



從「新義大利設計展2.0」看當代義大利設計的反思

The New Italian Design 2.0: Rethinking Contemporary Italian Design

文·圖／賴怡利 Lai I-Li (國立臺灣工藝研究發展中心副研究員、亞洲大學創意設計學院兼任助理教授)

1 Cracco Carlo 海鮮書 (Quadern di mare)

2005這本看起來如筆記本的冊子，事實上每一張「紙」都是烹煮過的魚肉與貝類（另外還有墨魚、烏賊、扇貝、西西里島蝦、干貝與貝柱等），每一頁以醋酸纖維處理，以防各種材料與口味混淆。這本「書」可以在4℃的冰箱中，保存8至10天。試著將書中兩種不同口味的「紙」剝碎混合，以大約70℃的溫度加熱後，口感與風味都十分強烈，既可做成沙拉，也可做成義大利麵食，甚至可以炒菜烹調。

2 「義大利設計展2.0」展場設計運用類似迴轉壽司或機場輸送帶的概念，讓設計師的作品如同一份份餐點，供顧客挑選，象徵當代義大利設計發展趨勢與迎合大眾取向息息相關。

義大利米蘭三年展設計博物館（La Triennale di Milano design museo / Triennale Design Museum）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」。

2010年4月臺灣工藝設計品牌Yii首度登上義大利米蘭三年展設計博物館展出，驚豔國際，隨後米蘭三年展設計博物館館長安德里亞·坎切拉托（Andrea Cancellato）先生於2011年2月受邀至臺灣訪問，提到臺灣工藝

設計的轉化，說道：「臺灣工藝設

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，我感受到臺灣工藝設計的優勢及潛力。」

2011年4月臺灣工藝設計品牌Yii再度於米蘭三年展設計博物館展出，坎切拉托先生在接受訪問時說道：「跟去年相比，我看到你們成長驚人。還有試圖超越刻版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。」在臺灣足夠有實力與義大利設計對話的機緣下，籌備了三年，國立臺灣工藝研究發展中心終於將這代表義大利當代設計的「新義大利設計展2.0」（The New Italian Design 2.0）於2012年9月20日至11月20日在臺灣首次展出，這是第一次臺灣工藝設計與義大利設計面對面的對話。

一幅呈現整體當代義大利設計的壁畫

「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」自1999年已在歐洲、亞洲的各大美術館展出，該項設計展的展覽論述，分為五個階段探



討義大利設計文化的蛻變與演進，並以編年方式選自1945～2000年期間的一百件展品，從戰後重建時期到晚近的「追憶與未來再認識」物品，不但兼具源流和現況，且脈絡清晰呈現義大利的設計風貌。這些隸屬於米蘭三年展設計博物館之重要藏品，涵蓋義大利著名設計家各時期的代表性作品，如卡斯提庸尼（A. Castiglioni）、門蒂尼（A. Mendini）、佩薛（G. Pesce）、龐迪（G. Ponti）、羅西（A. Rossi）、索札斯（E. Sottsass）、札努索（M. Zanuso）等，展品類別包括打字機、摩托車、電視機、家具、燈飾、器皿以及日常生活用品。

有別於「義大利設計展」，「新義大利設計展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，安德里亞·布蘭茲（Andrea Branzi）與米蘭三年展中心設計博物館總監席媯娜·亞妮奇瑞克（Silvana Annicchiarico）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。

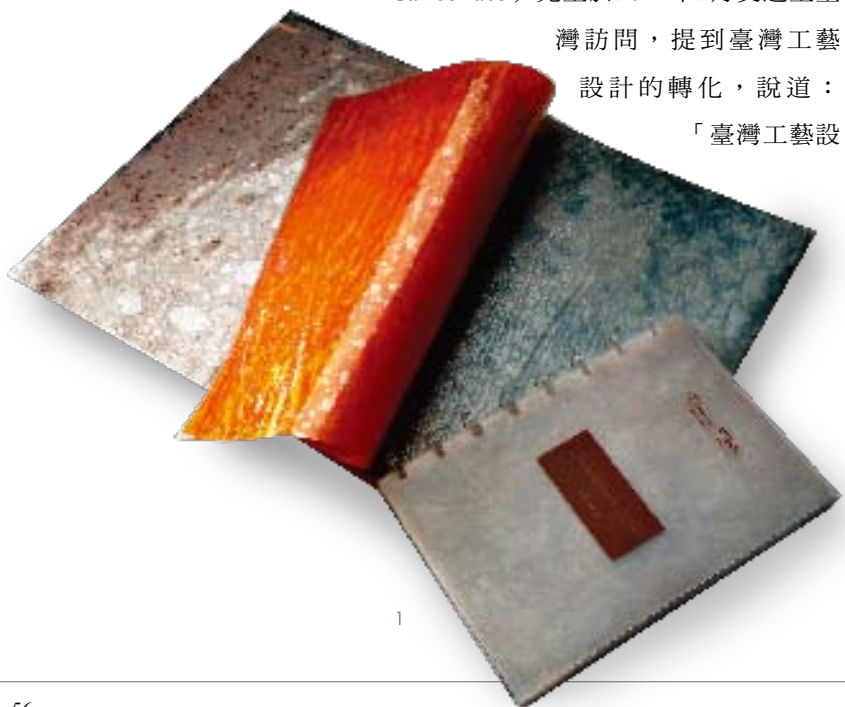
集體論述，展現設計力創新

「新義大利設計展2.0」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，使得整個展覽如同是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，全方位地

延攬年輕設計人才，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。展出內容匯集成一個「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、商業機構與整體設計系統提供了所需要的重要數據與範本。

「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，展覽涵蓋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，共同投入建立展覽的完整度。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，這項成就其實就是義大利設計力創新的表現。

設計力創新（Design-Driven Innovation）的概念，談的不是設





3 「義大利設計展2.0」B1展場

4 Massimiliano Adamo
現代化石 (Fossile moderno)
2004
這個儲物空間將腐壞的塑膠物件置入PU棉裡。這個組織嚴密的組件，內部的隔板與包廂般的空間，以一種意想不到的形狀呈現。

5 Giorgio Biscaro
組合凳 (Offset Stool)
2010
這是一張多層彎曲而成的櫟木凳子。它的生產技術讓加工過程中，減少過多的浪費並改良組合方式，最後未能用上的耗材僅有一小部份而已。



5



6

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。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。「新義大利設計展2.0」即是運用義大利設計群聚的優勢，透過集體的設計論述過程，在產品符號、風格與意義上做創新，扮演引領時尚



4

的角色。因此這個展覽匯集了一群不同領域的新時代創意奇才，共同投入建立義大利設計新面貌的研發流程，為設計師們與企業體之間發展出能夠適合彼此相容相通的新立足點。

「反設計」運動的延續

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，



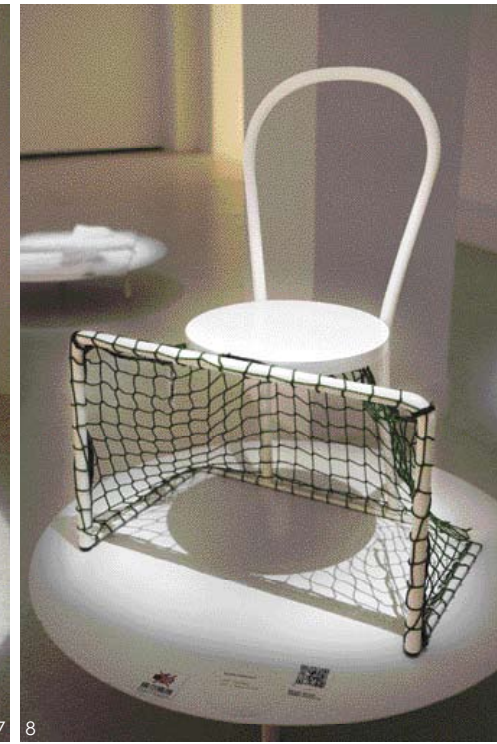
7

6 Pezzini Gabriele
移動 (Moving)
2004
這個圓形桶子從外觀就直接點醒了它的用途。金屬手把本身是一個基本元素，告訴人們它是可移動使用的，可堆疊，重量輕，而且還能提供各種不同的顏色。

7 Giorgio Biscaro
巫婆椅 (Witchcraft)
2010
這張椅子用塗上柔和色彩的管狀金屬組成結構，並以高粱梗作成椅背與椅墊。它運用的是傳統製作掃帚的技術，而由於高粱梗本身的柔軟度，使得它的靠背可以彎曲而更符合人體工學。

8 Emanuele Magini
懶人足球 (Lazy Football)
2010
設計師的創作元素就是足球，並設定是在家中久坐不動的狀態。座椅的部分是金屬壓製而成，足球網則是以合成纖維製成。

9 Pezzini Gabriele
線椅 (Wireo)
2003
這張可堆疊的椅子將不必要的形式單純化，透過極佳化的電焊技術與工藝完成，它的美在於工業製造與功能提供之間的完美平衡。



8



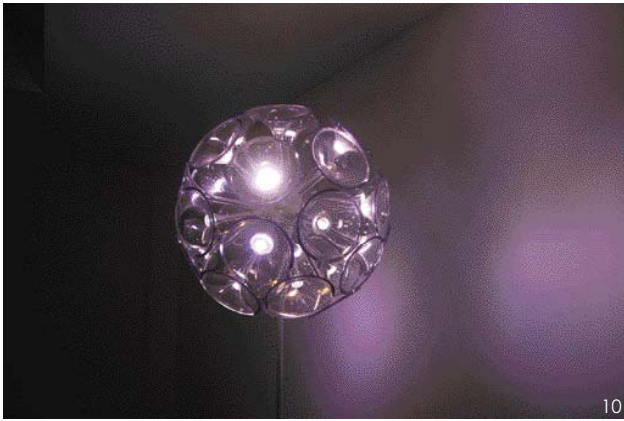
9

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，如聚胺脂與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，如家具的造形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，以運用比例和造形的扭曲，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」運動的設計具有幾項特點：1. 以創新、獨特的設計手法挑戰傳統設計規則；2. 原色的運用；3. 設計象徵意義跳脫傳統範疇。「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。

「新義大利設計展2.0」可說是米蘭三年展設計博物館為回應當代義大利設計的發展趨勢，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。「新義大利設計展2.0」策展人之一布蘭茲為「反設計」運動代表人物，這檔以設計哲學為訴求主體的展覽，其實就是反設計運動的延續。



當代義大利設計發展與「七度分隔」(Seven Degrees of Separation)的關聯

如果你聽過「六度分隔理論」(Six Degrees of Separation)，就不難理解策展人布蘭茲在展覽中所提出當代義大利設計與其論述「七度分隔」的關聯性。「六度分隔理論」是1967年美國社會心理學教授斯坦利·米爾格拉姆(Stanley Milgram)所提出，米爾格拉姆教授做過一次連鎖信實驗，嘗試證明平均只需六個人就可以聯繫任何兩個互不相識的美國人。這種現象，並不是說任何人與人之間的聯繫都必須要通過六個層次才會產生聯繫，而是表達了這樣一個重要的概念：任何兩位素不相識的人之間，通過一定的聯繫方式，總能夠產生必然聯繫或關係(維基百科)。因此，當代義大利設計被批評為經典衰退、美學及道德崩潰，被視為人類大災難這樣值得關注的現象發生，布蘭茲認為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，而是真實地呈現出它為何會如此。這種改變絕對不是偶然，產生的原因跳脫不出這「七度分隔」的現象。

一、設計已經成為一種大眾感興趣

的職業

設計已經成為全世界新舊經濟成長之主要驅動力的事實，不只工業化國家，特別是在開發中國家裡，設計相關的教學機構以及其學生的數量正在不斷的増加，設計所扮演的角色不只是在於解決與美學相關的問題，同時也在於發明新產品、開發新市場以及新經濟。因此，在工業部門上對於設計的需求大增，也正是因為這個原因，讓設計在21世紀成為最典型吸引大眾的職業。

二、從計畫案到創新

很多人認為群眾取向的職業只會生產讓設計成為無人性機器，避免這樣的狀況產生，唯有透過創新的策略才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。新一代的設計師的專業只有一部分與作品設計有關，他們首要做的工作將會類似於藝術總監、策略顧問、通訊者、推動者及研究者所要做的工作。提出創新是一個多方面的任務，需要不斷地去重新定義它。

三、微弱的現代性定義

隨著當代標準的改變，上個世紀，設計試圖去尋找完美研究及全方位的最終解決方案。反之，現今

我們所追求的是可改變的解決方案、彈性的系統、未完成和臨時的模型，因此，強而有力且集中的現代性已經站不住腳。

四、工業(以及更多)設計

年輕設計師的目標在於自我實現，確認自己對求新求變的能力。因此，曾經一直與設計的定義為伍的「工業的」這一形容詞，現在已經失去了它的明確性。

五、無形的城市

現今的城市不再代表死板的建築硬體，而是透過貨物、產品、服務和資訊的產生流動，快速地轉化它們的用途，模糊它們的界線，更新它們的形象。城市品質透過這些無形的結構來變化和轉化城市內涵，創造出新領域的軟體。由這樣的新城市層面來看，設計(其內涵包括室內設計、策略設計、服務設計以及通訊設計)代表一個顯著且複雜的活動，是當代城市建立形象的基石。

六、美學問題

新一代的設計師眼看自己所處的世界是這麼的醜陋和不健全，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。但他們自發性的意圖，毫無章法的變革註定



- 10 Matteo Bazzicalupo (Deepdesign) 蒲公英 (Dandelion) 2006
這盞燈由纖細且帶有彈性的支架支撐，遠看就像是懸浮在空中一般。它看起來就像是蒲公英，似乎輕輕一吹，花兒就會隨風而逝。發光的燈體以透明的聚碳酸酯製成球狀，透過LED燈透出陣陣清澈光芒。
- 11 Deepdesign 平板鋼琴 (Flat Piano) 2006
這台鋼琴桌子，可供人播放或聆聽音樂，也可用來吃飯或工作。完全能夠完美地融入居家空間裡。電子琴鍵在一大片水晶頂蓋下運作，微型放大器 (FeONIC製作) 將原本整個平板狀態的平面轉化為和諧共振的音箱，發出立體聲效果的聲音。
- 12 Francesca Lanzavecchia 我們的椅子 (Our Chair) 2009
椅子以楓木作本體架構，上面的椅墊則是萊卡纖維，彈性佳且可隨時置換。

會造成更多非議及反駁。

七、分子政治

新一代設計師微小的設計雖然力量微弱但卻遍布各地，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轉化的酵素能源。這個年代，重大的轉化之前都是從從極小的(設計)、明顯多餘且不適當的架構開始，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。

結語

義大利設計居世界設計及時尚的領導地位，義大利設計產出受全世界讚賞的卓越產品。義大利貿易協會總裁安伯托·萬達(Ambassador Umberto Vattani)先生說：「義大利製造(Made in Italy)是品

質、創造力、夢想、獨創性、感動的同義詞。」又說：「設計是義大利製造皇冠上的珠寶，是一張代表國家的非凡名片。一方面，義大利設計代表了世代傳承的經驗及工藝精神的綜合，另一方面，它更代表了現代趨勢及新材料、新形式的溫床。」透過「新義大利設計展2.0」，我們看到義大利設計透過研究，不斷的反思及自省，以設計力創新的策略，集體參與與論述，讓產品意象與整個國家文化價值相連，讓義大利設計居全球領導地位。臺灣在面對國際競爭下，不管是文化識別度或產業發展，需要的是晉身世界主流的臺灣品牌形象，尤其推展「文化創意產業」，如果臺灣有一張像「Made in Italy」聲譽的國家名片，水到渠成，產業自然蓬勃發展，榮景可待。🍀

參考資料

1. 羅伯托·維甘提(Roberto Verganti)，呂奕欣譯，《設計力創新》(Design-Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean)，臺北市：馬可孛羅，2011。
2. Davide Rampello (President Triennale di Milano), "The New Italian Design," *The Italian Design 2.0*, Milan: Triennale Design Museum, 2010.
3. Arturo Dell'Acqua Bellavitis (President Fondazione Museo del Design), "Imaging and Designing Innovation: the training processes," *The Italian Design 2.0*, Milan: Triennale Design Museum, 2010.
4. Silvana Annicchiarico (Director Triennial Design Museum), "For a New Map of Italian Design," *The Italian Design 2.0*, Milan: Triennale Design Museum, 2010.
5. Carmelo Di Bartolo, "The Two Speeds of Design-Design between Research and Industry," *The Italian Design 2.0*, Milan: Triennale Design Museum, 2010.
6. Aldo Bonomi, "From the Files of Capital to the Spider's Web of Value," *The Italian Design 2.0*, Milan: Triennale Design Museum, 2010.
7. Alba Cappellieri, "New Talent for New Jewels," *The Italian Design 2.0*, Milan: Triennale Design Museum, 2010.
8. http://styleblog.vogue.com.tw/style_e/article.aspx?name=hanwu&no=11893