



如果說 Marc Newson 是有了好名氣的隔壁班同學，那麼 Gijs Bakker 就不為過地要稱呼他一聲大師兄了！

當跨越了 2005 到 2006 年，在 SM's (Stedelijk Museum's-Hertogenbosch) 展出的 Gijs Bakker 作品展，其實就正好完整示了他從 1958 年到近期金屬飾品創作的歷程。Gijs Bakker 珠寶作品總是以系列的方式呈現出他對於當代議題的一些述。

← Dew Drop Neck Ornament / 1982

Gijs Bakker

大師兄

儘管在設計和文字論述上已近乎分身乏術，但他仍然不曾放棄珠寶設計作品。一如他參與成立的 Droog Design 這個為人所知的組織針對的是產品與當代藝術的介入，他也針對珠寶設計與當代藝術之間的關聯，組織了“Chi ha paura...?” 這個如同基金會一般的國際化團體。針對珠寶設計的项目，廣邀其他設計師以此作為裝飾性訴求之外的媒材，好挑戰珠寶原本給人只是貴重與服裝附屬品的狹隘印象。（舉凡 Marcel Wanders、Konstantin Grcic、Ron Arad、Marc Newson、Marti Guixé……等都應邀其中，像是另一個由重要當代工業設計師組成的飾品副業大本營。）

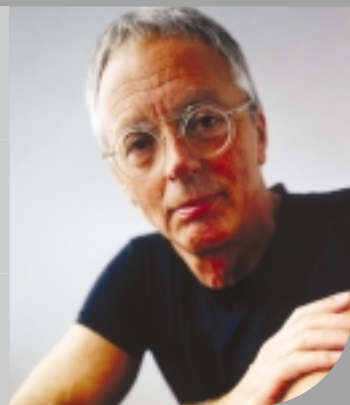
而 Bakker 大師兄本人確實也在一次接受日本媒體的採訪中表示過，珠寶設計的經歷其實讓他在之後受益最多的是相較於一般工業設計師，他更能洞悉商品與使用者之間的情感聯繫，他說：「因為我原本的基礎來自於珠寶設計，儘管我的珠寶設計作品不見得是一般人印象裡的商業珠寶那樣，不過作為一位珠寶設計師的確是我設計生涯的起始，也因為這樣的經歷和軌跡，讓我更深刻地體會人與物件之間的真實關聯，所以你也可以說，人與物件之間的關聯其實便是我在進行所有作品時都持續想要探討的主題，……而且是用我在過往累積下來的邏輯去探討。」



www.gijsbakker.com

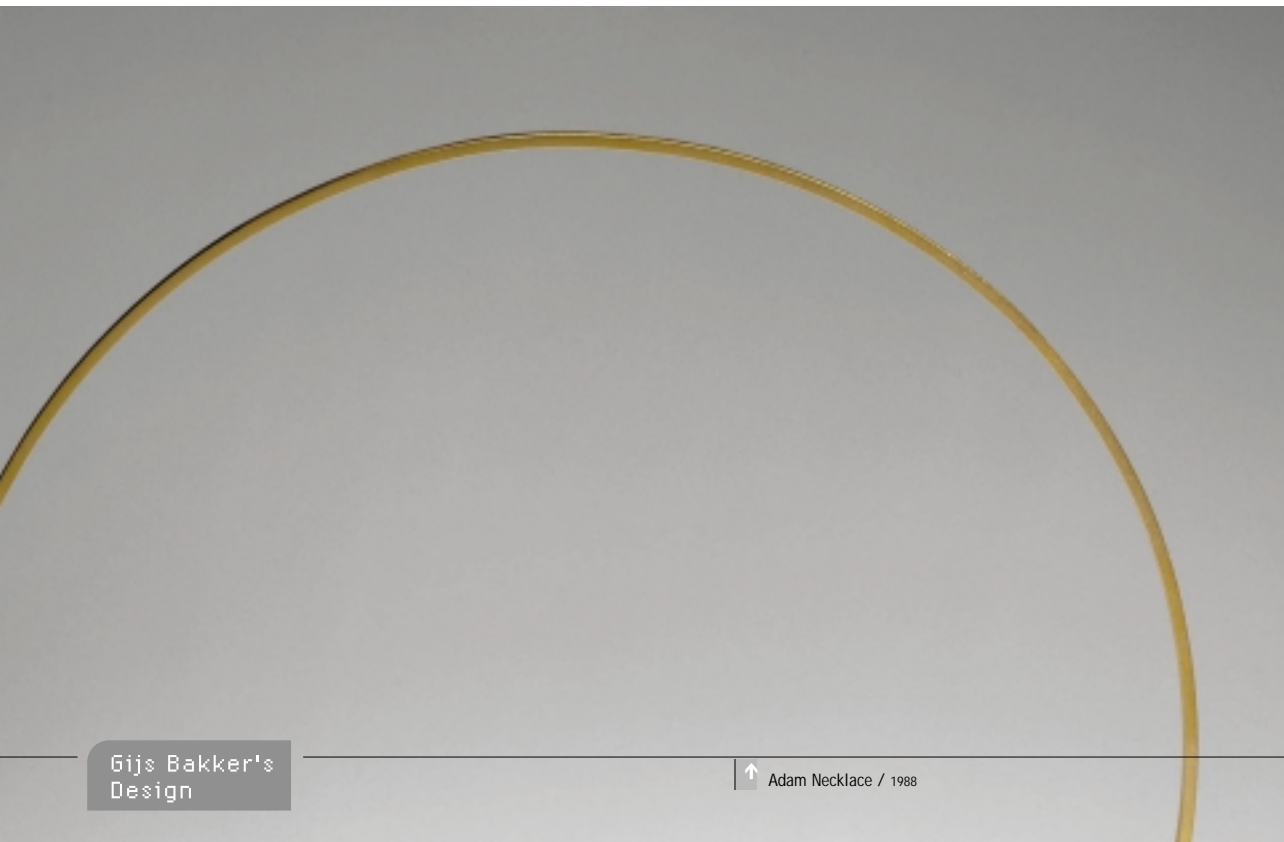
Waterman Droog Design Adam
Waterman Ada Pforzheim
Chi ha paura...?

- > 1942 年出生於荷蘭，研習工業設計與珠寶設計
- > 1966 年與妻子 Emmy van Leersum 一同設計多款實驗性與開創性極高的飾品，挑戰著人們對於「珠寶」兩字的定義，一直到 1984 年 Emmy van Leersum 過世
- > 1993 年與女性設計評論者 Renny Ramakers 一起創立了 Droog Design 設計團體
- > 1996 年又回復了曾經從事珠寶設計的根基，創立 Chi ha paura...? 珠寶設計團體，向世界重要的設計師們邀件
- > 因為 Droog Design 與 Chi ha paura...? 的成立，與其說是設計師，其實他有著更強烈的創見者或創意發掘者的特質



既然 Gijs Bakker 自己都說他個人的作品重點常常著眼在物件與人的關聯上，且看他以一系列黑人人像搭配著鑽石的胸飾：有個黑人捧著水桶高舉將水灑向背部，細鑽恰好便是灑落水珠的款式 (Waterman, 1992)；接著還可見創世紀裡亞當伸著食指頂著一顆鑽石成為墜子的模樣 (Adam, 1988)；不然，一會兒鏡頭則轉成頭部側臉的局部特寫，黑人頭像正伸出舌頭舔噬著單鑽 (Pforzheim 1780, 1985)。作品裡面可以輕易就感應到，他想要表達的再也不只是美不美這一件事

← Waterman brooch / 1992



Gijs Bakker's Design

↑ Adam Necklace / 1988



情，也不再是金屬創作者（或者說所有的創作者）需要刻意著墨突顯的「苦行僧」模式。取而代之的是對於材質在包袱輕了之後的幽默輕鬆：灑落的平凡水珠變成鑽石代表著珍貴的弔詭轉換；亞當伸長手臂做出交會狀卻剛好碰觸到了配戴者的肌膚；側著臉極盡舌頭所長要舔噬的也可能是鑽石表徵的意涵……。

↓ Knitted Maria / 1997

↓ Serring Tray / 2005

↑ Chair with Holes / 1989

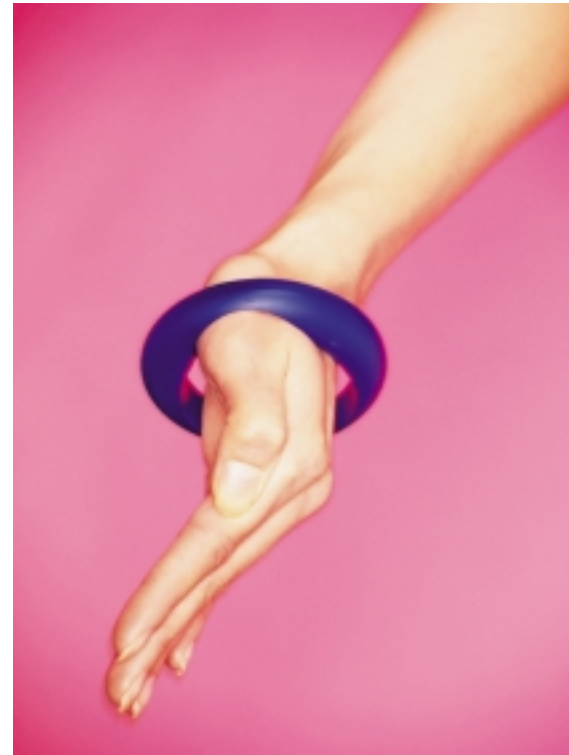




↑ Nose / Marcel Wanders for Chi ha paura...?



↑ CHP10 Moon Walk Necklace / Konstantin Grcic for Chi ha paura...?



↑ CHP06 Shot / Gijs Bakker for Chi ha paura...?



↑ CHP04 Every Body's Friend Ring / Gijs Bakker for Chi ha paura...?

Chi ha paura...?'s Design

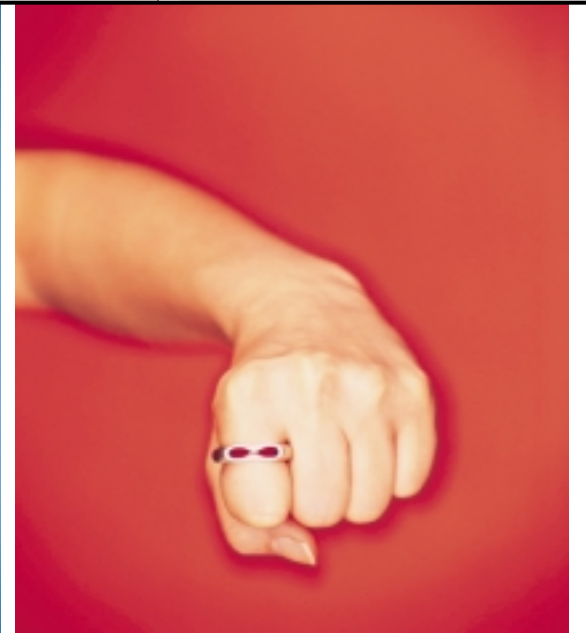
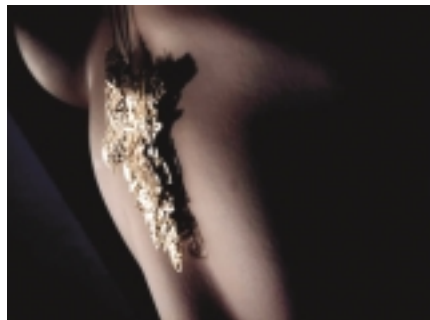
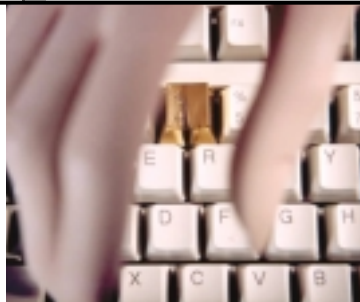
>> www.chihapaura.com

↓ Gold Key \$4 / Marti Guixé for Chi ha paura...?

↓ Branded Soul / Frank Tjepkema for Chi ha paura...?

↓ CHP02 Orgone Bracelet / Marc Newson for Chi ha paura...?

↓ CHP01 Orgone Ring / Marc Newson for Chi ha paura...?



乾的設計、濕的創意

大部分設計人一聽 Gijs Bakker，聯想到的或許就是他與女藝評人 Renny Ramakers 一同創辦 Droog Design，這樣的印象遠遠大過於前文提及他作為「金工設計人大師兄」的身分。

然而他個人在金工創作的理念其實延續催生了 Droog Design 的成形。一開始，其實是他有感於荷蘭在平面設計上一直都給人鮮明而穩定的印象，但是產品設計方面呢？正當他提出這樣的疑問時，1993 年，籌備當時米蘭家具展的 Gijs Bakker 與 Renny Ramakers 因為這些理念的討論而一拍即合，（對照著 Renny Ramakers 總是女強人的形象，讓

人不得不聯想起 Gijs Bakker 在金屬創作的路途上也曾有著也是削著俐落短髮的妻子 Emmy van Leersum 相伴，創作出 Dew Drop 等身體裝飾與實驗意味濃厚的金工史指標作品。）接著便邀請了 24 位設計師一起參與 Droog Design 處女秀而宣告了這個團體的成立。

不過千萬別聽到這兒便將他們斷然地以一個品牌經營般視之，其實相較於品牌操作，Droog Design 其實更近似於一個基金會組織，而或許也因為這樣，所以相較於一般企業打響品牌知名度的目的，他們更顯得有「先做個實驗來看看再說」的味道。這讓我直覺想到他們在 2004 年米蘭家具展裡刻意營造出像是養老院裡人們排隊領食、然後慢食的

場景體驗。如果你因為看到這兒，又再一次斷然的就將他們歸為全然置營利於度外的藝術家性格可又大錯特錯了，因為他們接著在 2005 年一連串的聯展中，（其中當然包括了米蘭家具展。）想要表達的卻又是關於「錢的價值」(Value for Money)。

如同 Renny Ramakers 曾經表示過，在 Droog Design 裡商業機制和銷售不會如品牌操作一樣成為宗旨，而是讓買賣也可以是設計藉著創意思考所達成過程中的一環，所以，對於什麼是荷蘭的產品設計？他們最開始是想要透過實驗找出來；（儘管現在 Droog Design 已經不再是當年強調荷蘭國家特色表現的設計團隊。）再者，什麼是好的設計？他們也



Droog Design

>> www.droogdesign.nl

Renny Ramakers

↑ Droog Salone del Mobile 2004 : Go Slow

↓ Shop and Gallery Droog & Co.



Marc Newson

Gijs Bakker

Hella Jongerius

Patricia Urquiola

Marti Guixé

Ora Ito

Marcel Wanders

Tord Boontje

Jurgen Bey

Tjep.

Ronan & Erwan Bouroullec

Michael Young

Stefano Giovannoni

Rem D Koolhaas

劉小康

No Picnic

028 029

吉岡德仁

Fernando And Humberto Campana

Claudio Silvestrin

Jasper Morrison

Konstantin Grcic

Karim Rashid



想要試探一下；進一步，什麼是消費者認為好到夠引人掏錢出來買的設計？他們更想要藉著展覽中的試驗機制得到些結果。

成立逾8年之久，這一整套機制的實驗儼然已走過了整整一遭，因為Droog Design BV.像是宣告著以Droog Design之名的系列產品，擁有一定的把握由生產到行銷通路都被他們穩穩掌握。而除了握在手上可供量產的設計品之外，Droog Design這個標籤底下另外有2/3強的概念作品，仍持續著他們集體藉著媒體的力量與作用，希望運用設計在產品之外的討論空間，而將其推介給接納性強的客群們。

這中間，他們唯一並不視作實驗之一般熱衷的其實是風

格的樹立，且聽Renny Ramakers在接受*Wallpaper*專訪時講著，「太多設計都太過昂貴且過度標榜著風格，這些並不是我們Droog Design想要追求的，Droog Design要說的不是風格而是一種體悟跟品味，關於好商品的品味。所以我覺得我們所生產出來的產品一點兒都不想要是『有風格』的，……」可是又聽聞道，2005年1月在香港“*What's good?*”設計研討論壇裡，Renny Ramakers作為演講者之一，她首先以“*The human touch*”（人類的觸覺）為論題，講述著設計不該只是「設計物件」，用以說明好的設計不能簡單地以功能性和美學來衡量及判斷，而是應該隨著時間和空間的變化而變化，然而，當演講中有人提

問，為什麼Droog Design的產品售價那麼高？她卻頗為強勢而直截地回答：「我們又不是IKEA！」

Gijs Bakker這時候更是抽出寶劍，在日本雜誌*AXIS*訪問中將「乾設計」與極簡主義之間本是莫須有的牽扯一刀截斷，他說：「極簡主義開始於一種針對功能先行於造型之前的思想，正因為這樣的想法所以導致所有設計在最後都導向讓每一個作品其中的物件都以最基本且簡化到不能簡化的面貌去表達，可是Droog所進行的每一個案子，我們都不傾向嚴格的論述，而是儘可能將中間可以被討論的範疇擴大……所以其實簡單來講，對於設計，我們希望做到的是“less and more”而非“less is more”。」他接著更

← Milk Bottle Lamp / Tejo Remy / Droog Design / 1991

↓ Milk Bottle Lamp / Tejo Remy / Droog Design / 1991





Value for Money Exhibition at Droog @ home / 2005

用了「砧板上的魚」(a fish on a cutting board) 來形容 Droog Design 在設計態度上的絕對隨性且無所形式作為侷限。

或者又如同 Renny Ramakers 所形容的：「Droog 就像藝術評論者在對文化現象作解讀一樣，我們自由，卻也散漫的在解讀著我們所認為的設計。」這些恰巧都呼應他們在網頁與採訪中都直率說過的，要設計師們不要以親自拜訪的方式主動將作品讓他們看到，因為他們相信太過於積極想要加入 Droog Design 的作品，往往都已經預設自己應該趨

近好迎合心目中以為的「Droog Design 會是什麼樣子」。這樣的出發點對他們來講其實早已經背離了「乾巴巴設計團體」其實最希望延攬的是「濕創意」也就是「無設限創意」的美意，且他們更相信，如果作品真的夠 Droog，必會有讓他們自然看見的一天！

設計在現今的社會裡儼然已經變成一種潮流，而這種潮流很大成份不免是建立在高度美學和純熟的技巧基礎之上。與此同時，設計作為「市場工具」的作用不斷被強化，而原本涵蓋其中的文化功能卻正在逐漸消失。

說穿了，Droog Design 此時所提倡的設計中的輕鬆散漫也許正是對上述情形的一種反叛。只見 Gijs Bakker 就像魔戒裡的甘道夫，正不斷地匯聚著設計的力量，從藉著 Droog Design 找到荷蘭產品設計特質的初衷；到反應著全球化而樂於領著設計師們以創意表述當代往未知的設計領域向前衝；而 2006 年 Droog Design 還將邀請時裝設計師作出一系列概念性的服裝展出；甚至就連聖誕大餐的固定形式他們也想要邀食材設計師在 2005 年聖誕夜前夕辦上一場饗宴好作顛覆……總而言之就是什





Value for Money Exhibition at Droog @ home / 2005

麼都來實驗一下、顛覆一下，什麼也都拿來放進提煉爐裡「烘乾」一下。正因為這樣，眼前戴著 Gijs Bakker 自己在 1972 年所設計圓圓眼鏡的他，你怎麼都不會將他與一樣是圓圓眼鏡的第一聯想——哈利波特聯繫上，因為他是 Gijs Bakker，就正是那樣的 Gijs Bakker。

另外值得一提的是，當 Renny Ramakers 率性的說 Droog Design 可不是 IKEA 的同時，Droog Design 的班底設計師 Hella Jongerius 在 2005 年已與 IKEA 完成了一組花器的設計合作，說明著

她個人身為一名設計師對於設計接著量產化的過程得以分享給更多人的愉悅之情呢！

