

《創意都市性：再生陰影中的義大利中產階級》書評 *Creative Urbanity: An Italian Middle Class in the Shade of Revitalization* Book Review

高郁婷* KAO Yu-Ting

《創意都市性：再生陰影中的義大利中產階級》¹（後文簡稱《創意都市性》），呈現一群擁有文化資本但身處後工業境況衝擊的義大利熱那亞（Genoa）中產階級，如何通過探索城市，將自身的興趣、學養和美學感受性轉化成收入來源，進而在新自由主義化趨勢下持續實踐著另類的城市想像。作者艾曼努艾拉·瓜諾（Emanuela Guano）是在美國喬治亞州立大學任教的都市人類學家，關注城市中介的日常生活實踐，及經此浮現的公共領域中的性別化主體、市民權鬥爭，乃至競逐的都市想像（Guano, N.A.）。她的民族誌研究場域有布宜諾斯艾利斯和阿根廷，而熱內亞則比較特別，是她在1991年告別的家鄉——一個於她而言，若繼續留下，則無從追求學術職涯的老城（Guano 2017, 18）。當然，她與家鄉保持著聯繫。本書所描寫的截至1990年之前的熱內亞，因而近似本地人觀點（作者離鄉前），但此後作者則開始以「離散凝視」（diasporic gaze）回頭看待家鄉，並且在2002年展開正式的民族誌研究計畫，固定每年返鄉一次，以民族誌之眼（ethnographic eye）紀錄並梳理熱那亞的變遷（ibid.）。

當代的熱那亞在義大利是第六大城，人口截至2025年上半約56萬人，相比1970年代初期的80多萬人減少約三成，是一座因為產業轉型而面臨經濟危機的典型後工業城市。然而，這樣的熱那亞其實擁有不凡歷史。其最早聚落可追溯到西元前4世紀，早於羅馬帝國。11世紀時伴隨十字軍東征，熱那亞更晉升為當時地中海的港口貿易強權，促成熱那亞共和國的崛起（1099-1797）。二戰後，熱那亞一度也是義大利的工業重鎮，直至1970年代後工業浪潮衝擊，令這座城市偏離了曾有的榮光。

* 國立臺灣大學建築與城鄉研究所助理研究學者

Assistant Research Scholar, Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University.

1 Emanuela Guano. 2017. *Creative Urbanity: An Italian Middle Class in the Shade of Revitalization*. Philadelphia, Pennsylvania, USA: University of Pennsylvania Press.

但是，也是在此艱難狀況下，熱那亞的某些居民開始創意性地參與城市的變遷。瓜諾用以貫穿這些變遷的敘事，是「希望」。她將其定義為一種不分政治光譜、對更好生活的追求 (Guano 2017, 26)，而這聯繫起了結構性力量與個人創造力這兩端。《創意都市性》不含導言與結論共六章，前兩章即描繪「希望」在結構性力量之下的乖張無常。從戰後都市基礎設施的頽敗、以工人生活品質為代價的工業化發展，至 1970 年代，製造業生產停滯、工人失業率驟升，進一步刺激義大利境內本就存在的極右與極左勢力之間的暴力對抗。這一切使得熱那亞墮入了動盪不安的鉛色年代 (Years of Lead)²。同時，義大利社會資源分配深受傳統大家族把持，強調用人唯親，侍從主義和裙帶關係沉痾難解，熱內亞尤甚。這些都導致包括作者在內的受過良好教育的中產階級，感到有志難伸，進而可能選擇出走。在此脈絡下，1980 年代的新自由主義允諾的「才智制度」(meritocracy)，以及 1990 年代後訴諸景觀美化的情感的資本都市主義 (affective capitalist urbanism) (ibid., 55)，反而對這些中產階級透露著希望。他們認為，或可通過新制度的引介確保公平競爭，而城市建設也將促使經濟復甦。但是，這樣的許諾顯然是虛幻的。以 2001 年八大工業國高峰會 (G8) 為例，當時八國代表躲在市中心紅線禁區內的軍事堡壘開會，禁區外則是憤怒民眾與警察之間的暴力游擊戰 — 前者不滿自己的城市日常生活遭到這場奇觀展演攫奪。比如，為了市容美觀，政府下令民眾不得在窗外晾曬衣物。2008 年，金融海嘯令都市再生的希望進一步落空。許多熱那亞中產階級做的是自營小生意，他們陷入了茫然，不少人在這個階段選擇離開。

即使失落一再重複，不論是哪個階段，熱那亞總還是會有一群人，嘗試要將自己在正規就業市場上無所用的文化資本，轉化成可以在落魄老城生存的資源。有些年輕人可能會為了低廉房租入住熱那亞的歷史中心，並在此開設店鋪，販賣手工藝品、自己設計的服飾和特色食品；他們必須對自家商品表現出獨特審美和自豪感，向顧客展現店鋪的文化性，並將其根著於老城的歷史感。新入住的年輕人通常也會積極和在地老店家建立互助網絡，共同抵抗大型購物中心 (第三章)。還有一些女性，她們在拿家中物品到舊物市集販售的偶然經驗中，找到了將人文素養轉換成收入的方法：進入古物販售業。憑著家庭成長經驗中培養的品味和好眼光 (good eye)，她們的古物擺攤漸漸從一種嗜好 (賺取額外金錢)，轉向更為專業化也更費神，攸關家庭生存的事業 (第四章)。還有一群人是徒步導覽

² 以六八學運為開端，從 1960 年代晚期直到 1990 年代，極左和極右勢力之間的暴力武裝衝突，瀰漫整個義大利，深切影響當時人們的日常生活。比如，1970 年代成立的赤軍旅 (Brigate Rosse)，就是當時著名的極左恐怖集團。因為使用槍枝的恐怖攻擊頻發，加上 1981 年一部義大利時代電影即以《鉛色年代》 (義大利原文為 *Anni di piombo*) 為名，鉛色年代遂逐漸成為這段暴戾時期的代稱。

員，絕大多數是女性，她們在 1990 年代還只有遊覽車隨車導覽服務之時，率先積極探索城市歷史和軼聞，向潛在觀眾打開「隱藏之城」（hidden city）。她們藉此開創了自己的就業機會，也打開了城市生活的另類想像。儘管為了操持這份工作，她們得持續在男性化的權威和女性化的社交技巧之間，不斷權衡折衝，維持其導覽員地位（第五章）。

結論前的最後一章是關於兩位女性創設的節慶。她們擁有社會學和政治領域學歷，但對劇場充滿興趣，並且在 1999 年策劃了 *Suq Genova*，希望「利用節慶的戲劇性和感官特質來傳達重要的社會和政治內容」（Guano 2017, 164）。例如，請來義大利廚師進行異國料理秀，鼓勵義大利人跨越烹飪與社會的邊界。或者，在活動中，她們會試圖強調熱那亞古城的許多建築原型，其實源於阿拉伯與拜占庭，從而將被視為「他者」的伊斯蘭文化重新定位於城市歷史的核心。總之，「污染」是 *Suq* 的關鍵字，重點在於不斷識別熱那亞文化中被污染的「根源」，將其作為開放社會的典範：在這個社會中，各族裔不僅可以和平共處，還可以相互欣賞（ibid., 165–166）（第六章）。

於是，儘管熱那亞直至本書出版之時仍舊經濟前景不明，但作者肯定了前述「中產階級」面對困境時為了求生，也為了能在城市與彼此共存，而展現出的創意都市性；城市若存在任何「希望」，就是從這群人謹小慎微的日常生活實踐裡浮現的。易言之，本書的主要貢獻在於**挑戰了都市研究中，僅將中產階級視為消費者的傳統視角，轉而聚焦於他們通過文化商品與服務生產，在貧脊困境下營造城市生活的能動性**。這些徒步導覽者、街頭古董攤販、節慶策劃者等，通過投入自身家學品味、審美能力和身體力行的探索與社交行動，從下而上地重塑了熱那亞的公共形象與城市體驗。他們形成了一個特殊的「創意階級」（creative class），但與佛羅里達（Richard Florida）所描述的追求向上流動的雅痞不同（參見 Florida 2002），熱那亞的創意階級是「剩餘的」（residual），源於城市未被充分利用的知識勞動力；他們會創業往往是因為無法或不願離開家鄉，其努力目標僅是維持一份有意義的生計，而非創造巨大財富。甚至，截至本書寫作的 2015 年，不少書中受訪對象的生活仍是在危殆（precariousness）之中。

據此，《創意都市性》的第二項貢獻，在於它反轉了後工業境況與創意城市（creative cities）批判研究的某些基本預設。這類研究一般認為，後工業城市為了彌補產業缺口，開始採取都市企業主義（urban entrepreneurialism）（Harvey 1989a），並積極將藝術、歷史、設計、創意等能夠展現地方特殊性的範疇打造成文化商品、吸引觀光人潮（Harvey 1989b），而這結果通常是城市內各區域間的不均投資。即使是高度投資地區，也可能因此加劇階級替換，即縉紳化（參見

Lees and Melhuish 2015; Miles 2020; Gill 2025）。佛羅里達筆下，對都市再生貢獻卓絕的「創意階級」（Florida 2002; 2014）—有好品味、懂得享受生活、在意生活環境的品質、有源源不絕的創意、前衛想法和活力，能夠為城市帶來新氣象—作為地方政府意欲吸引到的人才，就經常遭批評是縉紳化的幫兇。瓜諾並未否認這些觀點。但是，通過描繪熱那亞，她也凸顯，「中產階級」和「創意階級」這類在批判研究中與優勢族群扣連的詞彙，其扮演的角色端看實際經驗和地方脈絡而定：這群熱那亞所謂的中產「創意階級」，為新自由主義化浪潮下的老城區提供了維繫日常生活並對其再造的力量。即使有限，他們的確發揮了抗衡不均發展的效果，也因此，研究者不該直接以某些刻板化的概念，輕易將他們的行動意義給解釋掉（explained away）。這也突顯了，**世界各地的中小型城市其都市轉型過程中，文化、創意、歷史等範疇蘊含了與北美「全球城市」藍圖有所差異的實踐意涵**，提醒吾人應對城市文化進行細緻的在地化分析。

本書的第三項貢獻，是對女性實踐都市創意性的方式，打出了一盞難能可貴的聚光燈。當然，女性創意工作者在相關文獻裡不曾缺席，但是，既有研究少有如瓜諾所這般，描繪出一幅整個城市的另類公共生活，幾乎全繫於女性創意實踐的圖景。書中也有經營小店的男性受訪者，但是那些決定首先踏足無人嘗試之境（比如開啟歷史調查和舉辦徒步導覽）、決定跨出家庭走向公共（販售古物），並決定有意識地擴展公共性和大眾參與者（Suq Genoa），皆是女人。瓜諾並未對此性別意涵予以系統性分析。但是，我們可以看到，**這些女性出於生存需求的「創意」，正跨坐在傳統上的私領域與她們逐漸拓展出的公領域之間**—這與那種自始就打著創意創新旗幟示人的雅痞、創意產業從業者，或者是企業家等非常不同。不消說，後者充斥著陽剛氣息。「創意」於他們而言既是商場上的武器，也是等待價值實現的商品。相較之下，本書中女性行動者演繹的創意，不僅旨在橋接個人審美（aesthetics）/感受性（sensuousness）、社會性（sociality）以及生計（livelihood），也是她們在橋接三者的過程中，持續不斷再創造，因而充滿生活感的產物。

放回臺灣脈絡，這也提醒我們須關注創意實踐的性別化意涵。當前國家政策對地方創生、青年培力和文化平權等議題投入的資源漸增，民間也展現活潑能量，能夠創意發想、提案、接案、串聯或創業。但是，這些所謂的「創意」究竟是鑲嵌在何種性別化實踐或意涵之中，召喚的又是何種性別化主體，仍缺乏相關研究。這道題目之所以值得投入，不僅是因為它可能具備女性賦權的象徵意義，也因為它能引導我們去設想，某種不那麼陽剛，真正能嵌入日常生活需求的創意及其另類實踐。

參考文獻

- Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class*. NY: Basic books.
- Florida, Richard. 2014. *The Rise of the Creative Class-Revisited: Revised and Expanded*. NY: Basic Books.
- Gill, Graham. 2025. "Heritage and Entrepreneurial Urbanism: Unequal Economies, Social Exclusion, and Conservative Cultures." *Urban Research & Practice*, 18(2): 196-216.
- Guano, Emanuela. N.A. Emanuela Guano. 2025. "College of Arts & Sciences, Georgia State University." Effective October 11. <https://cas.gsu.edu/profile/emanuela-guano/>.
- Harvey, David. 1989a. "From Managerialism to Entrepreneurialism: the Transformation in Urban Governance in Late Capitalism." *Geografiska Annaler: series B, Human Geography*, 71(1): 3-17.
- Harvey, David. 1989b. *The Condition of Postmodernity*. Massachusetts, USA: Blackwell.
- Lees, Loretta and Clare Melhuish. 2015. "Arts-Led Regeneration in the UK: The Rhetoric and the Evidence on Urban Social Inclusion." *European Urban and Regional Studies*, 22(3): 242-260.

