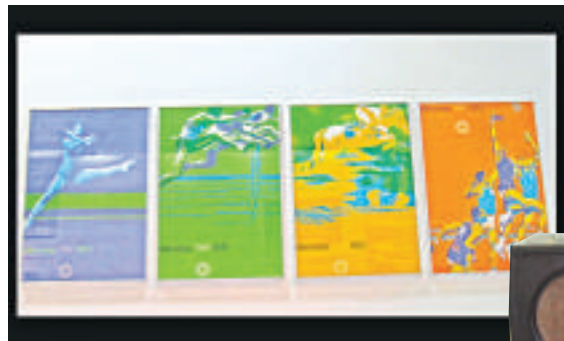


文藝動靜

Culture and Arts



▲已故著名設計師Otl Aicher 為一九七二年慕尼黑奧運設計的海報

▼曾被納粹利用的國民收音機，價廉物美



德國設計

簡約實用



▲Marcel Breuer設計的經典Wassily椅子



▲Adidas經典設計足球

◀Peter Zec提着這張戰後生產的Max Bill椅子，表示它實用又方便

沒有法國崇尚的浪漫，不好意思意大利流行的華麗，卻從不示弱的德國設計，徑自走出一條簡約與實用之路，根深蒂固地滲透各個追求品質的家庭。想想看，Adidas，Puma，Miele，Ghrone，保時捷，奧迪等等歷久常新的品牌，一個個熟悉的標誌上，印載着什麼叫低調、經典、優質、耐用。

著名的德國紅點設計大獎發起人兼主席Peter Zec談及德國設計一語中的：「德國設計風格不會太創新，不會太新鮮，卻是顧客易認得又記得。」

「德國現代設計百年」展廳的門外，左保時捷，右奧迪，像一對「門神」守護着德國設計的榮耀。展場內，按時序介紹德國產品，Peter Zec帶記者們繞個大彎，走到設計的起點，竟然是：馬克思？現場用展版介紹了馬克思的資料。Peter Zec解釋說：「雖然包浩斯在德國設計歷史中是最重要的象徵，德國設計卻是由卡爾·馬克思開始，他的理論，改變了世界，中國、俄羅斯等國都受到很大影響。」

馬克思與德國設計的關連是有點兒牽強，只能證明德國人視其如珍寶，有機會炫耀的場合都要取來「亮劍」一番。

觀念理性 有條不紊

馬克思理論與設計無關，但資本主義與德國設計互相促進，倒是不假。早在工業革命之前，德國已經有大量生產的工廠，如陶瓷、建築等。由Michael Thonet於一八八五年設計的椅子「No.4」，用山毛櫸木結合柳條編結而成，為第一件生產超過一百萬件的傢俬，時至今日仍在出產，銷量更突破三千萬件。

二十世紀初Peter Behrens是最初醒悟設計重要性的人，他受AEG聘請擔任藝術顧問，負責所有構思，如產品、商標設計及建立公司形象，因此他被認為是歷史上第一位工業設計師。連影響德國設計最深遠的Bauhaus學院幾位校長及管理層都會是他的助理。Peter Zec滿臉欣賞地表示，Peter Behrens明白設計

的定義，怎樣建立牌子，也很清楚員工的工作環境，對創作非常重要。

有條不紊的德國人，設計觀念亦很理性，認為藝術、創新，並非最重要的元素。「現在許多瘋狂的設計師，包括香港的，常在講藝術，設計是藝術。但設計與藝術完全不同，這展覽中可讓你看到，在包浩斯學校，建築與設計師都認為，藝術是設計其中一項源泉，但設計又不止於此。」

一九一九年於德國威馬創辦的包浩斯學校，一九三三年被納粹禁止了，短短不到二十年間，建立了設計的新思考，追求極簡美學，實用的思維及設計與其他工序配合的理念，影響德國設計深遠綿長。Marcel Breuer設計的椅子，以一支鋼管扭成，冷硬的鋼配以柔暖的皮，是包浩斯元素的最佳例子，這件椅子靈感來自抽象畫家Wassily Kandinsky，因此也稱「Wassily」椅子。

德國人從沒迂迴或避忌自己犯過的錯，反映德國歷史的國民收音機，沒被藏起來，在納粹時期，極端獨裁者下令按同等規格製造「國民收音機」，並以低廉價格向人民作宣傳。

戰後的德國物資缺乏，設計師為老百姓設計了多用途又輕巧的椅子，Peter Zec一把舉起椅子，說：「那時候每個學生有一個，可作椅又可作桌，還可作書架。對設計的醒覺，令德國經濟後來創造了奇跡。」

紅點設計 全球知名

極愛黑與白的德國，卻創立了全球知名的「紅點設計大獎」，已有五十年歷史，但在一九九一年之前，紅點竟被著名設計師Otl Aicher變成橙色，Peter Zec饒有趣味地回憶這個故事：「一九七二年慕尼黑奧運平面設計及所有紀念品



◀前東德陶瓷名牌Kahla推出天鵝絨面瓷器，有隔熱、防滑、吸音功能

◀早在工業革命之前的一八八五年，德國已大量生產這種椅子

本報記者 洪捷文、圖

，都由Otl Aicher設計。紅色在他心目中是獨裁、政治權力的象徵，他又是反納粹者。因此他把紅點設計大獎的標誌變成了橙色。九一年末，Otl Aicher在電單車意外中死亡。九二年我擔任主席時，把「橙點」轉回紅色，否則，紅點今天未必有這麼成功。」Peter Zec說着毫不掩飾他的自豪。

好的設計，好的製造，卻未必是好的商品，現場展出了失敗的例子，那是平治車廠於一九九八年生產的Smart Micro Compact Car，其概念是Swatch發明者Nicolas Hayek提出，意思是讓年輕人像Swatch手表那樣靈活換色，Peter Zec搖搖頭說：「這駕車每一樣都附合設計成功的概念，但銷量不好。」像許多德國人一樣高頭大馬的Peter Zec望着這迷你車笑言，喜歡欣賞這輛車鮮艷色彩，多過坐在車內。

在德國設計界地位崇高的Peter Zec腦內裝滿德國有關設計的趣味歷史，例如衛浴產品Grohe由兩兄弟分家，各自建立品牌。Hansgrohe喜歡聘請國際設計師，公司本身沒有聘請固定的設計師；Grohe則

相反，擁有專用設計師團隊，相同的是「幾乎每間高級酒店都有他們的牌子用品。」

另一對兄弟分家出來的牌子，是Adidas與Puma。Adidas非常注重設計，能平衡傳統與創意，在二十年內，設計風格不會太創新，不會太新鮮，以迎合顧客較傳統，對易認的牌子產生親切感的心理。

在二十世紀最後十年，柏林圍牆倒下，東西德統一。Peter Zec很欣賞東德的設計。原來，在二戰後東德出產的車到處盛行，甚至比西德車優良，只是其經濟體系行不通，東德商品漸漸減產。直至二千年，東德出品的洗衣機，搶佔低成本市場，「就如以前的中國。」東德陶瓷品牌Kahla，憑其新技術，屹立市場。「有些西德的公司差點破產，這公司卻憑其創意，頑強地生存下來。」

「保持產品特性與一致性，加點創意，但不可太多。」這句話Peter Zec常常掛在嘴邊，是德國設計的嚴門，說來簡單，實行卻不易。



展覽：德國現代設計百年
日期：即日起至三月四日
時間：上午十時至晚上八時
地點：HKDI及IVE（李惠利）HKDI Gallery
網址：http://www.hkdi.edu.hk/hkdi_gallery/gds/

▲保時捷寶藍色911Carrera，在展場門口「低調」搶鏡

穗民間藝術節下月開鑼



▲距今近千年的仁威祖廟廟會 本報攝

【本報訊】記者袁秀賢廣州報道：「老廣州民間藝術節」二月初將在荔灣舉行，內容豐富，其中的「嶺南北帝迎春廟會」將邀請香港歌星和廣州本土明星到場獻唱，屆時，香港歌星關楚耀、孫耀威等抵穗表演，為民間藝術節助興。「水上花市」源自荔灣，其歷史可以追溯到數百年前。明末清初，廣州花市就非常熱鬧，從年三十到元宵期間，花農們沿着珠江河，搖船運送年花，上岸後順着長堤的街邊一直到海珠廣場一帶擺賣鮮花，就是俗稱的「行花街」。

廣州水上花市是荔灣區老廣州民間藝術節的頭炮活動。活動期間，每天都將有花船巡遊荔灣，市民可以乘坐花船、小舟賞花買花，體驗別樣的水上花市樂趣。廣州市道教仁威祖廟，緊靠荔灣湖畔，距今已近千年，歷來是西關、廣州市民、外來遊客和歸國華僑新年祈福、求財神、拜太歲首選。迎春廟會開幕式有舞龍、舞獅和舞麒麟表演。

過年看酬神戲，是老西關傳統的民俗文化之一，善信可在新春祈福吉日到仁威廟會欣賞及點酬神戲祈福。今年將重現這種西關本土文化，祈求新年幸福荔灣，平安廣州，和諧中國。廟會將邀請香港歌星（關楚耀、孫耀威、MR等）和廣州本土明星到場獻唱。

▲「水上花市」源自荔灣，歷史可以追溯到數百年前 本報攝

深大戲寶《西遊記》來港演出

【本報訊】深圳大學表演系導師將率領學生前赴香港上水北區大會堂，重演《西遊記》中唐僧、孫悟空、白骨精等妖、神大戰場面，導演還刻意增添廚師一角，創造人、妖、神的三角混戰，重新演繹《西遊記》。

增添廚師角色

負責改編及導演的深圳大學表演系導師吳熙，一直喜歡經典，是次選擇上演已透過多種媒介演繹的《西遊記》，他說，因為學生活力充沛，外形以至性格都趣怪，但他認為，《西遊記》是最成功的文化傳承，人生閱歷不同，翻看《西遊記》的感悟又會不同。

二月初在上水北區大會堂演出的《西遊記》，繼續講述耳熟能詳的唐僧取西經的故事，即使經歷八十一個劫難，每個劫難都離不開妖魔鬼怪想捕食他，而每次都得到佛祖菩薩拯救，化險為夷。可是，唐僧卻料不到，原來發生的一切事，都是佛祖精心策劃。

「我覺得我們一直在重複做一些事，我們好似在這文化之中。大家即使有意識，我們仍跟着做，必須配合，人就藏在大多數人之中，對個性否定。」畢業

於中央戲劇學院導演系的吳熙認為，這不是政治劇，更不願把佛祖菩薩瞄準為某一個人物、某一個黨派，甚或某一個體制，認為這樣做議題會過於狹隘，他想探討的是宏觀的「慣性思維」。

人妖神三角混戰

吳熙於是身體力行，打破「慣性思維」。在二十一世紀的《西遊記》，吳熙為它添上現代姿彩，創造人物，「戲中我新增廚師一角，這名廚師跟唐僧同是人類，他更是名廚之後，有祖傳秘方可烹調和尚菜，但苦無上肉。他最終跟其他妖怪一樣，要屠殺唐僧！」因而《西遊記》由過去神、妖、魔，變成人、妖、神的三角混戰。

「增添廚師的角色，開始時是想搞活一點，事實上，故事的發展一定會出現僵局，因為妖怪一定殺不死唐僧，同時，妖怪又不敢做因為會被佛祖懲罰，但是，廚師就不同，他更想完成自己的心願。」吳熙說。

廚師會否超越佛祖，將唐僧烹煮？吳熙說，希望觀眾看得開心，觀眾看罷更可以有不同的想法。但是，他仍希望觀眾反思自己是否有慣性思維，有否堅持自己的想法。



▲導演和演員談重新演繹《西遊記》的心得

▶飾演廚師及白骨精的演員選段示範



由「香港戲劇工程」主辦的深大藝術系戲寶《西遊記》節目，為北區大會堂場地夥伴節目製作二〇一三年第一擊。「香港戲劇工程」將繼續為觀眾在上水北區大會堂劇場製作高質素的戲劇作品。《西遊記》曾在深圳公演

十二場，叫好叫座。是次《西遊記》藝術團隊訪港演出後，隨即赴上海公演。

《西遊記》將於二月二日至三日在上水北區大會堂演藝廳公演，門票在城市電腦售票網公開發售。