

# Measuring Exhibition 计量物·打量家

【文/桃之】

家,是一个很温暖的词。你又是如何来“打量”这个属于自己的小窝的呢?要舒适、干净、个性、温馨?几乎所有人都首先会从功能角度出发,而这次,让我们来一次重新发现之旅。

作为中国工业设计博物馆“家系列”的品牌自策展,“家·量”2016上海展,用来测算伟大却平凡的各种家庭设计,并给大家带来一个似曾相识的感觉。所有物品都是我们熟悉的家居用品,一把椅子、一个饭盒、一枚相框甚至一个伞下的阴影……可是,当这些平凡事物被那些精确到0.01cm的数据一一表现出来时,我们又看到了在习以为常的产品之后,曾经让我们视而不见的设计。

这是一场愉快而奇特的创新视觉之旅。近300件展品分为:触手可及、触感可知、触玩可乐三个单元展示。我们的家被日常用品填满,它们包含了长度、宽度、高度、面积、重量和容量,在第一个“触手可及”单元,你会发现它们隐藏于日常设计的背后,不但深植于工业化生产,而且杂糅在多样化的文化之中。比如,令人印象深刻的一个展区——策展人用900个格子代表人一生的时间。据世界卫生组织给出的数据,中国的总体预期人均寿命是75岁,刚好900个月。在这900个“人生格子”中,你去看望父母的时间占几格?在孩子上幼儿园前,你陪伴他的时间又有多少格?在那些密密麻麻的黑白格子间,策展人用醒目的彩色格标出了这两段时间,相信每一个看到这个画面的人都会惊讶于它们是如此之少。时间是个线性的量,我们对它太熟悉了,熟悉到没怎么好好想过,当人的一生时间被放在一张纸上,通过面积的方式,展示出它的“大小”,你一定会被这样的直观解读震惊到,进而有了自己的感悟。

“家·量”2016上海展,除了有“触及”心灵的内容,还有“触发”兴趣的部分。当我们走到第二单元,一面时钟墙时,你会发现日常熟悉的一些事物被换成“时间”的演绎方式。比如,一支铅笔的长度,变成了时钟转动一小时;一幢15层楼高的大厦,也许要时钟走上10天;而上海到台北的距离则变成了人的一辈子……在这里我们能很清晰地感受到,设计,不仅是再次创造,更是人对熟悉的事物,转换新的视角,打开新的脑洞,重新出发的一次旅行。

MUJI艺术总监原研哉曾在书中这样写过:创意并不是要让人惊异它崭新的形式与素材,而应该让人惊异于它居然来自看似平凡的日常生活。“家·量”2016上海展,也许就是让我们换一个角度,换一种思路来计量物,打量我们的家。



QA

生活周刊 × 葛斐尔

“家·量”2016上海展策展人

Q: 通过展览,参观者会对那些习以为常却视而不见的设计有了更清晰的认识,作为策展人,您觉得“好的设计”究竟是怎样的?

A: 我的整个展览试图把“家”以及“量”发挥到极致,表达所有我们能表达的视而不见以及熟视无睹,所以不同的观众会对不同的展品有不同的偏好,这个和每个人自身的生活体验相关。就我个人而言,时间类的展示是我最喜欢的,我设置了不同的方式来将“时间”这个量进行转化,(有的转化为面积,有的转化为长度)每一个都会带来不同的感受。作为策展人,我有义务去延伸观众的思想并把它表达出来,这是我的工作。好的设计就是,当观众看到我创意的展品时,心里会想:“对对对,就是这样,这件作品把我心里一直没想清楚的表达出来了。”

Q: 在“触感可知”单元的“重新出发的旅行”中,策展人觉得哪一个展示最能引发深思,为什么?

A: 我想,日常生活中的一些常见的量是我们不那么熟悉的,会稍微涉及到一点相关的知识,比如硬度,比如CPU的规模,我希望通过一些比较特别的展示方式来让大家对这些量,有一个基本了解。说到CPU,摩尔定律发展到今天依旧有效,希望大家能回顾一下这个领域的发展历程,“重新出发”,我特别提到这件展品,我们现在不离手的手机,它的大脑其实已经发展到了多么惊人的程度,而且,很多古董级的CPU实物会通过一种熟悉而又陌生的方式呈现在观众的眼前。

Q: 在最后一个“触玩可乐”单元中,折叠和模块的概念引发更多的互动,这对参观者进而了解居家设计理念有什么帮助?

A: 这个展示确实有比较强的互动性,同样一件物品,体积不变,但是折叠起来你就会发现,怎么这么大!我想大家搬家的时候也有类似的感觉,怎么这么多东西?其实在家居设计中,设计者经常考虑这些问题,但是消费者很少去想,因为很多东西放在那里就是单一的形态,比如地毯,它就铺在那里。我希望观众能有机会,站在设计者的角度去思考一下。我没有提供答案,但相信你参与过之后就会得到答案。