

室內 Interior

MIXING WOOD TONES

爾雅木質

設計 王華妮 朱俊勵 董家寶 董甜甜 鍾鼎 邱仕航
吳敏文 陽建勳 楊翔 Marine Bois 張睿 張韜 鄭錚 潘鴻彬 林之豐 甘泰來
觀點 郭宗翰／紅色司迪麥 張育睿／風格之間 方信原／12M—從「沉澱」談起
何宗憲／從心設計兒童空間
報導 設計講座／空間裡的石材魅力 兒童家具—打造孩子的夢想天地

#355
04 2023



4 711378 370409 04

NTD230 / USD22.5

www.interior-mj.com.tw

設計見聞

紅色司迪麥

撰文及圖片提供 郭宗翰

「妳刷牙了嗎？」聽見同學慢條斯理的提醒。

春節前的某日，我與幾位近三年未見的兒時同窗好友聚會，因為彼此許久不見，氣氛熱絡，不知不覺待得較晚，直到友人女兒的睡前時間，夫妻倆陸續提醒女兒準備進房睡覺，年幼的小女孩對我們禮貌道聲晚安，接著轉身進房，腳步才走到房門，她的爸爸媽媽突然問道：「妳刷牙了嗎？」看似尋常的提問，卻讓當下的大夥十分在意，正因為同學夫妻二人都是牙醫，對於刷牙的標準自然非同一般。此時，在場的大叔們紛紛起身，放輕腳步地跟在小女孩身後，在浴室門口看她刷牙，就像是觀賞專業表演般期待，看著小女孩熟練地將牙膏擠在牙刷上，動作精準俐落，接著開始刷牙，大夥的讚嘆之情引得站在一旁的女孩媽媽笑問：「你們沒看過小孩刷牙嗎？」當大家莞爾自己對牙醫的孩子會如何刷牙的好奇時，小女孩已經靜靜完成所有動作，站在浴室口的大叔們趕緊讓出過道，讓她回房就寢。此時，女孩的牙醫爸爸點出了眾人的疑問：「你們是不是在納悶，她為什麼沒像電視上牙醫教的方法仔細一顆顆刷牙？」女孩的牙醫媽媽接著說：「鏡頭前的專業人士，總需要說些複雜的內容來突顯自身專業。但事實上，對於年紀幼小的孩子，要先讓他們建立保持口腔清潔的觀念，在這麼小的年紀強迫他們完成電視示範的潔齒動作，反而太過冗長複雜，容易造成小孩的抗拒，進而完全不想刷牙。」就在這五分鐘的見聞裡，顛覆我以往對兒童潔齒觀念的認知，它出自兩位專業牙醫師之口，並且力行在自己的下一代身上，說服了我。

樸實、純粹、建立正確觀念等基礎功，莫名讓我聯想起 80 年代火紅的口香糖廣告（註 1），廣告裡那句「貓在鋼琴上昏倒了」在當時年輕人之間流傳，這句酷炫但跳脫常理的台詞，最初的原意其實是「新建築正在倒塌中」，經過一次次轉述後，逐漸曲解為「貓在鋼琴上昏倒了」，指出了真相扭曲下的人云亦云。



郭宗翰
2002- 迄今
石坊空間設計研究
設計總監
2005-2011
實踐大學 設計學院講師
2000-2002
香港商穆氏設計 設計師
1999-2000
英國北倫敦大學
建築設計系 碩士
1995-1999
英國倫敦藝術大學
空間設計系 學士
英國倫敦市政府大學
藝術設計 國家檢定

「妳刷牙了嗎？」發生在自媒體盛行的網路時代，但聲量微薄，儘管觀念正確，卻只有在場眾人聽見；「貓在鋼琴上昏倒了」發生在媒體未完全開放的 80 年代，在握有話語權的公眾媒體大量播放，聲量巨大，荒謬卻讓人琅琅上口。我想到，儘管年代不同，一言堂未曾消失，只是以不同形式發生；舊時的一言堂，以箝制大眾言論自由為目的，進行各種行動限制；現今媒體爆炸的年代，一言堂是以不斷放送訊息為手段，用巨大聲量進行碾壓，覆蓋其他訊息的存在。

訊息傳遞背後的目的或意義，正如設計本身只有好壞，沒有對錯，但我以為，設計的態度卻有是非之別，若懷抱正確從業態度，本質上會不斷尋找多元方法解決問題，一步步紮實累積作品，而不是從影像教學、設計書籍來複製答案，或是依賴包裝行銷的捷徑，也許後者能在短期內快速達成目的，但長遠來看，卻也會讓設計產業停滯不前，使全體開始習於等待答案，疏於創造及思索；在設計專業的領域裡，樸實、純粹、建立正確觀念才能長久受用，而非追逐話題時髦卻短暫的流行現象，正如「紅色司迪麥」酷炫下點出的謬誤本質。

註 1. 「紅色司迪麥」強烈的意識型態廣告，無論影像或台詞幾乎與商品本身毫無關係，但在當時尚未完全開放的年代，就像是對抗體制的科學小飛俠，看似前衛廣告，卻點出了流言的可怕，並且觸動大眾對言論自由、推翻教條的渴望，讓它播出之後廣受關注，甚至在群體中發酵成話題。