

设计私生活之二

放大意大利

Blow Up Italia

欧阳应霁 著



生活·讀書·新知 三联书店

GIO PONTI

***Home** is where the heart is.*

设计私生活之二

放大意大利

Blow Up Italia

欧阳应霁◎著

序 放大生活

一向尊崇视作启蒙导师的意大利导演米开朗琪罗·安东尼奥尼于1966年完成的经典电影《Blow Up》，来到中文世界有三个译名——

一是直译作《放大》，另两个分别是《春光乍现》和《春光乍泄》，又现又泄，像加了盐，又再下醋。

把我们生活在其中的现实，放大再放大，竟是春光无限。

电影中男主角是个摄影师，无聊而又好事的他在阳光明媚的公园中遇到一对神色异常的男女。出于好奇，摄影师偷拍了这对男女的一些亲热照片，想不到却引来那位女子找上门来百般纠缠，甚至不惜献身以索回菲林。由此生疑的摄影师马上把这照片放大数倍，终于被他发现照片里树丛中竟躺着一具男尸，而不远的树旁更有一个持枪男人。

当天晚上摄影师独自来到公园，静寂当中果然在树丛深处发现了那具男尸，又惊又怕的他急急离开现场，第二天再回去的时候，男尸却又不见了。

影评人会说，这是一部探讨现实与塑造现实之间关系的电影，也挑战了照片（以及一切记录）的真实性。我们试图用种种方法对美丽的未知世界进行探索：用文字，用图像，用活动的光影，以便把握这个物质世界，但往往也就只是把表象当做现实，而现实常常也只是暂时的局部的。

因为好奇，我们常常在生活中发现这样好玩那样不寻常。开始的时候兴致勃勃地跟踪追寻，以为有能力追根究底，但走不了多远就发觉太复杂太麻烦，结果不了了之。我们面前的生活中有如此招摇吸引人的“实物”叫意大利，一直在散发一种比官方旅游广告小册还要精彩万倍的魅力。无论是我们向意大利走过去，还是意大利向我们走过来，我们都不得不承认，意大利，太厉害。

是她的地道美食她的经典电影她的历史建筑她的前卫家具设计，她的华丽歌剧她的优雅时装她的实验文学她的传统绘画与雕塑，还有她的醉人风景她的最值得谈恋爱的男人女人，只要有了意大利这个标签，一切都变得有了身份有了地位，好像都得另眼相看。

也就是因为意大利这三个字名气太大分量太重，叫我们这些经过的观赏的消费的不禁会问，我面前这一盘carpaccio con parmigiano生牛肉薄片配帕马基诺乳酪真的是地道的意大利口味吗？这一套DOLCE & GABBANA贴身薄绒黑西装穿起来会像意大利西西里男人吗？这一座由Achille Castiglioni于1962年设计的、由灯饰厂商FLOS生产的Arco地灯，又是如何为我这个在台北在香港在北京上海的家，营造出一点意大利氛围？还有的是，每天反复百次听的Pavarotti的《我的太阳》（o sole mio），会有机会学懂意大利文变成拉丁情人吗？托斯卡尼（Toscana）的艳阳下，费里尼会不会跟帕索里尼在午餐？邻桌坐的会是自斟自饮的卡尔维诺吗？远渡重洋来到我们面前展

出的圣堂教父乔托（Giotto）的国宝级壁画，跟在意大利北部名镇Padova的Scrovegni教堂看到的原作有何不同？

为了亲近意大利，我们隆重地穿上她，亲昵地咬她一口，温柔地坐进去，仔细地阅读，用心地聆听，来回反复地重播……我们比一向爱国的意大利人更爱意大利，为这地中海里的一只长靴倾出前所未有的热情，我们眼中的耳边的口里的想像中的意大利，究竟是不是我们理想中的意大利？究竟有多真实？

就像安东尼奥尼的电影《放大》里的摄影师，我在这里尝试把我所热爱的我所触摸感受得到的意大利放大，再放大。

我很清楚知道我没有在意大利住上十年八载，我只是十三年来每年到意大利一趟或两趟，每次逗留不到两个星期。我得承认我曾经两次学意大利文，两次都以这个那个时间或者工作的借口而喊停，到如今依然要用手点菜。我知道我除了有一衣柜的意大利服装之外，衣橱暗处暂时没有位置多藏一个意大利情人（那个勉强有个意大利姓氏的，也是在美国出生的，对意大利比我还陌生的），而意大利众多的美丽山川景物，至今于我还只是一张一张犹如在梦中的明信片。但我还是满怀期待把这一切来自意大利的事物，用心地放大再放大，企图看出一个更真切更实在更仔细的意大利。

当然，越是想靠近真实，却发觉这放大的意大利就像那张反复放大的照片，实质已变为光斑与彩点的结合，由具体物件变异为抽象意识：意大利不再是一碟意大利面一张意大利椅子一袭意大利裙子，

意大利是颜色是光影是形体是味道是声音，或隐或现，若即若离——不断地追寻也许是一种先天的悲剧，因此经历了更多的模糊和不安定，最终发现的是生活的混沌和神秘，“任何的解释都不及神秘本身有趣”，“在我们内心当中，事物都以雾或影子为背景的光点出现。我们具体的真实世界有鬼魅般抽象的本质”，安东尼奥尼曾经这样说过。

即使如此，我依然愿意继续这不一定有目的地的旅途，依然兴高采烈地把捡拾到的这些意大利生活碎片拼贴出属于我的意大利，更乐于和大家分享这寻寻觅觅过程中发生的一切——也就是说，当你阅读我的意大利，你看到的只是别人的意大利，如果要认识这真正的意大利，接近这原来神秘的事物核心，还是得亲自上路，展开你的挖掘。

在这个太多伪造和太多谎言的世界里，我只希望能够用一种直觉的简单的方法，把我所感兴趣的事，把滋养我长大的人和物，把这好玩的有趣的，都一一地告诉你，从意大利开始，到意大利结束——我们最终可能认识到的意大利，不是远方的异国，而是一个不断追求澄彻的自己。

缩小往往令事情太纤巧太锐利太紧张，放大，再放大，是我真正喜欢的模糊、暧昧和从容。

至于“Blow Up”的另外一个更直接的意思，就是爆炸。电光火石，地动天摇，爆炸当中种种暴力种种能量种种冲突，又是另一个值得放大的有趣话题。

应霁 2004年1月

目录

序 放大生活 p.04

意大利颜色

还我颜色 p.09
忤逆阅读 p.15
供求追逐 p.21
格格好色 p.27
在繁花中 p.33
三色四性 p.39

意大利光影

灯与光 p.47
好看电视机 p.53
封闭的透明 p.59
美丑陈列室 p.65
再教育 p.71
全球化的夜 p.77

意大利形体

男人不见了 p.85
床上的温柔 p.91
诗工厂 p.97
走钢索的日子 p.103
舒服好男人 p.109
起飞的绵羊 p.115

意大利味道

- 美味革命 p.123
- 特技厨房 p.129
- 因咖啡之名 p.135
- 咖啡或茶 p.141
- 跟他回家 p.147
- 世界再造 p.153

意大利声音

- 静物无声 p.161
- 老师不哑 p.167
- 拉丁老情人 p.173
- 末日崇拜 p.179
- 先生好奇 p.185
- 最后奢侈 p.191

- 附录一
意大利不是一天设计成的 p.197
- 附录二
意大利设计A-Z p.204
- 后语 就是al dente p.207



意大利颜色

还我颜色

从前爱过的，还会重新爱一次吗？

那一袭送给她的有如一张又厚又重的织绒飞毡的红色厚绒大衣，其实她从没有在公开场合穿过，倒是有一次借出去给时装设计师朋友讲解教学，示众展览过。下定决心要买的那一天我们也许疯了，因为这袭已经减成原价三分之一的大衣，是我十年前月薪的四分之一，也要港币九千九百六十元。

这是一袭意大利时装设计师Romeo Gigli的大衣，左披右搭的，实在没有一个惟一的正确穿法——一朵过重的大红花，试穿到最后我只能这样对她说。

因为迷恋因为热爱，连人带物接近疯狂程度，所以买、买、买。

再翻翻衣橱里好久都没有碰的那一些角落，我们实际拥有过的GIGLI倒真的不少：男装的女装的，各种厚的薄的棉的绒的混纺的宽阔长大衣不下十件，衬衫四五件，长裤三条，女装上衣数款，连袖手套一款，香水两瓶，眼镜一副……一下子盘算，那早熟的中产青年的仓促岁月忽然跑回来。

念书时候上的色彩课着实很沉闷，一天到晚在做颜色明度亮度纯度的练习也没法开窍，倒是毕业几年后把这顿悟的功劳都归于GIGLI。在他米兰的Corso Venezia 11号的两层专门店里，我像是第一次知道什么叫颜色，种种都在面前活泼舞动：土黄、橘橙、藏青、茄紫、孔雀蓝、玫瑰红、草莓红、水绿、橄榄绿、炭灰、紫金、铁银……既是女色也是男色。还有那些诱人伸手触摸的亮丽物料，那些精巧编织的纹样图案，至于那层层叠叠披搭缠绕包裹着身体的造型，夏季的轻柔皱薄冬季的浓重华美，典型的GIGLI风格，替我开了一道通往彩色世界的大门。恰巧有一次他真的在店

内打点，我还毕恭毕敬声音颤颤地跟人家打招呼，说了一声谢谢。

当年身边的一群男女好友，很少有不掉进GIGLI这个彩色漩涡里的。加上当年也真的感情丰富，可以从头到脚都来认真地玩一下。饱满的颜色诱发出一种成熟自信。一种打破地域界限的时装世界观，GIGLI本人太清楚这一切颜色的来龙去脉，说他生性含蓄害臊嘛，他其实是个热情好客的导游，一旦上了这班车，下一站管它是天国还是地狱。

出身于意大利书商世家的Romeo Gigli，家里经营绝版古籍买卖，自幼在翻掀那些羊皮纸描金重彩的大部头古老典籍之际，竟又给他翻出不一样的彩色新世界。高中毕业之后念过两年建筑，他就迫不及待地离家游荡了。不同一般贪图逸乐的世家子，1960年代末期他动身上路，更以印度、中东阿拉伯为目的地，风尘扑面，路上的辛苦是可以想像的。

也就是这前后长达十年的实在有点奢侈的全球漫游(对不起，是返抵威尼斯双腿一软几乎跌坐在地的马可·波罗吗?)GIGLI在路上寻觅所得的，就是足够他享用几辈子的属于他方异地的厉害颜色。说不清在往后这些日子里，是他好好掌控运用着这些流动的颜色，还是他着魔中咒地被这些神奇的颜色所控制，可以肯定的是这些颜色能量惊人，方圆百里，人仰马翻。被惊吓的被感动的被缠身的，不计其数。

恐怕我得赶忙把那近十年没有穿的GIGLI锈绿色裤子拿出来，看看这久违了的愛，还在不在。

要回忆当年那一度热烈的愛如何冷却下

来，实情是有点吊诡的。GIGLI年轻时候闯荡过的印度和中东地区，自然对我也散发出诱人魅力，一旦踏足，你就知道往后一定会一次又一次地重来。也就是在这些异乡国度里，近距离首次跟这些一再出现在GIGLI服饰中的颜色，坦率原始地相处。然后倒真觉得，无论哪个高手如何刻意演绎，其震撼其感染力都不及原来的真原来的美。也许我还是感激GIGLI作为启蒙导引所起过的作用，但也渐渐跟这些华美优雅的再创造保持相当距离。既然不能不切实际地穿上一件真正原产于印度有着传统款式和布料的长袍或者阿拉伯的连帽长大衣走在我日常的路上，当然也不必死忠GIGLI那隆重得天天像节日的意大利版本异国情调。热情的瞬间退却是始料不及的，但也只有懂得放开手，才能再进一步。

因为种种经营架构的重组，Romeo Gigli的品牌在1990年代中也一度易手他人。然而作为一位认定了自己创作方向和风格的设计师，倒没有那么容易败下阵来。1999年秋季，GIGLI再度出掌Romeo Gigli品牌的艺术总监，接下来的千禧年更重震名声地在米兰via Furnagalli有了由旧玩具大型厂房改建的陈列展览馆，再一次验证了创作这一条漫漫长路上，火花璀璨也只是是一时，到最后较量的还是耐力与韧性。

近年在台港两地的服饰名店中，倒不怎样看得见Romeo Gigli季度新作的出现，也许这些隔岸的消费者都是贪新善忘的，时装买手就更是趋炎附势，把这曾经一度尽领风骚的名字给打进冷宫。还是有心的该跑到米兰的旗舰店去，或是浏览一下那实在做得不错的网页，平心而论，未有太意外惊喜，

但也总是风采依然——

那一度退减了的缤纷炽热蠢蠢欲动，仿佛重回1991年在佛罗伦萨via San Nicolo大宅门外那个温暖晚上，那是GIGLI新作首度发表会，近两百名年轻男女穿着同样多彩的中性服饰，轻松愉快地在大宅四周的石子路上赤足走过，然后更骑着单车在大家面前水一般地流过——

夜渐深，模特儿们也不再是模特儿，渐次与围观的群众重新融为一体，身处其中你会忽然发觉，原来你我都是颜色的一部分，是创作的一部分，是过去未来个人集体回忆的一部分。



01. 北非阿拉伯音乐电音新潮，Bar de Lune的ARABICA系列是进入异乡大门的通行证。
02. 1991年秋冬女装系列，时值大师创作高峰期，绚丽妖娆斑斓炫目。
03. 十年前买下的一副GIGLI眼镜架，橄榄绿、粗框，不知怎的直到去年才配镜片使用。



04.

05.

06.

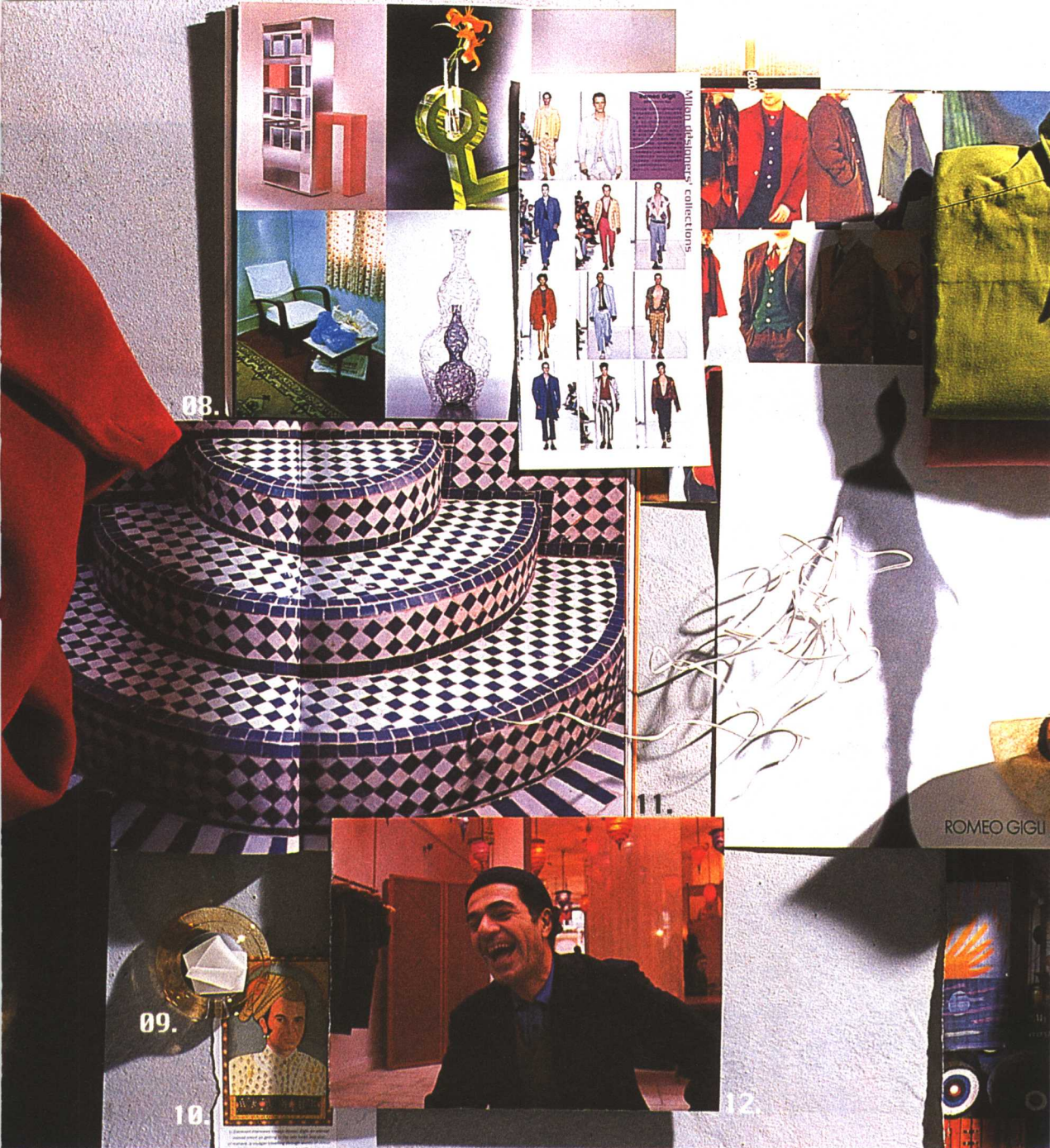
07.

04. 1990年秋冬男装目录的地球人拼贴，唤起本就色迷迷的一票男生重新感应颜色拥抱世界。

05. 移居纽约多年的意大利老乡，自小心仪的画家 Francesco Clemente 同样游走异域，把早年在印度生活的感官经验——写成诗变成画。

06. 不顾一切买下心头好，GIGLI大红绒长大衣披身，宣布每天都是节日。

07. GIGLI的宣传卡片上泼墨泼出淋漓天际，勾画上小小一架飞机，全速尽情漫游。



08. 另一位意大利家具设计师Andrea Anastasio, 印度取经十数年, 以各种当地材料变化出属于未来的家用品, 多元文化孕育的精灵在这里现身, 叫人惊讶都来不及。

09. 送给身边伴的一瓶唤作Romeo的香水, 阿拉伯风的旋风宝瓶, 叫人着魔出神。

10. 把Gigli先生工笔彩绘成印度王子, 其实相当配衬。

11. 来回走过多少这样的摩洛哥阶梯, 当异国情调已经转化成日常生活……

12. 对世界永远充满好奇, 对世间人事种种永远积极乐观, 笑, 其实也是一种厉害武器。



13.



14.

13. 好久都没有穿上这一身鲜艳，只是依然相信旧情未变。

14. Romeo Gigli的米兰自宅，一室都是来自世界各地少数民族部落的装饰艺术品，生活在他方的当地实践。

延伸阅读

www.romeogigli.it

www.made-in-italy.com

ARABICA I,II,III
vogages into North African Sound
 Bar de Lune, 2002

Ypma, Herbert
Morocco Modern
 London: Thames and Hudson, 1996

Auping, Michael
Francesco Clemente
 New York: Harry N. Abrams, INC, 1985

忤逆阅读

1999年春天，寒假结束，收拾心情开学了。

当这群纽约SVA视觉艺术学校的硕士毕业班学生，终于等到他们的偶像Tibor Kalman为这个学期开的一堂唤作“千言万语”(A Thousand Words)的课，也同时听到一个叫人绝不愿意听到的消息，Tibor患上癌症，而且已到末期。

课并没有取消，只是一群学生必须到老师家里上课了。每节课长达三小时，日渐衰弱的Tibor Kalman看来还是一贯的幽默风趣，还是如此的严谨挑剔。这位从1980年代初开始一直不断颠覆纽约平面设计界，更在1990年代初创办并统领COL-ORS杂志，震撼了全球读者，开拓了杂志图文编辑新方向的极富争论的大哥，在他心里有数的生命最后光景中，还是决定要尽一点心力，指导后辈如何去“看”这个世界，如何用“反设计”的原则与态度去设计个人和社会的未来——

千言万语，在Kalman的理解当中，其实比不上图像的震撼有力，又或者说，精练的语言文字与挑选编辑得细致的图片配合起来，才能发挥最大的影响力。Kalman在躺椅上授课，给学生一张第三世界贫民窟里少年脚踏、手工制作的纸拖鞋的照片，希望学生由这个影像延伸发展出一本用既有档案照片编成的书，目的是训练学生如何用图像作思考工具，如何暗示如何导引，一些看来无关宏旨、表面上互不相干的影像画面，其实有千丝万缕的潜在联系，“看”就变成一种主动的刺激、有趣的“阅读”。

“我们常常不用眼睛来看，我们只愿相信我们已知的，却忽视了我们看到的”，“不要接受任何所谓对的正确的真的，永远要问个究竟，做你自己的选择，要做最好最好的选择，对它如自己的亲生”，“你在任何一个图像中最能够发现的，是你自己，你怎样看，就是你做人的态度”……在学生面前，Kalman随口就是这样精辟的金句。他很凶，扮演的

不是一个慈祥长者，但那些被他“奚落”过的学生如今都极度怀念这位挑剔的老师。上过他最后的课的一个男生Matthew Gilbert十分感激Kalman：“他是我生命中的触媒催化剂，我现在能够随心所欲地随时重整重组自己，都是因为他曾经狠狠地踢我一脚。”

怀念他感激他的当然不只是他的学生，他的长期战友和生活伙伴、插画家和作家妻子Maria Kalman，他的异父异母异国兄弟、共同创办COLORS的搭档Oliviero Toscani，他在纽约设计界艺术界的响当当的弟兄姊妹如设计师Richard Pandiscio、评论家Steven Heller、出版人Ingrid Sischy、艺术家Barbara Kruger和Jenny Holzer……都会在日常笑谈中忆起这位收藏炸洋葱圈、打蛋器和苏打粉的怪叔叔，忆起他们在1960年代在纽约大学念书时积极反越战的热血激进。他众多的客户们也肯定会记得某年圣诞收到一个由Kalman的设计公司M&Co寄出的礼物盒，里面有一罐苹果汁、一份三明治和一小块牛油蛋糕。这跟纽约慈善团体在节日发给街头露宿者的节日礼盒内容完全一样，只是当中再附有一张二十元美金钞票，建议大家可以选择用这钱在高档餐厅中吃一客汉堡，或者捐赠给十八位街头露宿者，让他们共享圣诞大餐。这位叫人又爱又恨又尴尬的Kalman先生，相信最好的设计会叫人奋起行动而不是一味消费。

作为他的长期追随者，特别是他亲自领航的头13期COLORS的忠实读者，我对这位“忤逆任性的乐观主义者”（老婆Maria对老公Tibor的评价），对他的敢言敢行，以颠覆和建设为己任的作风，实在佩服不已。还记得在1980年代中初次接触到他为流行乐团Talking Heads设计的醒目唱片封套，在亲自监制的音乐

录像带中把(Nothing But)Flowers的歌词投射到主唱David Byrne的大头上，浮动的文字一脸都是，八卦的还是设计学生的我查出了这都是一位叫Tibor Kalman的家伙的杰作。不久又在图书馆的杂志中看到 he 领导的设计团队M&Co的古怪产品：一批挂墙的圆形时钟，简单不过的白底黑字黑时针分针红秒针银框盘，可是细看都是捣蛋反叛的玩意。当中一个钟面所有的钟点数字都乱了顺序，时空错乱啼笑皆非，另一个钟面只有一个5字，无时无刻提醒大家该下班该回家该去玩了，再又一个钟面的数字都是失焦模糊的，是工作得太累有点儿眼花了吧。面对这些日常器物的变态版本，都叫人重新审视什么叫正常，为什么我们需要幽默。

1990年代初Kalman一度被委任为INTERVIEW杂志的创意总监，继Fabien Baron之后又将杂志的版面设计风格带到另一个高潮。紧接下来就是轰动一时、议论纷纷的COLORS杂志。

这本由意大利服装集团BENETTON投资支持的杂志，在总编Oliviero Toscani和主编Tibor Kalman的沟通共识下，与BENETTON当年沿用至今的“Colors of Benetton”集团形象口号巧妙配合，但杂志却绝不是一本塞满自吹自擂的自家广告目录。翻过COLORS的读者都知道，每期以一特定专题贯通全书的编辑方法，在当年是首开先河的突破。七八种语言对译五个版本，用上大量档案图片配上精简图说文字，触及的内容如“艾滋病”、“旅行”、“运动”、“生态”、“血拼”、“大堂”、“宗教”、“街头”、“种族”、“性”……等等既普及又具争议的选题。Kalman并不是要做一本潮流时尚杂志的主编，他日思夜想的梦幻理想职位是1957年前的LIFE杂志主编。他简直崇拜当年的LIFE，也希望把他喜爱的NATIONAL GEO-