

# ppaper

# 191

2018 3月5日 99元  
HKD 38 | RMB 30



好質感的文明生活



本期附贈  
IVE 獻給閱讀障礙世代的  
PPAPER小讀本+  
PPAPER  
BUSINESSS

IVE'S PICKS  
每月嚴選最真心的推薦：  
滿足五感的曼谷之旅

AMBIENTE 法蘭克福生活消費品大展  
商業與創意最實際面的前線

AP COLLECTION  
為了與你相擁而生的療癒系奢華座椅

GREECE IS FOR LOVERS  
雅典娜愛人的言情療癒設計

# CONTENTMENT

心裏的滿足



「Ye Olde Feta Cheese」, photo by Nikos Alexopoulos, ©Greece is for Lovers

## GREECE IS FOR LOVERS

### 雅典娜愛人的言情療癒設計

by Clyde Liu

希臘是西方文明的搖籃。哲學、數學、建築、文學、戲劇、神話、民主制度、奧運，西方文明中最重要的文化遺產幾乎都與希臘有關，在這個面對愛琴海的諸神之地，智慧與怡人的地中海型氣候是命中註定的恩賜，為希臘寫下神秘而浪漫的動人故事。

19世紀，西方工業革命導致經濟與科技快速發展，在巴爾幹半島，愛琴海這端的希臘宛如桃花源般受到較少影響，依舊維持以農業為主的經濟體系。作為聯合國與歐盟前身歐洲共同體的創始國之一，希臘人以其高度優良的生活品質以及歷史為傲。二戰時期，希臘歷經軸心國佔領的嚴重破壞，戰後的內戰更導致希臘全國上下的貧富差距以及政治對立，雖然在內戰結束後，來自同盟國的援助與國內基礎設施和都市重建幫助希臘經濟復甦，但由於政治與經濟長年不穩定，貨幣通膨嚴重，即使加入歐盟獲得援助，2010年的三千億歐元債務終究讓希臘政府宣告破產，更進一步造成歐元區的經濟危機。希臘破產後，人民的生活品質遭逢巨大變化，即使掌管知識與戰鬥的雅典娜女神親自下凡也無力回天，西方最得天獨厚的諸神之地是命運的恩賜，更是命運的考驗。

但無論如何，浪漫、幽默、樂觀始終是希臘人的DNA。2006年，在倫敦求學時相識的Vasso Damkou、Thanos Karampatsos與Christina Kotsilelou三人回到雅典，在Acropolis of Athens雅典衛城山腳下創立了Greece is for Lovers，這個通俗俚語象徵了七〇年代末全球旅人與情人對希臘的浪漫想望，同時也是3位創始人對於希臘的成長記憶，在雅典鄉村，在愛琴海島嶼海灘，在多情美麗的夏日時光中。

作為將「Greekness」（希臘性）以當代設計表現的先驅之一，Greece is for Lovers相信希臘文化中的優雅與媚俗，古典與當代，宗教與風俗，理性與感性都必須被納入創作的養分之中。島嶼、海灘、陽光、神廟、幽默、反諷、冷漠、誇耀，往日時光、白日夢、期盼，一切關於希臘的在他們眼中都很希臘，不吝奢侈通俗好壞美醜，「任何事物都值得被討論或呈現，只要以一種有自信的方式」。

2010年，也是希臘政府宣告破產的那年，創始人之一的Vasso Damkou離開，但Greece is for Lovers那關於夏季的永恆美好綺想，依舊在設計與發想的細膩與莞爾之處繼續綻放，就如雅典娜女神當年在雅典衛城用長矛擊破岩石萌芽出象徵愛與和平的橄欖枝一樣，依舊使人們歡呼著，浪漫著，談情說愛著。



### YE OLDE FETA CHEESE

「我們想像那些開創新時代的先人們坐在古蹟中享用此道餐點並感到勇敢而驕傲」，是 Ye Olde Feta Cheese 的發想靈感。與設計工作室 DesignMarketo 合作，Y.O.F.C. 是希臘終極民生食品麵包與羊奶酪的幽默擺盤提案。

(本頁)「Ye Olde Feta Cheese」, photo by Nikos Alexopoulos, ©Greece is for Lovers / (對頁上)「Vanity Faith Tissue Box」, 2013, photo by Nikos Alexopoulos, ©Greece is for Lovers / (對頁下)「Hookers' Delight」, 2009, photo by Nikos Alexopoulos, ©Greece is for Lovers



### VANITY FAITH TISSUE BOX

硬木製東正教十字開口的面紙盒，讓你在留下虔誠的眼淚之時，不用因為在鏡中看到淚流滿面的自己而感到羞愧。



### HOOKERS' DELIGHT

漁人、活餌、夏季的甩竿，將這些非常希臘的意象轉化成配備銀製魚餌勾的馬丁尼杯，用與馬丁尼天生一對的酒釀橄欖讓飲君子願者上鉤。



**CORNER SHOPPE**

拜占庭式極簡風格的私人神壇，微光閃爍於牆角，點亮黯淡心靈的一角。

(本頁/對頁)「Corner Shoppe」, 2016, photo by Nikos Ilexopoulos & Eleanna Kokkini, ©Greece is for Lovers





(本頁 / 對頁)「Flavour of the Month」, 2010, photo by Nikos Alexopoulos, ©Greece is for Lovers



**FLAVOUR OF THE MONTH**

以 Pentelic 彭特利庫斯山出產的大理石  
 搭配烤漆銅打造的冰棒外型紙鎮，趨近  
 永恆的夏日氣息療癒地融化冰冷的心。





## HOLY YOGHURT

與家飾工作室 Nodus 合作的優格情人對杯，靈感來自希臘 Anatoli 修道院 The Holly Monastery of St. John the Forerunner 附近牛舍的波浪狀屋頂。



「Holy Yoghurt」, 2016, photo by Daniel Terna, ©Greece is for Lovers

訪談：

## PPAPER X GREECE IS FOR LOVERS

www.greeceisforlovers.com

請跟我們分享你們當初怎麼會創立 Greece is for Lovers，還有這個可愛品牌名的由來。

九〇末，我們3個人在倫敦唸書的時候因為修同一堂課而認識，我們心裡一直有個底，計畫再回到希臘後一起工作，最後也確實成真了。我們一開始的想法是藉由當代設計來表現當下希臘日常生活中的真實面，這是之前沒有人做過的。我們的目標是要展現一個信念——任何事物都值得被討論或呈現，只要以一種有自信的方式——即便是那些平常被普遍認為是醜的，或者是文化上來說微不足道的。

「Greece is for Lovers」是七〇末「Italians do it better」（義大利人就是比較會）這個說法的非官方希臘同義說辭，那是一個旅客成群結隊來到希臘追求海灘、羅曼史與性愛的年代。這個說法非常精準地抓到我們藉由設計想傳達的理念精髓，那種成長在一個現代旅遊度假村的複雜感覺，伴隨著好的與壞的。

希臘是一個非常特別的國家，地理位置、氣候、歷史事件、西方哲學起源地、文化、神話……，這些全部造就了希臘的神秘感與獨特美學。對這端的台灣人來說，希臘是一個相對陌生的國度，可以跟我們分享所謂「Greekness」（希臘性）的概念嗎？

有很多種定義「Greekness」的方式，取決於當下的情境與觀點。說真的很難精準地說明這個抽象的概念，尤其作為一個希臘人，我無法與它保持一個客觀而恰當的距離。

古典的「Greekness」是關於輝煌的光線以及對稱，那些我們的先人擅長的：建築、雕塑、以及座落在絕美之地的眾神之殿。「Greekness」就是這座土地本身：地中海型氣候、跟海洋的鏈結，以及海島

生活。但它也是關於在地人的思考模式、過去的風俗與傳統，以及在地人的現代發展。對我們來說，「Greekness」意味著一種先天內在，不費力的優雅，與反應快速的思考方式互補。

每個地區都有它獨特的設計美感，比如說日本、北歐、法國、德國等等，你們認為當代希臘設計的核心價值是什麼？

我們樂見其成的是，希臘設計正趨於成熟，同時逐漸遠離那種顯而易見，來自傳統遺產以及民俗學的靈感參考。現在要談希臘設計學院中是否已經有識別特色還太早，不過我們認為運用當地材質，比如說大理石，將會在未來成為希臘設計商標。

宗教與神話元素在你們的設計中很常見，它們如何影響你們的創作？

我們無法對宗教以及東正教會視而不見，從設計的角度來看，去觀察宗教的行為模式以及大量的符號學是非常有趣的。雖然對許多人來說宗教依舊是個高敏感議題，對我們來說它卻是另一個可以挑戰並且衝撞的界限，另一個養分肥沃的土地，讓我們可以評論、批判，以一種顛覆的觀點。在我們的成長過程中因為教育體制會不斷接觸教會，那讓它變得像是強制性的，再加上無數的宗教節慶家庭聚會，我們常年來被浸透在獨特的視覺語言中，這些豐富的、誇耀的、極繁主義的影像緊緊跟隨著我們。

我們都知道希臘有大量的神話故事，如果 Greece is for Lovers 是其中一個天神、女神，或一個故事，會是什麼呢？

GIFL 會是 Zorba 《Zorba the Greek》，小說《希臘左巴》主角與 Aphrodite（阿芙蘿黛蒂，希臘神話中的愛情、美麗、性慾女神）在 Cyclades（基克拉澤斯，愛琴海南部

群島）產下的愛情結晶，然後在八〇年代的雅典郊區長大。

在這個龐大資訊存取的時代，人們可以輕鬆地搜尋或接觸到各種樣貌，來自各種領域的設計，這可能會造成人們對於設計商品變得挑剔，這跟你們所謂「遊走在奢侈與媚俗（luxe and kitsch）之間的爭議地帶」有關嗎？你們如何舒服地維持那樣的平衡？

GIFL 是把真誠的媚俗感與希臘刻板印象調合，玩味過後的結果。媚俗，我們選擇以這種方式定義它，包含了一點來自創作者的幼稚與熱情，而這點絕對是我們所欣賞的。我們藉由作品繁衍出的這種媚俗感，是對於成長時期記憶中刻骨銘心的原始符碼以及清晰意象的致敬，在雅典，在鄉間，在小島，在夏季的美麗時光。

我們用非常不同的觀點去看媚俗與荒謬（kitsch and camp），我們不僅愛它們，也肯定它們的特殊價值。除了諷刺與幽默的成分之外，它們非常誠實，能引起一種直達情緒的質感，不需要倚靠複雜的分析與邏輯辯證。

對 GIFL 來說，「滿足」是什麼？你們如何藉由設計體現這種微妙的內在美感？

當我們從事我們最愛的事情的時候最能感到滿足：研究、集體發想、即興創作，最後將想法具象化成新產品。在這個過程中，我們嘗試汲取適量的優雅，同時凸顯有意的「醜」。我們希望這樣的感覺可以讓任何以獨特概念欣賞設計的人能夠理解。

現在是情人節時期，歌頌愛人的時節，請對我們的讀者與世界上的人們說些話。這麼多年來我們始終提醒自己要記得的，尤其在這個時節，就是愛比購物重要多了！■