

THE OUTLOOK MAGAZINE

新视线

creative • g • lifestyle

139

THE OUTLOOK
MAGAZINE
ISSUE 139
DEC. 2013
¥ 20 HK\$ 35



PLAYBOY
花花兔子

同志最时髦

空气动力弹 | 就是要烈

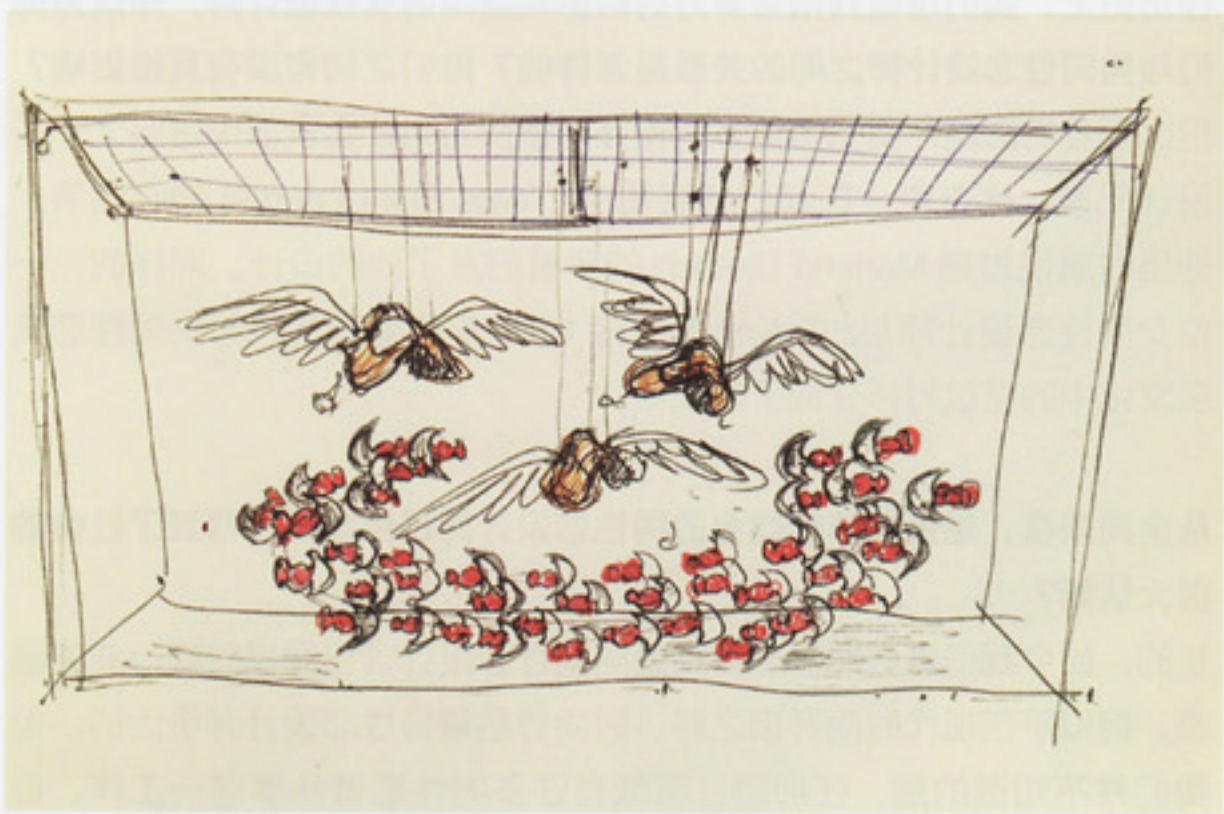
国际标准刊号: ISSN 1671-0649
国内统一刊号: CN11-4462 / GO
全国邮发代号: 46-380

ISSN 1671-0649



23>

9 771671 064059



POETIC WINDOWS

诗意的出口

编辑、采访_Queennie.Y 撰文_Patric 设计_Annsey Zhao

Pamen Pereira

西班牙艺术家 Pamen Pereira 女士的作品涵盖素描、绘画、雕塑、装置、影像等多个领域，作品多以大自然与自身经历为灵感进行重构与创造。



梦幻般的橱窗设计似乎是一扇打通现实和虚幻之间的窗口，引得人们驻足围观，沉浸在橱窗设计师制造的梦境里。对于已经和爱马仕合作多次的艺术家 Pamen Pereira 而言，橱窗打破了现实与想象、有形与无形之间的界限，更像是她表达诗意的出口。在此次爱马仕杭州专卖店橱窗落成的活动上，我们与她进行了一番对话，听她讲述自己如何将生活中的，或所感受到的现实，在橱窗的一方天地里再次创造出另一个令人眼花缭乱的无形世界。

从艺术家跨界到橱窗设计，创作感受和过程会有哪些不同？

当我独自一人在工作室中工作时，雕塑、绘画和充满诗意的物品更具有私密特色和意味；而当我为爱马仕设计摆放在公众场所或私人场所的装置时，会觉得更为紧张，需要付出更多努力，团队合作总能带来全新体验和成就感。

对你来说，一扇橱窗意味着什么？

这是一扇面向全世界的窗口。在与爱马仕合作之前我从未参与过橱窗设计。时任爱马仕西班牙视觉传播部门负责人的 Karen Azzinari 向我讲述了爱马仕的理念和哲学，并邀请我参与西班牙举办的“Carte Blanche”艺术活动。因此，一扇橱窗为我打开了新的艺术探险之旅。从巴塞罗那到台湾、美国、香港，如今又来到了杭州。

我们都知道爱马仕向来在橱窗设计方面是行业翘楚，当你在为爱马仕进行设计的时候，更多地遵从品牌固有的风格还是更多地表达自己？

我想，品牌想象与艺术物象之间存在着千丝万缕的联系。爱马仕亦不断寻求创新，是个擅于与时俱进的品牌，也是其为何特别关注新生事物的原因。我所设想的物象，体现演进，充满趣味，极具挑衅意味，耐人寻味。这一切，皆与诗意有关，令你充满梦想，浮想联翩，而这正是最为引人入胜之处。

这一次为杭州专卖店设计的主题和灵感是什么？

我将此次设计命名为“可见的世界只是一个借口”（The Visible World Is An Excuse），这一主题我已构想数月之久。正如加斯东·巴什拉（Gaston Bachelard）在其著作《大气的梦想》（Air and Dreams）中所述，想象力并非创造物象的能力，而是拥有通过感知改变物象的才能。首先想到的物象，与扑翼飞行并停留在空中的靴子有关。这一想法随后逐步完善，延伸至一群带翼飞马（Pegasus），空中的马鞍变成了飞鸟。诗意的物象中带有动感，释放出自由飞行的力量。这些物象，在我脑海中浮现，就如同诗人信笔写下的诗句；两者对我而言，并无不同。一群正在飞行的马鞍，与带翼飞马无异；而带翼的鞋履，令人想起拥有带翼飞腿的商业之神赫尔墨斯（Hermès）；在爱马仕专卖店的橱窗中，一切都拥有翅膀，能够自由翱翔。这些带翼的物品逐步演化、过渡，与如鱼群般的手工艺工具相融合，令人想起世界的本源——海洋，并向爱马仕手工艺工匠致敬。得益于手工艺工匠和艺术家化有序为无序的能力，

我们得以展示演变的过程，为物品注入活力，令其在空中自由翱翔。这一想法将生命起源与水中世界联系在一起，一切仿佛冥冥中注定，生命火花一触即发，混沌初开，天地初现。从水中到陆地，从陆地到天空，生命延续。

和传统的橱窗设计不同，我们看到这次的设计有大量的留白，令人联想到东方的禅宗思维，这也是你希望表达的意境吗？

是的，虽然我是一个欧洲人，但很多年来一直对东方文化思维方式情有独钟，我一直参禅并习武，这让我拥有更为清晰的洞见力和审美观点。一招一式所蕴含的思想精髓，对力量的专注，一举一动的优雅风范，摒弃一切华而不实或繁琐累赘的修饰。以内敛而温和的态度专注于单一物象，能够带来意想不到的力量。就如《道德经》所述，“埏埴以为器，当其无，有器之用。”虚中有实，实中有虚，虚实相济，才能完满。多年来，我最喜爱的一本书，莫过于《太乙金华宗旨》，我从未想过有一天能踏上中国的土地。这本论述中国炼丹之术的奇书激发了我的创作灵感，也激发了我对东方文化的兴趣。在为爱马仕杭州店设计的装置中，这种态度得到了淋漓尽致的体现：以毋庸置疑，简约而专注的物象体现轻盈而有力的场景。

橱窗陈列通常承担着吸引消费者的功能，你如何在保持艺术性的同时平衡商业性呢？

事实上，在我设计橱窗装置的时候，我很少考虑过多的推销功能，我将其视为一件艺术品。我相信，如果爱马仕只是希望能设计一个具有推销功能的橱窗，我并非理想人选。橱窗可以通过许多不同方式吸引顾客；而我则尝试赋予物品以生命。尽管其中并未采用任何广告宣传手法或任何哗众取宠的方式，橱窗还是具有很强的吸引力，非常引人注目。我深信，诗意能引起所有观众的共鸣。

如果不给你任何限制去创造一个你所能想象的最为完美的橱窗，那会是什么样子？

这是个很复杂的问题，我们已经习惯于遵守界限，而展开无拘无束的想象令我们感到不安，尽管事情本应与此截然相反。我觉得，能够无视界限展开想象是一件非常美妙的事情。而在橱窗设计中，如果参观者能与之展开互动，置身其中，宛如梦境，那么，参观者不再是局外之人，而在其中担任主角。