

理性與感性—合理的空間配置

●演講者：趙東洲 紀錄：盧純鶴●

在空間的合理配置之下，涉及設計的部份：須知設計是理性與感性的交叉，是這兩者所佔比例多寡的問題，以此為前提，在機能、造型上做決定，去完成設計這個動作。

何謂合理的空間配置？首先，必須了解空間的定義？空間可分為住宅空間與非住宅空間二種。非住宅空間涵蓋了所有的空間，其中住宅空間則專指人每天除了其他行為之外，要回到那個空間去完成所有私密動作的空間，也統稱為家。住宅空間與非住宅空間最大的差異在於：住宅空間具有獨占性，不容別人分享，完全的獨占性格。而非住宅空間則包括：辦公空間、會議室、百貨商場、餐廳、醫院、運動場等開放空間，在空間配置的規劃上，和住宅空間是一樣的，因為一個空間對使用者或設計者來說考慮的層面都是一樣的，要考慮私密性、動線、機能、造型、燈光、空調、保全、防盜等，任何空間在設計的同時，考慮的層面越細，邏輯分析的越清楚，空間會做的越細緻。但為什麼要分住宅與非住宅？因為住宅有一個非常抽象的意涵，即住宅具有獨占性，相反的，在非住宅空間所進行的任何行為都是過渡性，非屬於個人自己，我們到咖啡館喝咖啡，是一種過渡行為，不同於住宅空間的獨占性、永久性。因此在做設計之前要對空間的定義很清楚的了解，區別所要設計空間的屬性，然後開始設計。

接著要談的是產品配置，就國立臺灣工藝研究所裡的展覽業務範圍來說，大部份所指的是產品展示空間的設計，空間展示的是產品（工藝品），產品（工藝品）是主角，就像人住在一個空間一樣，我們必須先研究產品的特性，包括作者的簡介、創作背景、創意理念、成長背景、產品的材質、接受的教育訓練及創作特性

等產品背後的意涵條件收集分析清楚，給產品做定位，決定如何表現賦予產品深層的意念跟創作理念。因為想要藉由產品表達的是什麼樣的觀念，每位創作者都不同，若能將這些要素劃分清楚，將來在會場展示佈置時就能和每件作品相結合。另外，輔助性的陳列道具和背景應襯托作品優越的特色，然而設計沒有好或壞，只有在合理分析架構下認為何者較為合適，藉由分析及經驗的累積和手法，此手法的好壞來自展覽所獲得的效果、好評及別人的意見等經驗不斷的累積。在基本的邏輯架構下從瞭解作者及作品的特性開始，給予一個比較合適的展覽手法，以上是針對研究所裡的業務需求所做的分析。

接下來談的是照明，我們常可以看到珠寶店燈光打的很漂亮，其目的在於展示珠寶的價值及銷售，使用特製的鹵素燈，照度亦特別經過設計，因為珠寶會發亮，利用特殊的燈光打在珠寶上使珠寶閃閃發光，更能突顯珠寶之特質。另外在餐廳吃飯時，燈光會使得食物看起來更新鮮更好吃，運用在產品展示上也是一樣，需針對產品的特性去做設計，例如陶瓷，上釉或不上釉的作品所需的燈光效果是不一樣的，可請燈光顧問提供資訊，以強調作品的特色。另外畫作也是一樣，必須注意小細節，透過經驗的累積，找尋出專業的配置，慢慢走向更精緻的路線做產品展示。

傢具配置的部份就展場來說，目前臺灣現有的展場通常沒有什麼傢俱配置，若有，通常所指的是展示櫃或展示背景，其中展示背景又有很多種，如：屏風、玻璃櫃等，這部份傢俱的取舍及設計是以展場環境為主，因為牽涉到展場整體動線的規劃，一般展場不可能放置太複雜的傢俱，動線也不可能做的太複雜，因為

展場空間的屬性就是要讓一堆人進來，使動線流暢是一種刻意的安排，也是動線考量的第一要因，動線決定後再談如何放傢俱。以國外的展場為例，如美術館，尤其現代美術館展覽空間配置時很少看到傢俱，原因在於現代藝術品有一些空間上的特性要求，包括陳列一件作品的展示架它都有特定的材質或顏色等，因此，在這樣的空間之下，傢俱可能只是展場內的休息座椅，在走道兩邊或盡頭。有些美術館展出很多有名的大作品，為配合大量參觀的人潮，座椅只設在lobby的等候廳或是設置販賣產品相關的攤位或休息區，真正在展場裡只有導覽及服務人員在控制人數，引導人潮走動，這也是屬於展場整體動線規劃的一種。另一方面就辦公空間來說則不同，規劃之初須注意未來發展空間合理的保留，並且在設計時依循客戶的需求為優先考量。動線取決於公司內部的組織架構，考慮人力的需求，在人體工學最小限度範圍內做設計或是依照空間特性來考量，因為動線的取決沒有標準答案，只能深入談產品特性，即客戶需求，在需求架構下做出合理的動線規劃及整體設計。

動線的取決要點在於展示空間的動線規劃，對作者、展示品的特性及細節分析合不合理，一個會場每次展覽主題不同，動線也因此會有所調整。對於一個專業的設計師來說，設計是整體的表現，包含材質、燈光，深入一點考慮機能系統、空調、音響，更專業的空間還包含網路、保全等，系統的整合都是必須詳加思考的，強調高品質的合理空間，就須搭配高品質的手法。就專業的角度來看，所謂的品質包含抽象的品質與實際的品質；抽象的品質在於心理的感受，很難界定，乃是個人心理感受衍生出來的心理感覺，例如：處於一個空間當中，燈光、音響、空間配色給你舒不舒服的感覺，這便是所謂抽象的品質。而另外稱之為實際的品質，則是看得到、摸得到、可以比較的出來的，例如：牆的壁布或壁紙等級是可以

肉眼分辨的出來的或手的觸感可以感覺出來的，或者可經由檢驗而得知。因此，專業的設計須兼顧抽象與現實的專業素養及現實考量，透過不斷的經驗累積，在設計、施工過程的每一個環節很精準的兼顧抽象與具象的結合，如此才有高品質的演出。

在空間配置上，除了理性與感性之外設計者還要有自信。身為一個專業的設計師，在處理空間時，自信很重要，如果沒有自信，則無法下正確的判斷。因為專業的從業人員予人專業的分析，所有業主的產品交給我們的設計須有自信，透過專門知識、透過專業去分析所做出來的成品才會有內涵。

所謂的理性，是必須透過專業的判斷與認知，有清楚的邏輯架構去依循：

- 一、文化上的差異：因各地區的文化風格不同所賦予的表象不同，導致設計風格的不同。因此，設計是視覺傳達及文化差異上心理感知的問題。
- 二、經濟上的考量：經濟上的因素在探討消費的問題。即展示空間因有商業買賣而產生的消費行為的問題，是創造商業行為的空間，在推銷產品上賦予行銷理念，展示品想創造的是什麼樣的行為，都有經濟上的考量。不同的作品之間做區隔或展場動線及產品心理層面的可及性都是影響消費者的因素。
- 三、業主的需求：理性思考業主內部的組織、制度、架構、空間倫理、公司文化及公司的生態。
- 四、生活的習慣：生活習慣影響生活方式及空間的需求，例如中、西飲食及生活習慣的不同影響空間需求……等都是須仔細分析思考的。

何謂感性？設計者都喜歡強調感性與直覺，在西洋美術史的演進過程中，文藝復興時期的藝術作品對於全人類的影響很大，尤其文

藝復興三傑：米開朗基羅、拉斐爾、達文西，其中米開朗基羅除了是一個文學家更是一位天文家、藝術家，其雕塑作品尤為後人所稱頌，曾有人問他為什麼把雕像雕的如此完美，他感性的說：我不是把雕像雕出來，而是把他們從石頭裡放出來，他們原來就在。由此可知，藝術創作不能缺少感性，在做空間設計時，理性的需求及分析的背後仍須感性做支持，切勿讓理性蒙蔽了感性的因子，而其中的分野由個人取決。另舉一例，一位家具創作者吳榮昌先生曾說：我創作的靈感、泉源與創作角度有時候是一個畫面，有時候是一首詩，有時候是知其不可為而為，因為如果創作出來的作品和別人一樣就不特別，也不須我去創作了，自然有一些工匠會去做。因此，創作的可貴在於超凡脫俗，利用反邏輯、反思考的方法去做定義，很感性的想怎麼做，就怎麼做去思考，才能天馬行空、文思泉湧，發掘自己創作的動力。

機能與造型如何取捨？須有自信。一個案子空間的屬性分配，商業空間的感性成分較大，而辦公空間則須因應內部需求，以理性針對空間屬性做出理性與感性的百分比分配，只有合不合適的問題，這樣的空間考量才是在每一個角度下合理的空間分配。針對設計中間所有過程、步驟都只有在最後呈現的結果，結果所呈現的感覺取決於設計師專業的判斷，條件的取決在於設計師的自信及邏輯方法的分析比較，來自專業的素養及自信，專業素養越強自信越強，達到成功的百分比也越高。因此專業設計師要提供專業建議及分析，要讓業主知道做這樣的建議及分析考量的原因為何？然後以專業去教育、說服業主，並深入探討其合理性及評估其結果。舉例來說，台灣一直有所謂「和室的迷思」源自於日本的殖民教育，然而，和室的功能何在？精神何在？空間利用的效益如何？是需要自信仔細評估的，此時專業的設計師所要做的便是和業主討論分析之後給予引導、建議和分析，而不是一味的迎合或堅持己

見，因為空間設計是應用美學和生活結合，不能太藝術導向，須客觀理性又兼具感性，透過方法實際分析來決定，也不要過分強調設計師個人風格，因為專業的設計師所做的是在預算範圍內滿足客戶需求、及獲得商業包裝行為帶來的利潤。

以下是設計交流與實例賞析：

問題：

一個像我們這樣的一個展示生活用品、工藝品的空間，如何營造才能讓觀眾感受到這是一個非常現代化的展示空間，並烘托出在這裡展出的工藝品是現代化的工藝生活用品？

趙先生：

現代化是一個抽象名詞，有一些特殊的表現手法和語彙。語彙即設計符號，是必須透過大家的學習經驗、生活經驗以及文化經驗所建立出來的共識。現代化的表現方式沒有一定的型態，在做空間規劃設計時須依據設計合理的分析方式、元素收集或透過專業設計師提出看法不斷修正，給予符合產品特性的一個現代化的空間方向架構，架構方向底定，依循此方向架構進行。然現代化表現的手法很多，不具絕對性，在前提不變的架構下，在大架構下做小變更，運用現代空間的設計語彙，即共同的符號，依邏輯整合出一個結果，就如同後現代主義等等也是一樣，也是一種符號學的應用，因為這符號學是人類很重要的共通經驗，是所有感覺經驗的累積，讓人確信它就是這樣。

本文係鴻室空間設計有限公司負責人88年11月08日應邀於本所台北展示中心設計專題講座演講內容



1



3



4



2

實例賞析：

圖一、用地坪的材質，標示主要動線，不同的燈光、距離調整走道節奏感。

圖二、利用金屬材質的特性及燈光表現手法與設計造型創造科技感與產品特性結合。

圖三、利用壁櫃及燈光表演手法區隔空間屬性。

圖四、打破實體空間界限，營造空間穿透性，空間就是舞台。