

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2016.03.017

菲利普·斯塔克的创作特点

吴 卫, 赖诗卿

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

摘 要: 菲利普·斯塔克是简约主义的代表人物, 其设计理念亲民与环保, 希望生活在工业化大生产时代的人们能够用较少的钱买到较好的商品; 其具有跨界设计的思维, 这不但使其设计作品小到简单的生活用品, 大到建筑、室内设计、家具等, 几乎涵盖了现代人们生活的方方面面, 而且使其设计具有较强的创新性; 其设计风格诙谐幽默, 因而其作品能给生活在充满竞争与压力时代的人们带来会心一笑。

关键词: 菲利普·斯塔克; 简约主义; 亲民环保; 跨界设计; 诙谐幽默

中图分类号: J525.9

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2016)03-0093-06

Philippe Starck's Creation Characteristics

WU Wei, LAI Shiqing

(School of Packaging Design and Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: Philippe Starck is one of the representatives of minimalism. His design philosophy is populist and environmental protection. He hopes people who live in times of industrialized production could buy better products with less money. His crossover design thought results in his design works ranging from articles of daily use to architecture, interior design and furniture, covering most of aspects of modern daily life with strong innovation. His works of humorous style could bring about a smile of understanding to people who live in a world full of competition and pressure.

Key words: Philippe Starck; minimalist; populist and environmental protection; crossover design; humor

1 简约主义与菲利普·斯塔克

1919年, 随着包豪斯设计学院的诞生, 现代主义设计趋于成熟。现代主义设计体现出一种理性化的倾向以及形式服从功能的思想, 这种思想和战争后的物质匮乏有关。严谨的现代主义设计到了美国后演变成了国际主义设计风格, 然而国际主义设计到了后期将功能至上推向顶峰, 由于这种功能至上

的设计失去了文化根基, 因而最终被强调装饰、隐喻和象征的后现代主义设计所征服。因此, 到了20世纪60—70年代, 随着西方资本主义社会的经济快速发展, 人们厌弃了同类产品单一的、理性的、千篇一律的外表, 设计的风格开始转向带有人文色彩的后现代主义设计。

然而, 在历史上, 设计风格总是出现从简单到繁

收稿日期: 2016-01-02

基金项目: 湖南工业大学研究生精品课程基金资助项目(KC1302)

作者简介: 吴 卫(1967-), 男, 湖南常德人, 湖南工业大学教授, 博士, 硕士生导师, 主要从事传统艺术符号和高校艺术教育理论方面的研究, E-mail: wuwei_1111@sina.com

通信作者: 赖诗卿(1991-), 男, 福建泉州人, 湖南工业大学硕士生, 主要研究方向为包装艺术设计,

E-mail: woshiwodecai@163.com

琐再到简单的周期性循环。20世纪80—90年代,人们经历了后现代主义设计所带来的过度繁琐的装饰后,又重新开始感受到现代主义设计的魅力,简约主义设计就此诞生。简约主义设计秉承现代主义的设计精神,现代主义建筑大师密斯·凡德罗(Mies VanderRohe, 1886—1969)提出的“少就是多”的建筑设计思想是简约主义设计的中心思想^[1]。简约主义设计可以说是一种减少主义或者极端简单的设计,它遵循的是简单、实用、环保和大众的原则。虽然简约主义设计在设计元素、材料、色彩的运用上达到无比简化的地步,但其表现的却是对繁杂设计元素的简化、对材料的尊重和对色彩的精准追求,它所代表的思维和现代社会提倡的节约与环保精神是相符合的^[2-4]。

菲利普·斯塔克(Philippe Starck, 1949—)是简约主义设计的代表人物,他的设计总是能够在形式和功能上取得极好的平衡,他摒弃了复杂与繁琐,剔除了多余的装饰。然而,其设计的产品,即使只是运用单一的材料也能显现出优越的质感,同时具有超高的性能。因此,与其他简约主义设计师相比,菲利普·斯塔克进入了一个更高的创作境界。

菲利普·斯塔克是一个传奇式的人物,集时尚明星、疯狂的发明家、浪漫的诗人于一身,因此他算得上世界上最负盛名的设计师^[5]。他头脑中总是充斥着许多疯狂的想法,而且经常留着撒旦(《圣经》中描述的与上帝的力量相对的堕落天使,有些小说、影视作品描绘的撒旦是头上有羊角、背上有蝙蝠翼、屁股上有尖尾巴,手拿长柄叉,在烈火熊熊的地狱里折磨人的怪物)的发型(如图1所示,图片来源:<http://domus.blog.sohu.com/144065626.html>),这种“坏孩子”的造型展现了他叛逆的个性。



图1 菲利普·斯塔克
Fig. 1 Philippe Starck

菲利普·斯塔克是简约主义的代表人物,他在设计中不断地做减法,他的设计往往剔除多余的装饰,造型上追求简单的几何形状^[6]。他对设计的思考非常深入,且其创作视角总是新颖独到。他的设计理念亲民与环保,在工业化大生产的时代,他希望人们可以用较少的钱买到较好的商品;他具有跨界设计的思维,他在设计中应用各种要素及符号,并使它们相互影响,从而产生出经典的设计作品;他的设计风格诙谐幽默,因而其作品能给生活在充满竞

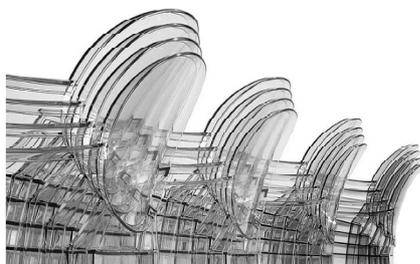
争与压力时代的人们带来会心一笑。

2 亲民、环保的理念

菲利普·斯塔克总是把自己当做一名普通的消费者,这使得他在设计中能够一直贯彻亲民化、大众化的设计思想。菲利普·斯塔克能把艺术带给民众,让人们平等地享受设计与工业化带来的成果。他不像其他著名设计师一样把精力专注在昂贵的奢侈品设计上,而是专注于日常生活用品的设计,且他倾向于大批量生产商品并强调将其市场化。“路易幽灵椅”(louis ghost chair)(如图2所示,图片来源:<http://hivemodern.com/pages/product18/kartell-philippe-starck-louis-ghost-chair>)就是菲利普·斯塔克亲民化、大众化设计思想的体现。



a) 路易幽灵椅与小提琴



b) 路易幽灵椅的存放

图2 路易幽灵椅

Fig. 2 Louis ghost chair

路易幽灵椅是菲利普·斯塔克设计并且委托卡特尔(Kartell)公司(“卡特尔”是资本主义社会的一种垄断组织形式,由生产同类产品的企业联合组成。人类历史上第一个影响力遍及全球的“卡特尔”是“太阳神卡特尔”,成立于1924年,成员包括德国的欧司朗、荷兰的飞利浦、法国电灯公司以及美国的通用电气公司,联盟的各个企业有自己生产、制造、经营的权利)制造的。菲利普·斯塔克尽量将诗意融入他的产品设计中,在他的想象和理解中,椅子是有生命的,它们会弹小提琴。“路易幽灵椅”所使用的材料是透明且带有颜色的聚碳酸酯。它算得上世界上最大胆的设计,因为该椅子是通过模具一

次注塑而成。这种设计及工艺,在此之前尚无先例。产品特别的形态要求在生产技术上努力寻找突破口。“路易幽灵椅”的靠背形状像一枚奖章,整张椅子通体透明,似乎脆弱易碎,但实际上椅子的稳定性和可靠性是经得起考验的。不仅如此,由于整张椅子像水晶一样晶莹剔透,从而使得椅子具有了鲜明的个性和超凡的魅力,且由于“路易幽灵椅”的样式重新回到了巴洛克(baroque)风格时代,所以这种带有各种色彩的椅子演绎了巴洛克时代的简约式奢华。在设计的过程中,由于考虑了椅子的整体性,且其所用的材料也是廉价的塑料,所以,椅子不但安全结实,而且价格低廉,充分体现了设计者亲民、大众的设计理念。事实上,与他同时期的许多设计师不愿把灵感和精力“浪费”在不起眼的生活用品上,也很少考虑到在设计的终端将价格做到亲民的程度,而这却在一定程度上更加反衬出了菲利普·斯塔克亲民、大众的设计思想。

环保是当今世界上最为热门的话题,菲利普·斯塔克在时代潮流的推动下设计了欧泰电动车(volteis electric car),该电动车如图3(图片来源:<http://www.tuvie.com/volteis-v-by-philippe-starck-less-and-more/>)所示。



图3 欧泰电动车

Fig. 3 Volteis electric car

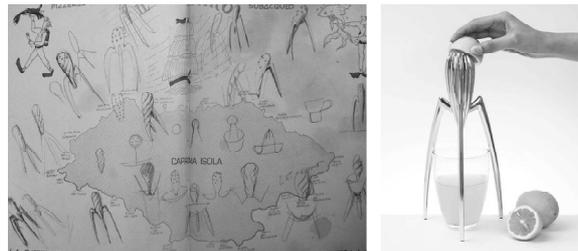
欧泰电动车充分体现了菲利普·斯塔克绿色环保的设计理念。欧泰电动车是为每天行程少于50 km的人设计的,所以在该款电动车设计中,菲利普·斯塔克一直考虑的是“少与多”的问题。它的“少”体现在设计者只是把它当成简单的交通工具,因而其主要构件只是4个轮子和1个方向盘,以表明其功能只是在于运输乘客,因而在外形上极为简单抽象;它的“多”则体现在设计者更多地关注环境,重视产品的人性化,表现出对人与自然关系的思考。目前,人类似乎过于夸大汽车的重要性,如果能够合理使用电动汽车,就会减少对环境的污染。欧泰电动车设计的成功在于它的合理性,在于设计师对“少”与“多”的取舍,并使之在“少”与“多”方面达到了

极佳的吻合。

3 跨界设计的思维

菲利普·斯塔克从一开始就没有把自己设计的内容定义在某个具体的领域。他认为设计是相通的,所以他不仅仅是位杰出的产品设计师,同时也是极负盛名的室内设计师,他甚至可以称得上是一位全能型的设计师。跨界设计(“跨界”一词从字面上可以理解为“跨越边界”,英文“crossover”有跨过、交叉的含义,因此“跨界”可以理解为两个或多个领域间的融合与碰撞。跨界设计的核心在于创新,它需要设计师颠覆传统的思维模式,使不同领域的设计要素与手法相互渗透与交融)的思维方式使得菲利普·斯塔克的设计小到简单的生活用品,比如一个柠檬榨汁机,大到建筑、家具等,几乎涵盖了现代人生活的方方面面。

图4(图片来源:http://blog.sina.com.cn/s/blog_4d28b5350101ey07.html)所示为菲利普·斯塔克设计的柠檬榨汁机。



a) 设计手稿

b) 产品

图4 柠檬榨汁机设计

Fig. 4 Lemon juice extractor design

有时候人们很难理解菲利普·斯塔克设计这个柠檬榨汁机背后的想法,或许他是想通过这种新奇的外形来吸引人们多吃柠檬,而他本人则认为:他设计的榨汁机不应该用来压榨柠檬,而是应该用来启动某种“谈话”过程。因为柠檬榨汁机在外形上可以刺激人们,并从心理上诱发其行为兴奋,然后开始关注并购买;购买柠檬榨汁机后,消费者就有了一次卖弄、介绍它的机会,这就是“谈话”的开始^[7]。柠檬榨汁机是在阿莱西(Alessi)(阿莱西是意大利著名的设计公司,成立于1921年,是20世纪后半叶最具影响力的产品设计公司。阿莱西相信一切产品无论形式、大小,都是创意和科技的伟大结晶,人们常常会将它冠以“梦想工厂”的美称,该公司设计的很多经典产品在今天的设计教科书中常有呈现)制造的,设计的图纸是菲利普·斯塔克用普通的纸巾画的(如图4a所示)。虽然该设计手稿上有许

多费解的标记,但是其不失为是一份很好的设计草图:设计者不但将设计意图清晰地表现在图纸上,而且还展现了其对该产品的推理过程;草图结构明确,明暗关系处理得当,凭着草图就可以很好地与非专业人士沟通。榨汁机上部的材料是抛光铝材,3个支架采用聚酰胺(polyamide, PA),这种材料具有较高的强度,耐热,耐磨损,易于加工,加之该榨汁机外形新颖独特,像是一个外星来客,因而受到了消费者的追捧,成为现代设计的经典。

跨界设计是飞利浦·斯塔克在设计中所追求的理念,他认为设计师不应该在特定的领域搞创作活动,只有挣脱了具体的专业束缚,设计师的创造能力才可以得到更大的提升。遵循着跨界设计的理念,飞利浦·斯塔克的设计除了各种生活用品外,还包括遍布全球的室内设计项目。1999年,约翰·希契考克斯(John Hitchcox, 1962—)与飞利浦·斯塔克共同创建了“优乐”(Yoo)项目(“优乐”一词的意思是“你(you)”,即关于“你”自己的生活、关于“你”的一切),“优乐”的设计理念非常简单,目的是打造非同凡响的、多功能的、超越想象的居住空间。因为“优乐”项目的创建者希望能够通过他们的设计尽力帮助人们打造美好的家居生活,使每个人具有更好、更有意思、更具个性化的居住空间,所以其设计的基础就是尊重个性。在“优乐”设计理念指导下,飞利浦·斯塔克进行了诸多酒店室内设计,图5所示为飞利浦·斯塔克在印度所做的酒店设计项目(图片来源:http://www.starck.com/en/architecture/categories/yoo.html#yoo_pune)。在该设计中,飞利浦·斯塔克想要营造一个乌托邦,而在这个乌托邦里人们可以和谐共处^[8]。图5a所示为该酒店套房会客厅的一角,白色的窗帘、浅色的地板,与扶手上带有托盘的深色宽大座椅及圆形的小茶几形成对比,色彩协调柔和,且空间显得极为闲适。图5b所示为该套房会客厅的另一角,此处洁白的沙发简单到极致,3个不同颜色和造型的茶几所打造的空间气氛与图5a的空间又有所不同。“优乐”项目的实施再一次体现了飞利浦·斯塔克思考问题时的独特视角。追求自由是每个人所渴望的,飞利浦·斯塔克希望为尊重人的个性而设计开放性的空间,为有共同理想的人创造属于他们的社区,让他们能够共同分享相处的时光。这样的设计理念让“优乐”项目遍布全球,也让飞利浦·斯塔克得到了人们的赞誉。或许人们很难将一个柠檬榨汁机的设计和室内空间设计联系在一起,也很难想到它们之间的关系。但是,对于飞利浦·斯塔克来说这太寻常了,因为“跨界”

就是不同的空间、功能、文化、风格间的融合和碰撞,设计师就是要在不同领域中找到其共通性和差异性,并利用它们进行创造性设计,从而找到全新的设计体验^[9]。



a) 会客厅一角



b) 会客厅另一角

图5 简单到极致的酒店套房会客厅

Fig. 5 Hotel suite parlor of minimalism

4 诙谐幽默的风格

诙谐幽默的因素在飞利浦·斯塔克的作品中是十分常见的,特别是他在生活用品和小饰品设计方面,形成了诙谐幽默的风格,从而使这个永远带着自嘲式微笑的法国设计师成为了众多时尚人士追捧的对象^[10]。

如图6(图片来源:<https://item.taobao.com/item.htm?spm=a230r.1.999.6.4bkaaO&id=38196996389&ns=1#detail>)所示的埃尔(Ara)台灯便能体现其诙谐幽默的设计风格。埃尔台灯是由飞利浦·斯塔克设计,并委托意大利弗罗斯(Flos)公司(弗罗斯公司建立于1962年,主要生产现代风格的装饰灯具以及商业性的照明灯具,该公司成立之初所设计生产的灯具已经成为了意大利现代灯具的经典产品)生产的。埃尔台灯有一个较重的底座,最上面是可调节角度的、抛光的镀铬牛角型头部,中间是锥形的支撑部分,只要移动头部的牛角就可以开关台灯:牛角尖向上为开灯,牛角尖向下为关灯(如图6所示)。飞利浦·斯塔克将诙谐和幽默的元素放进这件产品中,并成为了这件产品的核心。他在设计该产品时思考的并不是产品本身,而是该产品的使用者。埃尔台灯的设计似乎让人们感受到了人与动物——牛的友好相

处,因而充满了童趣。在该台灯的推广海报中,调皮的设计师手拿两只铮亮的牛角灯放在头的两侧扮演公牛(如图7所示,图片来源:http://blog.sina.com.cn/s/blog_7d28bb260100sp59.html),展现人和产品之间的密切关系,也通过这种关系传达出产品的情感化因素,逗乐的、幽默的因素开始由产品中传达出来。看到这张海报,消费者会产生发自内心的微笑,也会对这件产品产生购买的欲望^[10]。



a) 开

b) 关

图6 埃尔(Ara)台灯

Fig. 6 Ara table lamp



a) 海报(一)

b) 海报(二)

图7 埃尔(Ara)台灯海报

Fig. 7 Ara table lamp poster

图8所示为飞利浦·斯塔克设计的极为简单的生活用品——斯库德博士苍蝇拍。该苍蝇拍用了一个名叫“斯库德博士”的人脸造型(Dr. Skud fly swatter, 如图8所示,图片来源:http://blog.sina.com.cn/s/blog_64aee4370102uxuh.html),苍蝇拍是由热塑性树脂材料制成的,底部有一个三脚架,色彩上有多种选择。最具有趣味性的是苍蝇拍上斯库德博士的脸,它使得这支苍蝇拍具有诙谐幽默的意味。它的底部是类似爪子的三角支架,可以放在屋子的任一角落。飞利浦·斯塔克喜



图8 斯库德博士苍蝇拍

Fig. 8 Dr. Skud fly swatter

欢在作品中融入个人的情感,并使幽默的、逗乐的成分在设计中逐渐成为主导。如这苍蝇拍,当人们在拍打到苍蝇后,见到的是斯库德博士的脸与苍蝇的对视,这情境足以让使用者情不自禁地产生快乐情感。

5 结语

在不同的时代及不同的生产力条件下,人类会有不同的思维,表现不同的价值诉求,而设计的风格就会在这种诉求的推动下因时而异,因而设计师对设计本身的探索和研究也是永无止境的。由于现代生活节奏的加快,人们希望摆脱复杂与繁琐,追求简洁与单一,而简约主义风格恰好顺应了人们的心理诉求,传达着人们内心的想法,设计师也应迎合时代的需要,与时代的步调合拍。

飞利浦·斯塔克恰好是契合这个时代需求的设计大师,他的设计和思想在简约主义风格下得以充分体现。飞利浦·斯塔克一直追求完美,他在设计上追求最完美,追求着产品与人最好的契合点。飞利浦·斯塔克是一位明星式的设计师,他喜欢出现在公众场合,并在此场合下表达自己对设计的看法,从而在大众中争夺话语权和担任指挥官的角色。飞利浦·斯塔克的环保理念使得他的设计同时是亲民的和大众化的,大多数人都可以享受其设计带来的饕餮盛宴。飞利浦·斯塔克不会把思维局限在单个领域的设计上,他认为设计的内容是相通的,各种符号和元素在设计中是相互联系的,这种跨界设计的思维使得他设计的作品非常广泛。他喜欢用诙谐幽默的手法表现内心的诉求,由此出发设计作品,并能使人从他幽默的作品中感受到快乐。在思考和行为上,飞利浦·斯塔克总是表现得与众不同,因此他不愧为鬼才设计师。

参考文献:

- [1] 黎浩. 简约主义: 现代设计的风格倾向[J]. 高教论坛, 2004(5): 165-166, 173.
LI Hao. Simplism: The Trend of Modern Design Style[J]. Higher Education Forum, 2004(5): 165-166, 173.
- [2] 姜川. 论“这样就可以”的绿色包装设计观: 以日本食品类包装为例[J]. 包装学报, 2014, 6(1): 89-92.
JIANG Chuan. The Green Packaging Design Concept of "This Is Enough": Base on Japanese Food Packaging[J]. Packaging Journal, 2014, 6(1): 89-92.
- [3] 黄奕羽, 吴卫. 论永井一正海报设计风格的演变[J]. 包装学报, 2015, 7(3): 73-77.

- HUANG Yiyu, WU Wei. On the Evolution of Poster Design Style of Kazumasa Nagai[J]. Packaging Journal, 2015, 7(3): 73-77.
- [4] 尹少卓, 吴卫. 论胜井三雄作品特色[J]. 包装学报, 2015, 7(1): 82-86.
- YIN Shaozhuo, WU Wei. Characteristics of Works of Mitsuo Katsui[J]. Packaging Journal, 2015, 7(1): 82-86.
- [5] 黄艳丽. 世界现代家具设计师100名: 三十三[J]. 家具与室内装饰, 2009(12): 28-29.
- HUANG Yanli. Top 100 World Distinguished Modern Furniture Designers: 33[J]. Furniture & Interior Design, 2009(12): 28-29.
- [6] 冯丹. 简析极简主义的设计风格[D]. 沈阳: 沈阳师范大学, 2013: 12.
- FENG Dan. Paring the Minimalist Design Style[D]. Shenyang: Shenyang Normal University, 2013: 12.
- [7] 黄淮. 触“物”生情: 情感赋予产品新生命[J]. 大众文艺, 2009(22): 136.
- HUANG Zhun. Touch “Things”: Emotion to Give New Life to the Product[J]. Popular Literature and Art, 2009(22): 136.
- [8] MARTELLI Samuele. 超越想像的生活空间 印度普纳 Yoo 设计酒店[J]. 许科, 译. 室内设计与装修, 2011(5): 52-56.
- MARTELLI Samuele. Beyond Imagination, Yoo Inspired by Starck in Pune[J]. XU Ke, Translated. Interior Design Construction, 2011(5): 52-56.
- [9] 宋江超. 跨界设计思维研究[D]. 南昌: 南昌大学, 2014: 48.
- SONG Jiangchao. Study on the Design Thinking of the Crossover[D]. Nanchang: Nanchang University, 2014: 48.
- [10] 曹昊, 张妹. 菲利普·斯塔克设计理念探索[J]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2011, 25(3): 117-120.
- CAO Hao, ZHANG Mei. Exploration on Philippe Starck's Design Concept[J]. Journal of Hefei University of Technology (Social Sciences), 2011, 25(3): 117-120.

(责任编辑: 蔡燕飞)

(上接第92页)

- [4] 芦原义信. 街道的美学[M]. 尹培桐, 译. 北京: 百花文艺出版社, 2006: 31.
- ASHIHARA Yoshinobu. The Aesthetic Townscape[M]. YIN Peitong, Translated. Beijing: Flowers Literature and Art Publishing House, 2006: 31.
- [5] 陆琦. 传统民居改造更新与持续性发展: 从化松柏堂古村落改造设想[C]// 华南地区古村古镇保护与发展(广州)研讨会文集. 北京: 中国学术期刊电子出版社, 2008: 22-28.
- LU Qi. Renovation of Traditional Houses and Sustainable Development: Reform Ideas of Conifers Ancient Village of Conghua[C]//The Workshop of Town in South China Village Conservation and Development(Guangzhou). Beijing: China Academic Journal Electronic Publishing House, 2008: 22-28.
- [6] 郑阳. 论景观艺术设计学科的内涵[J]. 装饰, 2005(3): 8-9.
- ZHENG Yang. On Connotation of Landscape Design Subject [J]. Art & Design, 2005(3): 8-9.
- [7] 业祖润. 北京民居[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2003: 309.
- YE Zurun. Residential Buildings in Beijing[M]. Beijing: China Building Industry Press, 2003: 309.
- [8] 焦健, 刘小燕. 当代江南水乡民居建筑设计的思考[J]. 湖南工业大学学报, 2014, 28(2): 87-91.
- JIAO Jian, LIU Xiaoyan. Reflections on Contemporary Residential Building Design in the Yangtze River Delta[J]. Journal of Hunan University of Technology, 2014, 28(2): 87-91.
- [9] 成婧欢. 皖南古村落及其民居建筑艺术对现代设计的启示: 以西递、宏村为例[J]. 包装学报, 2015, 7(2): 79-84.
- CHENG Jinghuan. Enlightenment of Vernacular Architecture of Ancient Villages in Southern Anhui to Modern Art Design: Taking Xidi, Hongcun as an Example[J]. Packaging Journal, 2015, 7(2): 79-84.

(责任编辑: 蔡燕飞)