任）



這場座談會緣起於臺灣工藝研究所陳列館在開館三十周年之際，改名為「工藝文化館」，我們特別舉辦「工藝新樂園」展，探討臺灣的工藝觀點，也談工藝的未來，希望經由座談會的討論以及媒體的宣傳，能引起大眾的討論與共識。

臺灣早期不管是傳統產業或其他產業的衛星工廠制度健全，你想要什麼，馬上可以委託工廠去做，但是目前這個制度已經慢慢被破壞掉了。現在工藝業者或工藝設計的學生在做畢業製作時，要找尋相關配件或製作廠商，相對地困難了許多。我們在表揚一位工藝家的時候，應該有一部分是針對技術，這部分應該被突顯出來，並建立資料庫，讓需求者透過此資料庫建立起夥伴關係。從教育方面來看，動手作的課程很吸引工設系相關的學生，此方面的課程應可加強，以培養學生基本產品開發的技術能力。同時審美教育如果可以提昇，工藝是很有發展潛力的。

對於工藝所推動的方向，我想可以從辦理競賽類別來說明：工藝所之前辦理兩項重要比賽，一是比較重視傳統的國家工藝獎，一是注重設計創新的臺灣工藝設計競賽（工藝之夢），現在整合為一個競賽，但還是分為傳統工藝組與創新設計組，由此可知一方面我們重視傳統，一方面也關注新的工藝發展。我們的定位是建立工藝的基因庫，包括材料、技術、美學、產品的特質，也希望基因庫建立起來之後可以讓大家運用，找出有什麼特色可以代表臺灣：說不定是一個技法，或者是一個文化的背景，這是我們改名為工藝文化館的原因，我們也希望各位專家學者一起來協助我們。

工藝產業在轉變，工藝所也在轉變。目前受限於經費，但從明年開始，文創二期在本所所長的策劃下，希望對工藝設計界有所助益。這樣的轉變工藝所都在學習，包括類似今天的研討會、配合展覽，都希望廣納意見，以對於未來的工作有所幫助。





教育・形象和遠見，培育工藝優環境

張清淵（國立臺南藝術大學應用藝術研究所副教授）



要有產業，就一定要有人才。人才來自於教育，可是臺灣除了技職學校外，沒有工藝教育；師大將工藝教育系結束之後，再也沒有工藝教育，大學之前的學生沒有機會動手作器物，或透過動手做的經驗去了解材料的關係。當學生來到我們學校的時候，都充滿迷惘，知道設計非常流行，所以來念，可是當需要動手去做的時候，卻沒有這方面的認知，甚至沒有耐心或興趣。這在教學上產生很大的問題，甚至畢業以後存留在專業領域的人數比例很低。

但從另一個方面來看，我到韓國弘義大學、漢城大學、高麗大學參訪時發現，光以陶瓷領域而言，這些學校的大學部加研究所人數總和超過兩百八十位，這些學生畢業之後約有5%進入研究所，最後也只剩2%至3%留在專業領域。這是教育資源的浪費嗎？其實未必，因為同時也培養了鑑賞力與市場潛在的購買人才。

臺灣近幾年對於手工、獨特、單一性的產品接受度愈來愈高，出現很多設計科系，也培養了很多市場中的人。如果在基礎教育裡連動手作的機會都沒有，我們如何期待高等教育能訓練出好的人才？升學主義的主導之下，工藝永遠被當次等、少數民族來看待，這是一個比較大的問題。

臺灣存在士大夫「萬般皆下品，唯有讀書高」的觀念，工藝要付出勞力，基本上是不討好的，讀書才是唯一的出路，這種觀念影響非常大。我們可以挑戰這個觀念，但要借助媒體的力量。以陶瓷領域來說，根據美國大學的統計，在電影《第六感生死戀》之後，陶瓷類的學生提昇了三倍。安藤忠雄來到臺灣，一個高中畢業的建築師在日本被塑造成成功建築師的形象，他讓大家覺得這是有可能的。我認為工藝所該做的，是在這個領域塑造有份量的人，讓人家覺得這個工藝不是作工而已，而是具有社會價值和地位，這樣才能獲得很大的認同。

關於藝術家和產業合作的例子，比如說日本的伊奈（Inax）瓷磚不斷舉行國際性的設計比賽，邀請藝術家

駐村、協助產品研發。美國的知名衛浴設計科勒（Kohler）邀請藝術家駐村，而因為工廠有最好的製模人才、材料、機器，使得它成為競爭激烈的藝術家駐村地；且它知道過度依附市場會產生盲點，無法提昇產品的藝術性與獨特性，因此衛浴設備不斷推陳出新。伏特加酒也是一個例子，讓廣告與藝術結合。但陶瓷產業在歐洲和亞洲有很大的不同，歐洲工業革命之後，機器的生產取代人工，陶瓷教育依存在工業產品上面，與美國極為不同，所形成的產品也完全不同。

談到臺灣特質，這和我們這一代自我意識、自我混淆相關，我們今天要認知臺灣的文化特質時，出現很多不同的聲音，多處於本土與中原文化之間的糾葛。對我而言，與其找出一件代表事物，不如認知臺灣是殖民文化多種文化的多樣性特質，不刻意去找臺灣特質是什麼的時候，會比較輕鬆、比較輕快。

一開始我替工藝所感到委屈，但是另一方面又覺得工藝所沒有在國家政策改變時讓立場顯得更重要，也很可惜。文建會的主委不斷改變，工藝所的發展方向也不斷被修正，這是一個很大的問題，很明顯地其中產生了一個空窗期。

以韓國為例，二次大戰之後，他們認為唯有重工業才能延伸到其他產業，後來發現工業發展了卻缺乏人文，深怕被世界嘲笑沒有文化。新的執政者以強力的方式，在短時間內將文化回復到國際的舞臺上，透過國家的諮詢委員詳細分析、調查，發現在工藝裡唯一有利基的是陶瓷，於是在這方面支出大量經費，開辦全世界最大的韓國國際雙年展，到目前為止，這個展覽已經是世界重要的展覽。由此，我們可見韓國的企圖心。

工藝所如果對長期的發展有所認知、對扮演的角色清楚分明，企圖心就會是強的，不會因為政策或政治生態改變，而有太大的影響，因為你們背後最大的支持是產業界，這些人很期待從工藝所、文建會看到一個明確的方向，這一點我們跟韓國比，真的很不聰明。



長教育・重產業，延續工藝藝術性

程湘如（頑石設計公司創意總監／創辦人）

美學的教育是潛移默化的。我現在也在學校教書，也遇到與張教授一樣的問題。我們拚命地想給學生想法，可是他們沒有興趣、沒有感覺。

近年我輔導鶯歌的陶藝產業發現另一個問題，陶藝家與產業接軌時有一個很大的落差，他們都是獨立的個體，不願意開模量產作品。但是不開模量產，就沒有產值。工藝創作應該重視「實用」、「時尚」與「時效」。實用是必需的；時尚不見得要實用，意在呈現心靈的層面；時效是要注重生產的時間，不開模量產而手工製作，會無法如期交貨而誤商機。量產還是蠻重要的，陶藝家認為開模就不是藝術品，但是設計是要放諸商業市場，廠商也是視市場做投資開發的。我們尊敬工藝家一年編一個籃子，但是也可以研發跟我們的生活產生關係的作品，才是有用的。

今天談文化創意產業都忽略「產」的部分，若真如此，這個部分只好由我們中生代來努力看看，因為年輕人不做、工藝家也不做，只好我們這種半路出家的，去了解這個時代的需求、語彙，把陶瓷、蘭草、琉璃和金工扣在一起；然而，這可能是暫時性的階段，長遠還是要從教育著手。

去年參加大陸的文化創意產業博覽會時，我發現他們將所有不方便尋找的產業結合在很大的園區中。假如我們也將園區讓衛星產業進駐，需求者就可以去找相關的配件，而不是像現在一樣單打獨鬥。

文化創意產業捧紅了創意市集，現在的年輕人進公司磨練就做創意市集，就像扮家家酒。年輕人急於創業是美事，但沒有經驗會消耗得太厲害。五年之後假如創意市集還存在，才足以做一個評估的參考。以往我們總要進公司去接受各種材質、開模、生產過程中的評估訓練，現在年輕人都是做手工小東西，做得要死，雖然賺四萬元好像已經很了不起了，但他沒有算到做工、時間和材料等成本。現在這個年紀都在做工，等到上了年紀要進入產業也來不及了。現在學校老師也傾向鼓勵每

個學生都有一片天，但是那片天可以撐多久？自己做自己賣，年輕的時候耗損這麼多，這條路是不是會提前終止？這是很大的問題。

回歸到工藝設計。觀光客到臺灣來都買什麼？舉個例子，蘇俄的俄羅斯娃娃，從大到小、五到十五件樺木做的，可以大藏中、中藏小，而娃娃身上的圖案就是一部無聲書、一個故事、教育、文化的集合，很有收藏的價值。

臺灣目前有哪些東西可以讓觀光客帶走的？工藝方面的產品幾乎沒有。故宮曾經找年輕一代的創作者以故宮收藏的圖像來創作，但我看過之後失望透了。年輕一代並不了解器物符碼的涵義，大部分都沿用、放大縮小，用一模一樣造形的東西改成門的把手，沒有什麼轉換。即便是林曼麗院長有這樣的美意，但年輕人的文化扎根不夠，怎麼做文化產業的加值？教育要放進相關的內容還有很大的空間，許多大學都有生活產業設計的相關科系，但沒有編入相關課程，這樣也只是搭文化創意產業的便車。

現在不是單打獨鬥的時代，是團隊工作的時代。工藝家可以設計好東西，請別人代工，只要控管品質，既可以發展工業的技術，也可以自己做少部分的量產。設計的作品比創作的作品受到更大的考驗，在市場上賣不出去，就是在倉庫裡了。我們看到所有的名牌都是量化的，量化賺錢之後，再做一些限量的、甚至單件的作品，但前提是一定要先賺錢，而且一定要先做通盤的行銷，才會有利基。





感官·生活與人文，引入美善工藝觀

張文信（德來空間設計公司總經理）



做為一個職業教育出身的人，我被訓練以五覺的思維來學習專業。當我們把職業教育系統關閉之後，是否會去關心「下一代有沒有練習到手」？我曾經接受十三年的木工訓練，在與老師、機器、木材互動的漫長過程中，都是運用身體五覺學習。我們用鼻子嗅聞就知道是檜木還是楠木，透過木工的知識可以知道檜木的生態。現在從事創作，我只要重拾以前的記憶，把經驗、身體語言，加到產業上，就不是件困難的事。

比較德國的教育系統，一樣是職業教育，工廠的師傅拿到乙級或甲級證照時，是有社會尊榮的。我們有這麼多科技大學，但是否認真做了身體、感官的訓練？如果下一代生長在緊張的環境，充滿敵意地被塑造出來，就很難輕鬆地接受美好的事物。

工藝所在宏觀探討工藝定義時，可以更寬廣地把它解釋為一種生活態度。工藝家游藝於材質時，所創造出的愉悅人心的產品，就是社會努力追求的附加價值。談新世代的未來，教育有很大的問題，我們這些工作者要盡量推銷工藝為生活帶來的快樂與益處，以及與大自然連結的美好，來影響教育的政策與想法。

我認為工藝所本身如果要做為一個訊息的傳遞單位，比較要緊的是將這些多元的訊息，做適當的歸類歸納，讓每個人可以找到自己的區塊。比方說應該要有典

範品質的工藝家，有清晰的形象訊息傳遞。當不同的區塊有清楚的區分，就可以依照屬性的不同，投注不同的人力、人才跟資源。工藝家所受的訓練跟設計者不同，要談與產業結合，工藝家也應加強設計訓練，由於時代進步太快，透過知識新學習電腦技術、行銷、設計的原理，可以使工藝家重新找到清楚的方向。我認為必須有一個清晰的圖像，讓工藝家知道目標在哪裡，這是工藝所可以試著去描繪的。

跨領域的合作需要寬容的心胸，在合作之中藏有很多的可能。未來，工藝所如果要帶領新的方向，我認為多領域的合作、導入更多人才到工藝所是很好的。第二，我要呼籲工藝產業是最代表臺灣文化的突出產業，政府在這方面的投資太少，也就是對於工藝所的挹注太少。假使在這方面多加投資，可以帶動設計產業、地方產業的繁榮。比如經費的投入可以帶動城鄉改造，某些工藝產業可以轉型為體驗產業。當場所與工藝變成場所體驗時，可以產生千百倍的空間能量，其消費可以容納從幼兒到老年的世代，呈現出時間的長度。建議政府在這方面的投入不妨有更大角度的切入，以工藝家的精神長期觀察這個美好的地方。工藝家的作品是最有臺灣性的，將天然資源與人文作適當地放大，就可以突顯臺灣的特色。



「新世代設計·手工藝」座談會現場



長設工藝新平台，增進工藝交流性

楊夕霞（金工藝藝術家）

我從事金工創作十二、三年，前八、九年都是獨立創作的狀態，直到近兩、三年因為在學校兼課，又加入 zamama 金工工作室，才開始推廣金工。談到創作如何與產業結合，這讓我思考「什麼是金工相關的產業」？似乎沒有。所以現在工作室一個重要的工作，就是開創我們自己的產業，這也是一個很大的難題。

關於開模的問題，以創作者的心態而言，當然希望作品是單一的，其實作者可以將作品分為兩個路線，一個是可以複製量產的商品設計物件。現在也有很多創作者接受這樣的觀念，只是沒有一個讓創作者與產業連結的平台。例如澳洲有一個 JamFactory 當代工藝設計中心，屬於半官方的非營利組織，有金工、陶瓷、玻璃、家具等四個工作坊，也有藝廊等展示空間，並提供申請租用，同時會幫你推銷作品。

要工藝家進入設計產業，有相當程度的困難，首先我們接受的訓練不一樣，再者已經有很多設計科系的學生進入設計業界。我們直接進入是不適合的，應該以合作的模式進行，假如有一個這樣的平台，讓工藝家可以被看到，產業界也可以知道工藝家在哪裡，才可以有所

交流。

我不知道大家對於工藝的定義或認知是什麼？若說工藝正在式微，我想做一點修正：「傳統工藝正在式微，現代工藝正慢慢興起」。從事現代工藝的這些人，接受的是西方教育，所以現代工藝與傳統工藝之間有很大的斷層。以我們的經驗，一般人對於金工的認知是很少的，很多都停留在傳統工藝的階段。我不清楚工藝是如何劃分的，推動的方向是在傳統工藝，還是在現代工藝？另一個問題是，我們發現很多人對於「動手做」很有興趣，很多學生想要學習，但經濟負擔太大。希望工藝所能夠多開發這樣的課程，達到培訓的目的，從這部分著手，或許可以讓大家更方便接受工藝。

政策的朝令夕改對工藝家來說，的確是一個很大的損傷。我們的工作室就遇到這樣的狀況，尤其金工、陶瓷或是玻璃，牽涉到的設備又很龐大，我們需要一個長期穩定的工作環境，慢慢運作，營造一些氣氛。很希望公部門可以像澳洲 JamFactory 當代工藝設計中心那樣提供藝術家一個環境，讓藝術家長期進駐。



楊夕霞 耳腔 紅銅、化學染色 40 × 22 × 19cm 2000



楊夕霞 凋萎 紅銅、化學染色 95 × 45 × 30cm 2002



4C 的後工藝時代

林榮泰（國立臺灣藝術大學設計學院院長）



今天的座談會圍繞在工藝、設計、創作等數個概念的題綱。工藝產品與一般商品有何不同？工業產品在工業革命以後，就一直量產，在這一段相當長的時間中，都採功能取向的設計，即「Design for Use」（為使用而設計）。我到臺藝大任職之後，開始思考工業產品與工藝品的不同，原來，工藝品是「Design for User」（為使用者而設計），把人的因素加進來，導向情感的設計、愉悅的設計、感覺的設計，而且更可以只為好看而設計，將取悅人心視為一種功能。

文化創意在工藝的轉換過程裡，地方色彩、產品背後的故事性很重要。當我們轉換地區特色、地區文化時，故事性就可以被傳頌，產品就能夠感動人。

工藝是隨著人的需求而來的。美學教育應該從基層開始，而且「學非所用」不見得不好，在大學學的不一定將來就要以此為生，假使人人都懂一點藝術，他不見得成為藝術家，但是能成為一個欣賞藝術的人。

我提出一個問題讓大家一起思考。所有的事物都需要「量」才能形成產業嗎？不是，藝術就是一個例子。我們常說臺灣歷經 OEM、ODM 進到 OBM 時期，但其實臺灣只有 OEM。因為要抓住訂單，所以都用 OEM 的想法行事，很多產業以為高知名度就是要一個品牌，但品牌需要多年的經營。我們用太多「產值」的想法去推動要產生「價值」的東西，是不對的。臺灣培養了一群人急急忙忙地賺錢，都是在過日子，不是在過生活，其實藝術人文才是生活的最終目標。我們過去都追求多量，其實少量多樣也很符合經濟利益。這是一個後工藝的時代，需要一群很好的使用者來支持，這牽涉了工藝設計創作與民眾之間的連結互動。

工藝產品和工業產品有什麼不一樣？首先，生產方法不同。工藝產品是視材料選擇生產方法，工業量產品是視生產方法選擇材料。工藝產品通常都伴隨著地區性特殊的材料，為保留材料的特性，所以發展出特別的技法，例如蘭草。第二是生產的數量不一樣。工藝產品美

在少量生產，遠看都一樣，近看每一個都不一樣，例如拉坯；工業產品遠看近看都一樣。工藝產品追求頂真的精神，是工藝家人性的表現、感性的訴求，是故事性；而工業產品要求的是品管，是物品，提供即時的功能，是物性、合理性的需求。從這方面來看，若未來的工藝能回復到極簡的生活，從環保著手，當你去珍惜它的時候，工藝就達到了功能。工藝可以慢慢改變一個人、一個生活型態，當我們有生活風格的時候，才有可能營造品牌。任何一個品牌都有一個文化在支撐。很重要的一點是，工藝應要經由聰明的方法改變，其實我們應該要呼籲國民所得 15,000 元的我們不應該再過這樣的生活了，而誰要來做？工藝所來做。

非常謝謝大家參與今天的座談會，寶貴的意見很具參考價值。我認為工藝是 4C 產業——文化的（culture）、精選的（collection）、迷人的（charming）、創造的（creative）。希望我們的工藝產業可以在 3C 產業之後，為我們創造很好的 4C 產業。謝謝大家的參與。



蕭銘堯
臺藝五十・氣象萬千
（局部）
（圖片提供：蕭銘堯）