

BUILT FOR SPEED?

MARC NEWSON

与收藏家的对谈

撰文 Adam Lindemann
摄影 Rob McKeever
图片版权 Gagosian Gallery New York
翻译 Shirley Tang 编辑 Luluc Huang



说

实话，我从多年前就是Marc Newson的粉丝。他在设计界地位特殊：他有知名度、长相佳、由世界最大画廊高古轩代理，还是一位经常飞来飞去的国际名流。以上的形容或许显得相当俗套，但是请想一想，工业设计界之前有出过超级明星吗？我们有明星艺术家、明星建筑师、摇滚明星和电影明星，但是设计界从未有过明星。当提起Buckminster Fuller、Jean Prouve或Charles Eames时，你不会想到跑车、快艇、梦幻飞机；而Newson就凭借这些创造出前所未有的影响与地位。他在澳大利亚出生，在悉尼、伦敦与东京学习之后，逐渐闯出自己的名气，成为多样化的设计师：澳洲航空公司Quantas Air的“skybed”座椅、Alessi公司的炊具、在十多年间设计的数家热门餐厅，包括伦敦的Coast与纽约的Lever House。他设计的手工制造限量版家具连年打破拍卖纪录。他的代表作1986年的“Lockheed Lounge”（一张闪闪发亮的流线型躺椅，仿佛专为时尚的宇航员设计）在去年5月Philips拍卖中拍出超过200万美元，丝毫没有受到最近经济危机的影响。

当然，Marc并非世界上唯一的杰出设计师；我已经学会同时热爱同时代的其他几位设计师，包括Jasper Morrison、Ron Arad等等，我甚至正在写一本关于这个话题的书。不过，Marc Newson的作品与传统设计不同，存在于一个相对独立的空间。这并非由于他有着游遍全球夜店的享乐主义者名声（尽管正如我们看到的那样，这些名声不无帮助），而是因为他的一只脚立足于工业设计，一只脚立足于艺术界，还有第三只脚立足于奢侈界。他不但能重新设计一只橡胶门挡或一把塑料椅，他也同时为Dom Perignon香槟、积家表、福特汽车及欧洲航天局设计。



Adam Lindemann

Adam Lindemann是一位私人投资家，是当代艺术与设计领域内重要的收藏家。他曾撰写《Collecting Contemporary》一书并由Taschen出版社出版，被认为是2006最受欢迎的艺术书籍。

高古轩画廊在秋天举行他的展览“Transport”（展品包括一台轿车、一条快艇、一台喷射器及一辆自行车）。我希望亲眼看看他的全新快艇“Riva speedboat by Marc Newson”（限量20台）是否不负于展览前的炒作，不负于它想要呼应的1962年原版Riva Aquarama红木快艇的古典之美。参观这次展览正是一次完美机会，去听他谈谈是什么让他显得如此与众不同。

（Adam Lindemann=AL Marc Newson=MN）

AL：为什么把一条价值150万美元的快艇放在画廊中？

MN：我喜欢把快艇、飞机等类似的东西放在画廊里……我认为最有趣的是把这些对象从它们的背景中抽取出来。我喜欢重新定义事物的背景，例如把一条快艇拿出来放在画廊中，又或是把飞机拿出来放在画廊中。……这些事物通常都出现在可怕的贸易展会中——像劳德代尔堡游艇展、底特律车展等——我认为在那样的背景中没有办法对它们做出评判；我的产品在那种环境中是行不通的。

AL：你的新版Riva看起来挺像原版的；这不会只是一个“Marc Newson”授权计划吧？

MN：这是重新设计，也是重新诠释。我喜欢与有着真正历史的品牌合作。Dom Perignon就是一个好例子，因为我不是雇来浪费时间重复发明的。这些品牌有着强烈的DNA，是标志性品牌，必须非常小心地处理。设计师的工作并不总是从零开始设计；实际上，大多数时候都不会如此。更多时候我们在一定的规范内工作；实际上我就喜欢这种工作方式，因为这才是设计，就像把各个点连结起来。

AL：经过最近的全球经济危机后，你觉得奢侈正在重新定义吗？

MN：我相信付出与收获是相当的。若你买下一件昂贵而精工细作的东西，决不是对金钱的浪费。我真的很讨厌用后即弃、速买速弃的做法。有些人觉得某些东西很便宜就值得买，但我真的无法认同这种哲学。我欣赏的理念是，买回某样东西后就永远保留着它。

AL：你设计背后的潜在哲学是什么？

MN：我在60年代长大。相信你我都记得当时人类登陆月球。……我觉得我成长的那个年代里有着真正的乐观主义，

相信未来是超现代的乌托邦世界，而非可怕的不确定性。在那时候，如果你跟别人说我们不会再回到月球，忘掉到火星的旅行吧，他们绝不会相信你。结果未来并没有成为那种意义上的超现代世界。我在澳大利亚长大，在非常乐观的环境中成长，那些都是我小男孩时的幻想。所以某种意义上说，我只是在重温这些天真的幻想。

AL：这是否意味着你的设计正带着我们回到过去？

MN：绝对不是。我试图表达的是一种欢乐、愉悦的感觉，一种享受，一种成就感。我常常跟苹果的设计师Jonathan Ive谈起这个。驱动我们的都是一种乐观感，同时还有一种对世界设计现状的愤怒感。就说我也在设计的快艇吧，事实上好看的并不是那么多；面对现实吧，90%的快艇都非常难看。汽车界的情况还要糟得多。……消费者不知道这些，他们只能被动接受，而他们甚至以为自己买到很好的东西，因为现在就只有这些。他们没有别的参照物，现有的都是些难看的東西。现在就靠我们，就靠设计师去给人们一个选择，一个公平的选择。我想那就是我现在的努力方向，为人们提供有吸引力的替代品。■

