



新義大利設計展 2.0 展覽專輯

The New Italian Design 2.0 in Taiwan

目錄

Index

義大利經濟文化貿易推廣辦事處代表賀電	4
主任的話	5
關於展覽	6
策展人的話	9
主編專論	11
展覽實錄	18
展品精選	21
附錄-策展人的話(英文)	53
附錄-新義大利設計展2.0 展覽簡介影片光碟	封底



The New Italian Design 2.0 in Taiwan



新義大利設計展 2.0

展覽時間 2012/9/20 - 11/20
9:00AM - 5:00PM (周一休館)

展覽地點 國立台灣工藝研究發展中心 工藝設計館 1F/B1
南投縣草屯鎮中正路 572 號

目錄 Index

義大利經濟文化貿易推廣辦事處代表賀電	4
主任的話	5
關於展覽	6
策展人的話	9
主編專論	11
展覽實錄	18
展品精選	21
附錄-策展人的話(英文)	53
附錄-新義大利設計展2.0 展覽簡介影片光碟	封底

【新義大利設計展2.0】

Mario Palma (馬忠義)

在今天，隨處都可見「設計」的蹤影。它不再只專注於產業生產和市場上的營利與行銷，也不再只是屬於我們生活或工作中特定組織的專利，它逐漸地於日常生活的各種方面和過程中形成。它帶給我們一連串驚人的解決方法，讓我們擁有更美好的生活，且提供我們基本需求的滿足，及看起來非必要卻美觀又迷人的產品與服務。

在台灣工作與生活了將近五年，我親眼見證了台灣在藝術、工藝、表演藝術等各領域裡，突飛猛進的創造力，當然，在設計的領域也有同樣的爆發力。然而，這些既有才華又具有專業能力的台灣設計師們，每年仍舊熱切、不斷地湧入義大利，不論是再深入學習設計，或是參與一年一度的米蘭家具展(Salone del Mobile)，會外展(Fuori Salone)和新銳設計師衛星展(Salone Satellite)。究竟義大利有何魅力，吸引眾人蜂擁而至呢？

就在我們熟知的那些舉世聞名的大師級作品，陸續收藏至各博物館作為館藏，並逐漸受到群眾憧憬崇拜與學習者探索研討的對象後，我們試問：誰才能真正的代表義大利設計，站上國際的舞台？答案是：一群為數可觀的年輕設計師。

在義大利的歷史上，一直都缺乏一個具有能力及策略眼光的中央機構，而且很少有像OPOS或Esterni這樣非官方的組織，支持有關於設計這方面的活動。在這樣的背景下，年輕一代的設計師不再只集中於米蘭這個義大利設計的傳統堡壘，而是分佈於整個義大利半島。他們造就了豐富文化及社會的資產，使得義大利仍然保有設計之國的地位。

何況，這群年輕的設計師們，正是我們國家的未來。縱使深處於金融危機時期的義大利，依然能具備完整的經濟基礎，並展現出一個來自於文化大國，充滿活力的魅力。事實上，從這些特徵就更可以定義出什麼是「民族特性」，而不是依靠每年統計的國民生產總值來論定，如果將這樣的數值作為標準，並且無止盡、無上限的追求，最後必然導致國家一事無成。

回頭看這些來自不論是在義大利、台灣，或世界各地的年

輕設計師們，帶著全新的視野，重新審視「設計」這件事，並以領導的角色參與影響未來的一切，如同上文提及的非官方單位OPOS，便以“asap”的態度作為行動方針，持續以實際行動影響外界（一般來說asap意指as soon as possible的首字母縮略字，在此則是指as sustainable as possible，也就是竭盡所能地永續發展！）

感謝米蘭三年展設計博物館與主辦單位國立台灣工藝研究發展中心，讓我們有幸看見現今義大利設計中，個人或集體的致力創作與作品。像是其中對於傳統義大利美食的重新詮釋，不論是帶有諷刺意味或純粹展現美味；或是為了那些既愛西方美食又無法忘情東方美饌的人，設計出解決之道：一個既是筷子又是叉子的食具。還有像是將波爾多紅酒瓶設計成船型成為食器。除了上述作品，還有更多具有充沛創意的作品，都可以在2012年9月20日至11月20日期間，於南投縣草屯鎮的國立台灣工藝研究發展中心欣賞與參觀。

讓我們為此次活動的成功舉杯吧！「為了這個崇高的想法，每個人都能依自己的習慣與品味，不論你是滴酒不沾、適量或狂飲，為自己的杯注滿所需的高度吧！」（來自義大利著名玻璃工藝世家，Gianni Seguso的完美建議）

主任的話

【新義大利設計展2.0】在台灣

蔡湘

綜觀世界上重要的工藝與設計發展趨勢，除了講求無國界、通用設計的全球設計之外，國家或區域文化所代表的各種設計風格，仍然是各國設計與工藝產業能夠吸引世人目光的重要元素。與其他國家比較，義大利設計長久以來能夠在全世界被廣泛接受，且能明確分辨其設計特徵，乃在於義大利文化的強烈性格以及根植於傳統工匠精神的設計哲學。從設計史上觀察，無論從建築、產品設計、時尚、食物、公共設施上，都可以發現無論哪種設計流派到了義大利，都會被融合轉化為義大利風格的設計。此一特殊的現象，正源自於義大利人對於自身文化的珍視與自信，以及對於生活美感體驗的獨特見解。

從社會經濟的樣態與民間社會的蓬勃活力的角度觀察，義大利社會與台灣社會的類同性極高。例如，在產業結構上，義大利和台灣都以彈性生產與協力網絡著稱，遍佈山區、田野間的中小企業、家庭工廠與獨立工匠工坊則是長期維繫國家經濟穩定的力量。然而，二次戰後在迥異的國際社會發展脈絡下，義大利從代工生產走向自主設計，台灣則長期處於全球代工網絡的一環。設計與工藝的結合、製造業與設計領域的合作，使得義大利設計在各個世代創造許多令世人驚豔的經典作品，也在全球市場上屢屢獲得豐厚的經濟產值。此一發展脈絡正是現在台灣走向新工藝的效仿與學習的對象。

在創造文化特色與經濟產值的雙重挑戰下，作為台灣唯一執行工藝文化傳承創新及工藝產業輔導之政府單位，台灣工藝研究發展中心的主要任務是希望能突顯當代台灣文化特色並與世界做連結。過去幾年來，在工藝中心的積極媒合下，已經讓許多出色的台灣工藝師與設計師致力於發掘台灣傳統工藝之美。在這過程當中，除了讓設計師們發現到這個複雜且精美的本土工藝世界，也讓工藝師學習打開心胸走出傳統窠臼，勇於嘗試更多不同的造形與思考方式。

除此之外，工藝中心也不斷與國際知名設計大師合作，參與巴黎傢飾用品展、米蘭國際家具展等國際重要展會，並且連續兩年受邀在歐洲知名設計重鎮米蘭三年展設計博物館展出。這一連串的作為，不但讓有潛力之設計師透過

平台及國際展覽之推介走上國際，創造出嶄新的台灣品牌形象，也讓世界都看到台灣整體工藝與設計的文化國力，成為引領當代設計潮流的新趨勢之一。

然而，如何讓工藝文化與當代設計媒合機制的運作可以永續發展，並且促使工藝與設計的創意與精湛技藝能與產業結合創造經濟產值，仍然是目前我們推動台灣新工藝力所未殆，仍須積極面對的重大挑戰。

此次本中心很榮幸能夠邀請米蘭三年展設計博物館和義大利設計大師Andrea Branzi共同策劃的「新義大利設計2.0 (The New Italian Design 2.0)」展來台展出。三年展設計博物館長期以來致力於推介義大利設計與產業的媒合，並且將義大利設計推上國際舞台，更建立其在國際設計領域的重要地位。此次應邀來台展出的「新義大利設計2.0」，其展覽範疇不局限於家具設計，而是募集任何形式的設計概念，從工業產品、時尚珠寶、網頁設計、平面視覺、食物設計甚至聲音旁白等，都在本展覽中呈現。此外，展覽的遴選過程，透過公開討論、集體參與的機制設計，更是開創當代策展概念的新模式，全面引動義大利跨世代設計領域的交流，也提供了策展人、藝術總監等相關領域的研究與實驗平台，其過程同時也被忠實記錄，成為學術研究重要的參考資料。

本特展除了讓國人近距離體驗義大利當代設計廣泛多元的樣貌之外，也為我們開了一扇窗，藉由義大利設計的發展脈絡，提供我們共同思考台灣工藝發展的未來想像。歡迎各界蒞臨共襄盛舉，並向米蘭三年展設計博物館至上誠摯的感謝之意。

關於展覽

米蘭三年展設計博物館

孕育出「新義大利設計展2.0」的米蘭三年展設計博物館始於1923年在米蘭北方的蒙薩所舉辦的一個裝飾藝術雙年展。1933年該展覽移至米蘭「藝術宮」展出，並正式成為一個展覽機構。從1923年開始，三年展設計博物館即致力於連結產業、製造部門和應用藝術，並成為展示義大利當代裝飾藝術與工業藝術的展示場域，歷經三年興建的米蘭三年展設計博物館也因此很快成為義大利美學與建築文化的象徵。三年展設計博物館是義大利最重要的展演場所之一。其所涉及的領域包括建築、視覺藝術、裝飾藝術、設計、時尚和影音等，並且透過策展、論壇、電影節與巡迴展覽等方式，形塑當代義大利的文化樣貌。

「米蘭三年展設計博物館」(la Triennale di Milano)，堪稱全世界最重要的當代設計/藝術博物館之一，她也曾經來北美館展出，但對台灣來說似乎還是十分陌生。首先，這個中文翻譯的名字就讓人摸不著頭腦，也常常被誤解成只是一個三年一次的設計活動。其實，米蘭三年展設計博物館對全世界的設計有著無可取代的影響，她早就已經潛移默化了我們每個人的日常生活。

義大利設計在全世界都受到了熱烈的歡迎，有一個很重要的原因是，這些設計不僅有著美麗的造型，在同類產品間出類拔萃，與眾不同。而且義大利的設計總是誠實地以自身文化為本出發，情感充沛洋溢無法隱藏。其他的設計風格流派到了此地，反而被消化融合成新的義大利樣式。而使這些義大利設計師能被產業界發現，把義大利設計推行到全世界的最大功臣，就是米蘭三年展設計博物館。

工藝設計館

於台灣展出新義大利設計展2.0的展覽空間「工藝設計館」是由國際知名雕塑家楊英風教授所規劃設計，建築美學揉合了現代主義極簡風格與東方哲學表現形式，並透過景觀雕塑創作理念與手法，呈現內斂而平穩的空間精神與簡潔的混凝土建材質感。坤為地，地育萬物，楊英風以大地為萬物之母理念設計這棟建築，傳達了內斂、謙卑的大地才能孕育萬物。我們台灣工藝設計的本質也就

是懷抱著「謙卑」的設計，一種對自然、對人、對物的尊重與愛惜，「謙卑」讓台灣工藝設計更寬容、更和諧、更有智慧。本次展出新義大利設計展2.0，藉由義大利設計的發展脈絡，為我們開了一扇窗，除了讓國人近距離體驗義大利當代設計廣泛多元的樣貌之外，提供我們共同思考台灣工藝發展的未來想像。

策展人介紹 - Andrea Branzi

Andrea Branzi是義大利當代最重要的建築師和設計師之一。他的工作和興趣廣泛涉及工業設計、建築、城市規劃與文化推廣。他同時也是米蘭理工大學工業設計教授。他曾和Paolo Deganello、assimo Morozz、Gilberto Coretti等反設計運動健將共同創立著名的建築伸縮派協會，也是義大利激進建築運動的發起人。Branzi有相當多著作，並曾和許多義大利有名的建築雜誌合作，例如'Interni'、'DOMUS'、'Casabella'等。他也曾是MODO設計雜誌的主編。米蘭DOMUS設計學院於1983年成立時，他是該學院創辦人之一，同時也創設了第一所國際性的設計研究所。

策展人介紹 - Silvana Annicchiarico

Silvana Annicchiarico是三年展設計博物館總監。她的主要研究工作包括批判研究、教育研究和媒體研究等領域。從1998年到2001年，曾擔任MODO設計雜誌的副總監。1998年至2007年間，她是促使米蘭三年展設計博物館進行義大利設計永久典藏的頭號人物，並且從2002年開始擔任三年展設計博物館科技委員會的設計領域委員。1998年和2004年間，曾在米蘭理工大學工業設計系任教。2007年開始擔任三年展設計博物館總監一職。

建築大師 Mr. Brambilla

設計已然成為一個「大型展覽館的靈魂」

Architecture



米蘭三年展設計博物館外觀（由米蘭三年展設計博物館提供）



米蘭三年展設計博物館內部（由米蘭三年展設計博物館提供）

策展人Mr. Branzi的話

設計已然成為一個「大眾感興趣的職業」

Andrea Branzi

今日的難題不只是評判現今的設計，而是如何理解它。不是去解釋它是什麼，而是理解它的本質。

我們必須將年輕義大利設計師的作品視為獨自主動的現象。這個現象與上個世紀發生的現象並沒有連續性的關係，而僅與遙遠的歷史事件保持微弱的關連性。這並沒有比過去的經典好或壞的問題，而只是很單純地就是和過去不一樣而已。我們必須用新的視角來評估這些不同以往的運作方式和治理規則。

如果我們想要冷靜地研究當代設計，首先必須拋開我們在20世紀時，原本相信對於設計的所有定義，因為現今的經濟、科技與社會變遷和設計者的動機都已經與上個世紀有很大的差異。

現在世界各地的設計師、設計學院和大學、商展和設計沙龍災難性地成倍增長。其原因乃來自於「設計」已經變成世界各地新舊經濟賴以成長的驅動力。設計的角色已經不只是解決美感的問題，而更在於發明新產品、新市場和新經濟。

由於各個產業對於設計大量增加的需求，使設計已經成為21世紀最熱門的行業。新生設計師的世界已經不再純真無邪。還記得不久之前，米蘭的設計師不過只有不到20位，而企業委託設計師的工作也寥寥可數。

那個年代雖然單純，但創造了許多傑作和超級銷售員，今天則相反。這個地方如同納什維爾一般，每個人都會唱歌，但沒有人把歌曲紀錄下來。

以個人的立場來說，我試圖為新世代設計師的獨創性不足和他們的奢侈行為辯護。當一個生意人製造愚蠢的物品，而年輕設計師只能努力中肯謹慎地提出通常不會被重視的建議的惡性循環發生時，他們也只能讓重要的企業生產無用但對他們而言不可缺少的東西。社會中的音量已降低，種種跡象都愈來愈少也愈來愈細緻，人們較少由政治觀點看待事物，而是由個人觀點出發。對於風格的質疑已經不存在，許多語言符碼也都幾乎不可辨識：他們都如

同沉浸在海洋中的浮游生物一般，在每年春天（米蘭家具展期間）重複更新但從未改變的「符號圈」中。

儘管似乎所有東西都已經被思考與設計過了，沙發、扶手椅、燈具、桌椅持續地被銷售，消費市場似乎永無止境。因此，我們似乎不是在探討新設計，而是討論一個哲學隱喻。眾多現象似乎已經成為一種精神狀態，這個狀態至今仍未被學者、評論者和歷史學家討論過。設計似乎已經成為一種陰性的象徵，這無關設計人員的性別。它是稍縱即逝的、微妙和敏感的，它有較少的鞣素，但有更多的智慧。

這些新生代的設計師讓我想起第一批基督徒（並非宗教上的）推翻異教帝國沈重科層的寧靜革命。他們正在經歷世界解構重組的過程，從最底層、內需的、過剩的、自傳式的、和無用之中重新開始。他們代表一個嶄新的世界，但他們並沒有任何計畫或任何宣言。

策展人Ms. Annicchiarico的話

新義大利設計藍圖

Silvana Annicchiarico

新義大利設計2.0最首要與最重要的目標，即為延續和整合2007年2月在米蘭三年展設計博物館舉辦的「Il paesaggio mobile del design italiano」展覽。該展覽的概念原生自這個複雜且多變的新千禧年環境背景中的精微環節。

本展建立了一個社群網絡，讓公司行號、機構組織甚至自薦者們加入。此選秀會也面試了許多研究員以及學術單位。許多大專院校以及培訓中心亦陸續參與此次選秀。最終，由Andrea Branzi大師所領導的提名委員會來決定該選秀的參賽者——從所有報名表的回收、審核到公佈團體或個人入圍階段。

展覽的範疇不侷限於傢俱設計，而是募集任何形式的創新設計樣貌，全面地募集年輕設計人才，從料理到通訊系統，這些在近幾年從概念到產品化的設計都在揀選範圍之內。同時秉持對於過往產品設計師的尊崇，如網頁、平面、時裝、紡織品與珠寶等設計師，以及像撰稿人與多媒體設計師，還有給予空間新面貌的創作者以及致力於數位、聲音與影像等領域的設計者們，都涵蓋在其中。可說我們以360度全方位的方式看待設計者，不僅侷限於產品設計，而是同時像藝術總監、顧問、溝通協調專員等這些專注在研究與實驗的角色也包含在我們的範疇裡。

在一個持續延續反設計運動，也在不久之前還高呼「年輕力」口號並加速鼓勵世代交替的城市，似乎應把發聲權、空間與能見度交給年輕的義大利創造力，顛覆那些認為設計已隨二十世紀新古典主義而逝的觀點。

這項作為最初的結果是創立了一個「資料庫」，不僅提供三年展設計博物館在活動上的參考依據，同時也為相關產業、商業機構與整體設計系統提供了所需範本。我們甚至已經依據這個數據採取各項措施與行動，並廣泛的、持續的進行後續的發展。

這一切背後的信念在於，當代設計即展現並實踐於眼前所有的範例中，其截然不同於那些受人推崇的時代性大師們。這些作品旨在實現作品的完整性、功能性與產品化

的文化，而現今，以某種類似於「大眾專業」的趨勢下，設計的過程遠較成品更為重要，設計首當其衝的重點也在於，透過任何形式以完成自我詮釋與表達、創作與創新。所謂新銳設計師並不是指大師們像Munari, Magistretti或Castiglioni等的繼承者或學徒。過去總有個錯誤的刻板印象，將新銳設計師視為仍待萌芽的「小」大師，並將他們框限於過去20世紀的典範中。事實上，除了整體設計系統外，他們的多元性及原創性才是主要的關切重點。

要在多變的義大利設計環境中脫穎而出，必須了解這是一個橫向發展的團體活動，而不是個人的展演。對已逝去的黃金時期再怎麼眷戀、充滿鄉愁情懷是於事無補的。反之，設計必須具備不斷地嘗試、冒險的能力，甚至有時候要能允許迷失發生，然後在其中再找到嶄新的自我風格。早在2007年的「Il Peasaggio Mobile del design Italiano」便開始在這樣的信念下進行。如今，隨著「新義大利設計2.0」計畫，我們砥礪自己去開拓更寬廣的領域，並試圖釐清當代設計困難又艱險的情勢。

從「新義大利設計展2.0」談台灣工藝設計的發展方向

賴怡利

摘要

本文從探討「新義大利設計展2.0」展覽內容、策展形式、展覽的時代背景、展覽理念開始，分析其帶給台灣工藝設計在設計力創新、設計思考、研究和訓練、組織規模的啟發，作為台灣工藝設計進階發展之借鏡。

關鍵詞：義大利設計、工藝設計、七度分隔。

1.前言

義大利設計居世界領導地位，其悠久精湛的工藝實力為其成功因素之一。近年台灣工藝設計成功登上國際舞台最具代表性莫過於「Yii」計畫，而「Yii」發展歷程裡揚名國際最關鍵的轉捩點在於2010年登上「義大利米蘭三年展設計博物館」（La Triennale di Milano design museo / Triennale Design Museum）的展出。義大利米蘭三年展設計博物館在全球設計領域裡，以最精闢的學術論述與研究，擁有強大的公信力，透過系統性、哲理性的展覽，向全世界展現了義大利設計的價值並進而引領全球設計風潮。因此，紐約時報曾贊許：「以創意而言，米蘭三年展設計博物館無疑是國際設計界的最高殿堂」。在台灣工藝設計朝晉身主流之路邁進之際，需要與世界一流設計先鋒接軌，因此，2012年（9/20~11/20）國立台灣工藝研究發展中心策動代表當代義大利設計的「新義大利設計展2.0」（The New Italian Design 2.0）至台灣展出。藉由此次台灣工藝設計與義大利設計對話的機會，本文旨在探討「新義大利設計展2.0」所呈現的設計哲學，與帶給台灣工藝設計的啟發，以作為台灣工藝設計進階發展之借鏡。

2.「新義大利設計展2.0」

義大利米蘭三年展設計博物館「新義大利設計展2.0」展覽名稱中的「2.0」代表「義大利設計展」的全面更新版，就如同電腦系統「WEB 2.0」中的2.0。「義大利設計展」以編年方式選自1945~2000年期間的一百件展品，自1999年已在歐洲、亞洲的各大美術館展出。

2-1.展覽內容

「新義大利設計展2.0」（The New Italian Design 2.0）最

首要與最重要的目標，即為延續和整合2007年2月在米蘭三年展設計博物館舉辦的「流動的風景—義大利設計展/ Il Paesaggio Mobile del design Italiano」展覽，該展覽的概念源自探討複雜且多變的新千禧年環境背景中影響設計的各種環節。「新義大利設計展2.0」由義大利著名建築師暨設計師Andrea Branzi與米蘭三年展設計博物館設計博物館總監Silvana Annicchiario共同擔任策展人，共匯集118位義大利39歲以下當代新銳設計師，展出產品設計、時尚設計、平面設計、室內設計、食品設計、珠寶設計、研究設計約230件作品，完整呈現當代義大利新設計的風貌。

2-2. 策展形式

策展人Annicchiario（2010）指出「新義大利設計展2.0」一開始籌劃即設定跳脫以固有的理論和概念來理解及詮釋過去，因此在執行過程時，對大師、研究人員及學者都進行了採訪。展覽作品幕後的挑選工作並不依據任何媒體曾經關注的焦點，也排除米蘭國際家具展中新銳設計師衛星沙龍展（Salone Satellite）裡曾經用過的主題。當初的徵選過程以社群網絡的方式建立，並歡迎公司行號、機構團體，甚至自薦者們加入，使得整個展覽如同一個公開且具全面性考量的徵選賽。作品涵蓋的範疇，包含任何形式樣貌，徵選來源含蓋360度全方位的人員，包括設計師、規劃師、藝術總監、顧問、服務及通訊人員以及那些進行研究和實驗的人員，企圖全方位地延攬年輕設計人才，共同投入建立展覽的完整度，也藉此提供策展相關領域者，一個研究與實驗的平台，以及跨世代的交流大會。此展覽呈現重視設計過程勝於單一作品展現，儼然就是一場集體創意遊戲。此次展覽中所說的「新義大利設計」的精神，則是以擺脫世紀經典或設計大師們的影響。因此，在展覽中稱之為「新一代設計師」者，並不是設計大師們或巨擘的繼承者或入室弟子。排除過去將新銳設計師視為較年輕、資淺的「小」大師，並侷限其表現於過去世紀性典範裡的錯誤觀念，在這次展覽中所展現的，除了設計師們整體的設計系統之外，他們的多元、豐富與原創性才是更主要的關切重點，同時，也更為回應目前全球百家爭鳴之下，當代義大利設計的發展趨勢。

另外，「新義大利設計展2.0」展出內容已匯集成一個「資料庫」，不僅提供三年展設計博物館在活動上的參考依據，同時也為相關產業、商業機構與義大利整體設計系統提供了所需要的重要數據與範本。

2-3. 展覽的時代背景

義大利在二次大戰後國際地位受到重大打擊，必須從經濟與文化上重新建設以促進政治與國際地位上的平反。在戰後因重建上的需求，各式工廠陸續動工，面對戰後建設與經濟重振的急迫性，「設計」正是提高生產品質與協助經濟復甦的方法。也因此，「設計」與義大利的社會結構與生活形態更加密不可分。義大利設計於戰後大放異彩，除了充滿創意與才能的設計師大量投入企業與生產線之外，還有更多是各項產業的相互搭配與力推，如媒體Domus雜誌的重新崛起，於50年代大幅報導宣揚義大利設計的特色，獲得國際好評。這股戰後興起的設計風潮，受到普羅大眾的熱烈迴響，也為義大利設計建立起國際級的口碑，於50年代後期達到高峰，成為義大利設計的經典時代。60年代由於各項新材質與技術的發明及運用，如聚氨基酯與ABS，為設計帶來了更多可能性，也讓產品在形態與構造上產生了巨變，如傢俱的造型變化從平面的二維結構開始走向可大量生產的注塑成型，也讓原本廉價的材料轉型成為精緻的日用品。70年代的石油危機為塑膠經濟與傳統玻璃工業帶來了衝擊，設計界與工業界因應此現象，展開一連串的應對措施，包括降低成本以維持競爭力，原本可能增加成本的獨創設計，則逐漸被理性的基本設計理念所取代，因而造就了現代主義興起。

現代主義對於「好設計」的看法，促成了平價產品的大量出現與消費的蓬勃發展，設計變成是一種創造消費需求以及增加商品銷售量的手段，而不再是改善人類生活環境的工具；另外，現代主義強調一種放諸四海而皆準的單一審美觀，漠視社會文化環境，使設計淪為單調、無特色、沒有靈魂、形而下的生產工具。於是在1960年代後半期，以義大利為核心地區，設計師對所謂消費主義下的好品味（Good Taste）進行一種反叛運動，即是「反設計」運動的興起。「反設計」運動開始重新定義義大利設計與義大利設計在文化與政治方面的運作規則，以運用比例和

造型的扭曲、大膽的色彩、視覺上的諷刺及批判等設計手法，及擷取當代藝術運動如普普運動的元素，設計出許多新的作品。「反設計」強調設計焦點在於對整體的關心勝過個別的物件，堅決反對消費過度的社會型態，強調設計的目的在於滿足人類基本的需求，反映出當時的反省思維（Bhaskaran, 2008）。

策展人Andrea Branzi為「反設計」運動代表人物，面對當代義大利設計被批評為經典衰退、美學及道德崩潰、被視為人類大災難，在這樣值得關注的現象發生，Branzi（2010）指出應該做的不是去評斷當前的設計，而是試圖去理解它；不去解釋它應該如何，而是真實的呈現出它為何會如此。因此，基於反設計運動精神，「新義大利設計展2.0」強調設計焦點在於對整體社會型態的關心勝過個別的物件，集結新一代義大利設計師作品，忠實展現20世紀以降的義大利在經濟、政治與技術改革等層面所帶動的社會變遷，以期探討出義大利設計新樣貌。

2-4. 展覽理念

面對社會型態的快速變遷，設計不只是物件的表現，更被視為是當代各行各業溝通的一種新形式（Annicchiarico, 2010）。現代社會裡，設計一詞有多重意義，是一種生活風格，是實用的想法，是計劃性的張力，也是一種創造意願。義大利從讓「義大利製造」（Made in Italy）聞名世界的手工創作，逐漸的將這種應用設計的概念轉向為一種社會建設，讓物質及非物質成為社會系統的一環，然後整體被視為「設計」。在現代社會結構中每個元件都是息息相關、相互依存的，真正的設計系統有時被稱為都市設計，或食品設計，或活動設計，或資訊設計等等，今日設計的整體面貌不在於少數能產生巨作的設計師，而在於傢俱、通訊、工業、時裝、出版、食品等各行各業成千上萬的創作者。因此，今日的設計不同於以往，指的不是一種型態，而是一種張力。基於此，「新義大利設計展2.0」是一項創新理念的展覽，展覽的核心價值在於將從純粹美學或功能展示的層級提升為具社會性、動機性的分析層級（Rampello, 2010）。

Branzi（2010）指出「新義大利設計展2.0」不是在探討新設計，而是討論一個設計哲學，就新一代設計師的表現提

出「七度分隔」(Seven Degrees of Separation)的現象分析：

2-4-1.設計已經成為一種大眾感興趣的職業

全世界各地的設計師、設計相關學校及大學、商展及畫展數量以倍數成長，不只在以設計著稱及有完整設計專業的工業化國家裡，特別是在開發中的國家，設計相關的教學機構及其學生的數量正在不斷的増加。這個奇怪的事實源自於設計已經成為全世界新舊經濟成長之主要驅動力的事實。設計所扮演的角色不只在於解決與美學相關的問題，同時也在於開發新產品、開發新市場以及新經濟。工業部門對於設計的需求大增，因此，設計在21世紀已經成為最典型吸引大眾的職業 (Branzi, 2010)。

如此，順應大眾對設計需求的爆增，造成設計師及作品的數量倍增，生產速度的加速，但是，當一個生意人製造愚蠢的物品，而年輕設計師只能努力中肯謹慎地提出通常不會被重視的建議的惡性循環發生時，他們也只能讓重要的企業生產無用但對他們而言不可缺少的東西，這也彰顯新一代設計師是越來越難以保留設計的獨特意識。「新義大利設計展2.0」以如同旋轉壽司台或機場行李輸運帶的形式將作品快速的流動展示，以6部DVD放映機播放平面設計、數位設計等作品。各式各樣的設計不斷流動展示在消費者眼前，快速的出現及消失，彰顯當代設計快速替換、脆弱的特性。

2-4-2.從專案到創新

很多人認為這種大眾需求的職業只會成為產生失業者的無人性機器，並反問“你怎麼能指望這種機器能生產出幾千幾萬個像阿奇萊卡斯楚尼這樣偉大的設計師呢？”，然而在這個時代，沒有人需要更多的傑作，也就是說比起最終產生的作品，創新的策略才是能夠激活持續性的過程發展來產生新的作品、新的幫助、新的提升以及新的溝通方式。活力與能量才能讓企業面對國際的競爭以及全球化市場。事實上，年輕的設計師只有一部分會從事產品設計的職業，他們將會先從事類似於藝術總監、策略顧問、傳播者、推銷人員及研究人員 (Branzi, 2010)。

三年展設計博物館總裁Bellavitis (2010) 指出義大利設

計和經濟制度透過互動過程積極發展，創新的特質被視為最重要的成就。在過去三十多年，義大利為設計建立特殊的訓練環境，學校裡開設的設計系及研究生課程逐漸發展成型，不斷的交流下形成為一套相互依存的標準。那些負責訓練未來設計師的人應用教學方式建立學生的創造性，鼓勵他們從藝術天分發展到研究創新的過程，讓新點子能夠被創造並轉化成具有經濟價值的意義。透過專案讓義大利設計創新的能源源源不斷轉化為有價值的創造力。如Beta公司透過專案研究，從創意辦公室可以是溝通和生活的空間開始，到空間可做為互動、溝通、經驗分享等運用，發展出不同工作方式組合的彈性辦公室傢俱。如Kulana Nalu 冷系列產品開發專案，發展出安全、環境、生態等不同用途之產品。

2-4-3.微弱的現代性

在過去十年內被一般社會大眾所認知的現代性模式已經改變了。上個世紀，設計文化試圖去尋找完美研究及全方位的最終解決方案，反之，現今我們所追求的是可翻轉的解決方案、彈性的系統、未完成和暫時的模式。在這社會依存著重新被定義的過程，所有代表完美、缺乏彈性以及決定性的事物都會被視為危險、脆弱及風險。因此，我們談論的“微弱的現代性”，是一個沒有正式的符碼代表，但是它以一種藉由激活擴散能源不斷現代化，將集中式、合為一體的單項設計如同酵素作用一般轉化為許多單獨的貢獻。換句話說，強而有力且集中的現代性已經轉向一個微弱、四處擴散的現代性。雖然微弱的現代性它的辨識度不是那麼的高，但是它是可共享的，更深層的 (Branzi, 2010)。

Bonomi (2010) 指出設計會昇華成近似氣體的狀態如同Branzi所提到微弱卻具有侵入性，這種設計不再明顯易見，而是透過具有價值、情感和傳達意義的途徑，以及從使用者端的個人特點思考為出發點，納入作品的形式和機能性，產生更細緻複雜的組織來建構設計。Branzi (2010) 認為設計似乎已經成為一種陰性的象徵，這不是指設計人員的性別，當代的義大利設計是稍縱即逝的、嬌弱的和敏感的，它不強壯但有更多的智慧。

2-4-4.工業設計

工業的轉變始於1970年代，隨著導入電子化和工廠機器人的出現，產生兩種不同的經濟體：一是越來越封閉的傳統工業經濟(薪水和工會的關係)，二是新社會經濟，新社會經濟的特色在於具有自有品牌、大型企業聯盟及擴大分散的工作。年輕設計師的設計一部份符合明確的工業需求，成為新社會經濟的社會現象之一。通常這是一種年輕設計師不論是以作品或公司或服務或資訊表達出想要完成自我實現、驗證自己求新求變能力的目的而有的一種自發性活動。因此，曾經一直與設計的定義連在一起的這個形容詞「工業的」，現在已經失去了它的明確性(Branzi, 2010)。

如Branzi (2010) 提出如果設計師的任務不再只是解決美學問題，而是創造新產品、新市場以及新經濟的話，是不是也同樣要合理的去思考，設計師同時在領域上表現的與藝術總監、策略顧問、通訊者、推動者以及研究者一樣的功能。無庸置疑的是，就像許多其他服務專業一樣，設計師已經為民主化，因此他們也屬於無產階級的，強調設計為完成自我實現、驗證自己創新能力的自發性活動(Bonomi, 2010)。

2-4-5.無形的城市

當代設計是一種氣體狀態，具有微弱及侵入性的特質。現今的城市不是以固定的系統、特殊的建築物來代表，而是透過不斷的物流、產品、服務和資訊的流動(因此設計也是) 穿越這些舊的空間內，快速地轉化城市的用途，模糊城市的界線、更新城市的形象。城市品質透過這些無形的結構來變化和轉化自己，創造出地區的軟體而不是古老的大教堂。由這樣的新城市空間來看，設計代表了一個明顯有空隙且複雜的活動，但它卻是形成當代城市和其面貌的基石，而且也滿足城市不斷更新的需求(Branzi, 2010)。

高附加價值的服務結合設計師強大的創造力，可以創造永續的城市。在都市空間裡，以米蘭為例的話，它提供先進的設計訓練中心，其任務是在全球競爭下再現並更新設計專業度的基準，奠定高附加價值的服務企業和生產系統之間的關係以及其現代化之基礎，因此米蘭是義大

利設計以及重現的領導中心。因此，設計是城市更新的基石(Bonomi, 2010)。

2-4-6.美學問題

新一代設計師通常都會被認為是一群年輕且不受政治約束的快樂主義者。事實上，如果我們把他們跟1969年或是1976年間的設計師來比較的話是無法比較的。在那個時期，政治處於絕對性的交戰狀態並代表的所有的文化類別。現今的變革發生得很緩慢，進行的過程很複雜且涉及的不僅僅是經濟和薪資改革層面。社會已經意識到環境質量的重要性、美學問題以及公民的權利。正如俄羅斯詩人約瑟夫·布羅茨基(1987年諾貝爾文學獎得主)所指，相對於政治上的失敗，美學思想更是導致蘇聯解體的原因，另外對環境的破壞也引起了蘇聯社會內深刻的道德駁斥。新一代的設計師眼自己所處的世界是這麼的醜陋和不健全，立刻開始嘗試改革，從設計新式的椅子、花瓶或玩具等等嘗試改變現狀。而他們這樣多面向的進行事實上是難以操控且明顯的毫無方向的，因為這種變革純粹是一種自發性的政治意圖，想要以強調美學在未來可能代表最嚴重的政治問題的這個想法來引發改革，這樣的改革方式很難成功(Branzi, 2010)。

強調美學的設計以當代消費者的美學需求在表面做創新，沒有考慮增加作品的品質，嘗試讓自己適應美學和感知，重視作品之美，這樣的設計只能成為“設計經驗”。設計與社會型態息息相關，牽涉到複雜的文化活動，優秀的設計不是一種立即的、自發性的成果，而是良好的複雜性管理和艱辛調節下產生的結果，其前提即為不可或缺的研究。(Bartolo, 2010)

2-4-7.分子政治

Branzi (2010) 認為越來越多人默默實踐對美學、創新，甚至政治上的需求，這種力量雖然微弱但卻能擴展，這樣的動作就跟分子策略一樣，是一種不會產生創傷性的變化但能進行緩慢的轉化的酵素能源一樣。歷史上在執行重大的轉化以產生世代特色之前都是從極小的設計、明顯地是多餘的、不當的架構開始。而經過現代化百年後，現在是迎向透過子系統、微結構及國內經濟來作用轉化

的時代了。舉一個例子，來自孟加拉的諾貝爾和平獎得主穆罕默德·尤努斯透過創造美元小額貸款，將170萬人從無盡的苦難中拯救出來。21世紀所教導我們的是，不只有大型結構組成的計畫能夠做出改變，國內經濟也可以；不只有城市大型規劃能夠改變社會，單純的從製作花瓶開始也能。經過時間的轉化，小設計未來也能夠成為改變社會的大動力。

這些新一代的設計師好像第一批基督徒推翻異教帝國壓迫統治的寧靜革命。他們正在經歷世界解構重組的過程，從最底層、內需的、過剩的、自傳式的、和無用之中重新開始。他們代表一個嶄新的世界，但他們並沒有任何計畫或任何宣言。因此，即使是被視為極小的設計，亦可能改變世界。

3.台灣工藝設計現況

早期，工藝以文化傳承為導向，從事造型藝術創作為主的工藝師，多是以工藝技術為基礎，並以個人化的美感決定創作方向，因而缺乏以當代設計觀念主導的創作方式及觀念，傳統工藝與設計二者之間有著嚴重的段差。另外，在產業面向，台灣從工藝製作器物時代，未經延續及演變，而直接接收了西式設計教育及生產系統的空降，因而逐漸地喪失了自己的器物文化特色，以及傳統工藝之技法、形式與觀念；蘊含在器物文化及工藝技法與傳承之中的優良生活觀點與價值，無法順利延續至當代生活中。因此，傳統工藝與生活型態是與當今生活斷裂的，傳統的民俗禮儀、文化內涵及內在生活價值更是明顯地與當代脫節。

近年，台灣工藝設計有極大的轉變，主要基於政府推動文化創意產業，工藝以其文化特質深具產業發展潛力，獲提列為旗艦計畫。在政府資金大力挹注、啟動策略性計畫、跨域時機成熟等多項利基下，尤其以全球目前最具代表性的工藝及設計跨域計畫Yii對台灣工藝設計國際地位的提升，有極高之貢獻。

觀察台灣工藝設計近年的發展，米蘭三年展設計博物館館長安德里亞·坎切拉托（Andrea Cancellato）指出：「台灣工藝設計的蛻變途徑與義大利設計的發展途徑相似，義大利設計之所以聞名於世，也是基於工藝設計的基礎

再轉化而來，我感受到台灣工藝設計的優勢及潛力。」2011年「Yii」再度於米蘭三年展設計博物館展出，坎切拉托先生指出：「跟去(2010)年相比，我看到Yii成長驚人，以試圖超越刻板印象與創作習慣的企圖，作品有一種接近挑戰西方設計的意象，不再那麼東方，因此也展現與西方世界對話的能力」。

4.義大利設計與台灣工藝設計

義大利和台灣都有著熱情的民族性，同樣有精湛的工藝技術，在二次大戰後同樣接受美援。但二次大戰後的義大利在美援的基礎下，除引進美國生產模式，在家具、汽車、服裝、電子產品、家用電器等領域，設計界一直專注於發展自己的設計體系。而台灣在同一時間，同樣接受美援，不斷走向模仿、複製、代工的產業模式時，義大利則透過設計，在短短半世紀成為設計大國。今日的義大利居世界設計及時尚的領導地位，義大利設計創造全世界讚賞的卓越產品。義大利貿易協會總裁Ambassador Umberto Vattani 指出：「義大利設計是世代傳承的經驗及工藝精神的綜合體，它更是現代趨勢及新材料、新形式的培育溫床。」義大利設計以其理論與研究引領潮流，使其領導地位屹立不墜。透過「新義大利設計展2.0」的設計哲學，讓我們反思台灣工藝設計必要的發展途徑如下：

4-1.設計力創新

設計力創新 (Design-Driven Innovation) 的概念，談的不是設計，至少不是一般人觀念中的設計，談的是策略，因為「設計」從詞源的本義來看，代表「賦予事物意義」，設計力創新是意義的研發流程，設計力創新可以運用於各種行業 (Verganti, 2011)。在義大利，企業運用義大利設計群聚的優勢，透過設計論述 (design discourse) 的過程，在產品符號、風格與意義上的創新。設計力創新談的不是運用科技突破開創新的市場需求，也不是以滿足消費者需求為主要目標的創新，設計力創新很少依賴市場的研究，因為消費者並不能夠創造符號與意義上的創新，而設計師反而能夠扮演這個引領時尚的角色。設計力創新是一種以設計語言 (design language) 突破為驅動力的創新，風格、象徵與符號可以引領時尚並創造市場的需求。「新