

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛИЧНОСТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ТВОРЧЕСКОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Михайлова Е.В., Московский городской педагогический университет.

Москва, Россия.

*Гений может не нравиться,
но его масштаб заметен.*

Известно, что личностные ценности человека начинают формироваться уже в раннем детстве. В процессе взросления ребенка его ценностная сфера обогащается, усложняется благодаря действию механизмов интериоризации и социализации, подражанию и рефлексии, механизму когнитивного диссонанса и др. Ценностные ориентации проявляются в повседневной жизни личности, определяя ее предпочтения и жизненные выборы, сближая ее с одними людьми и разобщая с другими. Они реализуются и в профессиональной деятельности. В таких профессиях, как учитель, врач, психолог наиболее полное воплощение могут получить общечеловеческие гуманистические ценности. При этом следует помнить, что каждый профессионал является носителем индивидуальной системы ценностей, имеющей общие с другими людьми и свои уникальные черты. Рассмотрим пример трансформации личностных ценностей в профессиональной деятельности творческого человека, дизайнера.

Филиппа Старка называют одним из ведущих лидеров в мире дизайна, новатором, провокатором, гуру и поп-звездой планетарного масштаба в своей профессии, шоуменом, талантливым бизнесменом и промоутером. Действительно, ему принадлежат работы в разных сферах жизни, каких только может коснуться дизайн.

У него оригинальная личная философия в дизайне; чувство юмора и ироничность, сочетаемые с серьезным отношением к своему делу и к потребителю его творений; нетривиальные интервью, яркое, свободное самовыражение в публичном общении, сочетаемое со свободой от стремления быть понятым всеми, со склонностью к уединению и интимному общению в небольшом круге близких ему людей.

«Все мы родом из детства», известное выражение об истоках индивидуальности человека, применимо к Филиппу Старку помогает определить ценностные основы для трактовки его образа, который, по отзывам в средствах массовой информации и многочисленным интервью, противоречив, но очень ярк. Его можно не понимать и отвергать, им можно заинтересоваться, увлечься, но, совершенно точно, к нему нельзя остаться равнодушным.

Интерес Филиппа Старка к дизайну был очевиден уже в раннем возрасте, когда он, вдохновлённый работой отца-авиаконструктора, часами распиливая, вырезая и склеивая любые предметы, которые попадались под руку, разбирая велосипеды и даже мотоциклы, создавал визуально интересные художественные оформления. Мать Филиппа, по его воспоминаниям, была безмерно элегантна, изысканна и великолепно одевалась. Во многом именно она привила сыну вкус к хорошим вещам и ароматам. Верхом совершенства ему казались мамины духи «L'Air du Temps» — авангардный по тем временам запах. После развода родители матери подарили ей небольшой парфюмерный бутик. Но это занятие ее не увлекло. Зато Филипп проводил там дни и ночи, изучая запахи и рассматривая флаконы. Постепенно он стал настоящим профи и с удовольствием консультировал клиентов.

Художественные способности, интерес к технике и конструированию, проявившиеся в детском возрасте, дают о себе знать в течение всего жизненного пути дизайнера: он умозрительно разбирает и собирает предметы и объекты, и вновь создает мир из своих глубинных ассоциаций, делая его видимым и осязаемым для окружающих.

«Настоящий дизайн — это функционализм. То, что делаю я, скорее фрейдизм», - говорит о своем творчестве взрослый Филипп Старк [2].

Действенность данного высказывания гения дизайна подтверждается при знакомстве с его работами: с одной стороны, они объективно существуют, независимо от отношения к ним зрителя; с другой, - непременно приобретают субъективные свойства в сознании ценителя (потребителя), в связи с его индивидуальным духовным опытом.

Филипп Старк создает запоминающиеся объекты, привлекающие внимание и пользующиеся успехом у широкого круга людей, и одновременно заявляет о том, что предметный мир – иллюзия: «В небе можно увидеть удивительные вещи. Мы вот считаем, что видим в небе луну. Но то, что мы видим - это не настоящая луна, а только ее образ, потому что между нами и нею - задержка в 8 секунд. Довольно долго - за это время что угодно может случиться. <...> Между нами и звездами расстояние в 12 миллионов световых лет. То есть, мы все еще видим звезды, которых уже нет. Это просто лучи света, которые прибыли на встречу с нами. Так и выходит, что неба, которое кажется нам таким надежным, таким постоянным, на самом деле не существует...» [2].

Филипп Старк - личность неординарная уже потому, что в результате переосмысления лет, потраченных на занятия дизайном он пришел к убеждению в бесполезности (бессмысленности дизайна). В одном из интервью он заявил: «У меня с самого начала было подозрение, что дизайн товаров – абсолютно бессмысленное занятие. Поэтому я попытался превратить свою работу в нечто иное. В нечто политическое,

революционное, деструктивное. Может, самое важное, что мне удалось создать, – новое определение для слова «дизайнер» [3].

Его всегда увлекала идея, поиск и придание вещам смысла и энергии, что в результате, по мнению дизайнера, оказалось бессмысленным.

Филипп напоминает в очередном интервью, что дизайн по своей сути совершенно бесполезен, ведь дизайнеры не спасают жизни, и настало время задуматься о том, как можно действительно помочь людям. [4].

Сегодня человечество, по мнению Старка, вступает в эру постматериализма, общество поступательно движется по пути дематериализации. Возрастает роль интеллекта в жизни, одновременно снижается ценность материальных вещей. Со слов Филиппа Старка: «Дизайнер будущего – это персональный тренер и личный диетолог» [3].

Сам дизайнер так говорит о своем пути развития: «Я был производителем материи. И теперь стыжусь этого. В будущем я буду производить концепции. Это будет более полезным занятием» [3].

Личная философия - система саморазвивающаяся во времени под воздействием жизненного опыта, который набирает и переосмысливает человек. В философии Старка сегодня, вероятно, происходит перестановка приоритетов, однако, при всем этом Филипп Старк – цельная личность, для которой характерны свои ключевые ценности, проявляющиеся в его взглядах, смысле и образе жизни и принципах творчества. По словам дизайнера, он следует собственной концепции, которую называет «Робин Гуд» [3]. По нашему мнению, данная концепция органично вписывается в его жизнь.

«...Я мечтаю в одиночестве, размышляю в одиночестве и работаю в одиночестве. К счастью, я сплю не один. Я продукт, произведенный на свет женщиной. Я пульт дистанционного управления, который находится в женских руках. Любовь – то единственное, что меня по-настоящему волнует», - подобные высказывания дизайнера, как и его жизнь в тесном кругу близких ему людей, основанная на идее простоты, экологичности и равенства (в доме, как и у рыбаков в соседней деревушке), непосредственно выражаются в независимости, оригинальности и особой свободе его личности и профессионального стиля.

Его жизнь сознательно лишена всего лишнего, что находит отражение в стремлении дизайнера стилизовать, отсечь у создаваемых предметов все лишнее, случайное (например, идея о том, что четвертая ножка сиденья является лишней и поэтому убирается). «Мне нравятся вещи, сделанные с умом, а это большая редкость. Я очень долго думаю, прежде чем купить тот или иной предмет», - делится в своих интервью Филипп Старк и создает «умные» творения. В личной философии Филиппа Старка отсутствует интерес непосредственно к вещам. В его высказываниях многократно повторяется мысль о том, что материальный мир

иллюзорен. Это не противоречит его умению иронизировать и создавать роскошные мегаинтерьеры, превосходящие любые разумные потребности (его рестораны и отели).

В случае с этим дизайнером особенно контрастно предстает различие между имиджем человека и его внутренним миром. Судить о его внутренней позиции и этических принципах возможно только опосредованно, при знакомстве с его профессиональной деятельностью в ряде крупных компаний. Сам Филипп Старк утверждает, что к существующему имиджу «дорогого», элитарного дизайнера не имеет никакого отношения (в свое время из-за различий во взглядах на аудиторию потребителей он прекратил работать на Пьера Крдена, так как хотел делать вещи дешевле и для многих.)

Он не забывает собственные мечты детства (например, о межгалактических полетах) и считает задачей производителя – подарить мечту людям самого разного материального достатка, что подтверждается в его опыте работы (начиная с 1980-х годов занимался проектированием и разработкой товаров широкого потребления), в интервью, прецедентах бюджетного выпуска предметов интерьера (например, стула стоимостью менее десяти долларов), несмотря на то, что дизайнер его уровня имеет все возможности следовать высокой ценовой политике.

Свои дорогостоящие работы Филипп Старк определяет частью собственной концепции «Робин Гуд». В них он пробует новые технологии, «чтобы в дальнейшем сделать их пригодными для массового рынка» [3]. Старка увлекает создание «умных» работ: строительство в компании Virgin Galactic космопорта, оказывающего минимальное негативное воздействие на окружающую среду; проектирование частной яхты, корпус которой не создавал бы носовых волн; проектирование концепта лодки на солнечных батареях, которая, по мнению ее творца, может стать прототипом водного такси в Венеции.

В должности художественного директора одной из крупнейших высокотехнологичных компаний THOMSON Филипп Старк выстроил всю дизайнерскую и маркетинговую политику, ориентируясь на этические основы бизнеса: «Я запретил произносить на совещаниях слово «потребитель» и потребовал заменить его словами «мой друг», «моя жена», «моя мать» или «я сам». Совсем не одно и то же говорить: «Это - дерьмо, но для потребителя сойдет», или «Это - дерьмо, но для моей дочери сойдет...» [3].

Любовь, интеллект и основанное на нем стремление к развитию, а также юмор, вероятно, ключевые ценности Филиппа Старка, наиболее часто встречающиеся в его интервью и проявляющиеся в его творчестве, включая создание футуристических проектов [6]. На вопрос о том, что, по мнению Старка, действительно необходимо человеку, дизайнер отвечает: «Способность любить. Любовь – самое чудесное открытие человечества. Затем, пожалуй, идет интеллект. У человека есть одно преимущество перед животными – благодаря

своему интеллекту он сумел создать цивилизацию. Поэтому никто из людей не имеет права уклоняться от работы по развитию своего интеллекта. Ну, и юмор тоже важная вещь. <...> Кроме вышеперечисленного, нет ничего, о чем бы человеку стоило беспокоиться – только о соблюдении собственных этических и моральных принципов» [3].

Филипп Старк представляется чувствительным, внутренне утонченным человеком, большим романтиком. Романтик Старк искренне делится в интервью: «Мне нравятся места, где все, в том числе отношения, напоминает музыку...»; «Я не могу жить без любви. Это значит, что я не могу жить без женщины. ...Это значит, мне нужна моя жена, больше мне ничего не нужно»; «Лучшая профессия для женщины – быть любимой (для мужчины – любимым); лучшая работа та, где есть возможность помогать людям» [4].

Более 10 лет назад вместе с первой коллекцией Stark началась революция в ванной комнате. Были заложены основы новой концепции ванной комнаты – наполненной теплом индивидуальностью. «Настало время заново подойти к определению душа», - сказал Филипп Старк.

Его философия революционности в дизайне и творческой свободы, воплотившаяся в беспрецедентной разработке душа из модулей, снова призывает потребителя к сотворчеству. «Haute Couture для душа: Axor Starck ShowerCollection» («Высокая мода для душа...») для компании Hansgrohe стала мировой премьерой на Миланской Мебельной выставке, проводимой в миланском музее Minguzzi в 2008 году.

Модули Axor Starck ShowCollection можно располагать в любом порядке и количестве, вертикально или горизонтально, группами или по отдельности, в центре комнаты или ассиметрично - в результате всегда получится необычное и совершенно новое пространство ванной.

Филипп Старк так поясняет идею коллекции: «С Axor Starck ShowerCollection мы разработали не просто отдельные продукты, а целую концепцию жилого пространства в ванной, в высшей степени гибкую и многофункциональную. Эта система родилась из растущей потребности человека в индивидуализации зоны для ухода за собой, принятия душа, отдыха и релаксации. Мы хотим, чтобы это пространство теперь было уникальным не только эстетически, функционально и технологически, но и, прежде всего, эмоционально. Это целая программа, настоящая дизайнматрица, похожая на мозаику или пазл и состоящая из множества маленьких квадратных элементов, которые можно сочетать в бесконечном числе форм, ничем не ограничивая свою фантазию. Это то, что мы называем haute couture (высокая мода) для душа».

Индивидуально составляемый душевой блок может подавать воду в любом направлении, есть и ручной душ, главное – это личные потребности и желания. Продумана

дополнительно устанавливаемая функция подсветки. Предусмотрены блоки управления функциями душа и термостат для обеспечения большей индивидуализации. Дополнительная ламинарная струя позволяет выполнение водных процедур по Кнейпу и активизирует кровообращение; а можно просто постоять под расслабляющим ливнем.

Квадрат, круг и прямоугольник – статичные художественные формы, призванные способствовать созданию ощущения покоя (в сочетании с мягкой подсветкой). Еще раз подчеркнем, что квадрат в данной коллекции является главной геометрической формой.

В духе минимализма, с помощью сдержанных, но выразительных линейных форм, душ превращен в индивидуальный спа-салон с последовательной простотой концепции управления.

У Филиппа Старка получилось воплощение мечты о месте, где царит покой и простота, где нет ничего лишнего – это идеальная ванная комната, особым образом воплощающая постоянство. Ахор Starck, простая по форме, функциям и управлению коллекция, может по праву считаться гениальной.

Дизайнер остался верен своему принципу работы для широкого круга потребителей. В брошюре-руководстве по сборке коллекции [10] предлагается пять базовых решений для душа, включая вариант для простой и элегантной концепции душа в ванне.

Простота дизайнерского решения сочетается в коллекции с экологичностью благодаря функции AirPower – революционной технологии компании Hansgrohe. Девиз «Меньше воды, больше удовольствия» звучит вполне в духе минимализма. Принцип прост: воздух смешивается с поступающей водой. Обогащенные воздухом капли становятся объемнее, легче и мягче, создавая великолепное ощущение блаженства. Получается, что воздушные пузырьки в душевой технологии Hansgrohe увеличивают удовольствие и уменьшают расход воды.

Ahor Starck Organic - новинка 2012 года. Если в 2008 году Филиппа Старка вдохновляла строгая геометрия (Ahor Starck ShowCollection), то в 2012 – природа.

«Ахор Старк Органика» - инновационная коллекция, которая после 3 лет разработки Филиппа Старка для компании Ахор была представлена на выставке Cersaie. Коллекция стала революцией в использовании воды и новых форм в ванной комнате. Ей характерны природные формы и линии в сочетании с минималистическим дизайном. В публикациях [7] коллекцию назвали «Голос разума и зов сердца».

Источником вдохновения для создания этого продукта с интеллектуальными возможностями стали изгибы человеческого тела и растений. Смеситель в коллекции наделен двумя напорами воды, экономичным и повышенным, и предназначен для эффективного и экологичного использования воды. Он – воплощение концепции

минимализма, очень близкой Филиппу Старку: «Элегантность минимума. Элегантность интеллекта». Его новый минимализм.

Филипп Старк так вспоминает про свое озарение идеей дизайна нового продукта: «Почти интуитивно, неосознанно я стал задаваться вопросом: «Что есть жизнь, и в чем заключается источник жизненной энергии? Я начал выработать другой угол зрения на концепцию минимализма» [8].

В новой коллекции Acor Starck Organic дизайнер придал смесителям сходство с побегами бамбука. Их конструкция и эксплуатация предельно экономичны. Во-первых, на изготовление подобной формы затрачивается меньше материала и электроэнергии. Во-вторых, новый душевой режим в смесителях и автономные вентили регулировки температуры и напора сокращают расход воды до 3,5 л/мин (в обычных смесителях напор воды составляет 7 л/мин, в смесителях Acor, выпущенных три года назад – 5 л/мин).

По всей видимости, источник энергии жизни Филипп Старк нашел в природных линиях и экологической идее.

«Эта коллекция – новая революция, новая смесь высоких технологий и правильной философии», - заключает Филипп Старк. Очередное подтверждение влияния личной философии дизайнера – революционера, футуриста на его творчество.

Среди творений Филиппа Старка, безусловно, выделяется парфюмерный «арт-объект» L'Air du Temps by Starck... Аромат L'Air du Temps (Дух времени) — знаковое творение бренда Nina Ricci. Аромат вышел сразу после войны, в 1948 году, при участии Роберта Риччи (сына Нины). Он устремился к завоеванию американского рынка, новые духи стали отличным шансом, при этом маркетинговая идея была красивой — вернуть людям любовь и радость жизни, помочь забыть о тяготах и лишениях последних лет.

Флаконе был создан Марком Лаликом, сыном Рене Лалика, знаменитого ювелира. Необычный, из безупречно чистого материала – хрусталя, украшенный двумя целующимися голубками на колпачке — символами мира, свободы и любви и выпуклыми цветами на корпусе. Идею утонченности и нежности отражала и визуальная подача аромата в классическом флаконе, в которой центральное место занимал прекрасная женщина, мир ее эмоций, мечтаний.

В 2010 году возник парфюмерный «арт-объект» L'Air du Temps by Starck. Новая версия – дитя с неожиданной историей и неоднозначной для восприятия формой. В интернете можно встретить отзывы о нем, говорящие о бурной реакции женской половины человечества. Наше личное первое впечатление теперь является напоминанием об абсолютном незнании истории, идеи аромата и флакона, и как следствие, полного его

непонимания; но оно тоже важно, ведь широкий круг женщин, потенциальных потребителей, как стало понятно по отзывам на «дитя» Филиппа Старка, было шокировано.

С уверенностью можно утверждать, что флакон потерял изысканные женственные черты легкости, невесомости, особой воздушности, стал тяжеловат, угловат и приобрел определенно линии, вносящие нотку чего-то мужского...

В визуальной подаче аромата в оригинальном флаконе ограниченной серии в центре внимания появился Мужчина. На фото Филипп Старк запечатлен невинно мечтающим о чем-то приятном в ауре женской заботы и нежности, мира и любви (если следовать привычной идее «Духа времени» в трактовке картинки). Невольно вспоминаются слова дизайнера о том, что у него «в последнее время было очень много идей, но идея быть просто любимым женщиной была, определенно, лучшей» [1]. Вот что сказал сам Филипп Старк о «Духе времени»: «Я всегда стремлюсь к минимализму, но в этот раз не было другого способа выразить воздух, время и любовь – вещи абсолютно нематериальные и неосязаемые, как женские мысли». Напомним, что Филипп Старк разбирается в парфюме с самого детства.

Аромат L'Air du Temps, авангардный по тем временам запах, казался ему верхом совершенства. Дизайнер признался: «Время от времени я сам пользовался этими духами: они давали уверенность, спокойствие и уют (возможно в этом кроются истоки идеи визуальной подачи его флакона L' Air du Temps). Я не согласен с тем, что этот запах идет только женщинам. Кстати, на мне дамы его никогда не распознавали! Немудрено, что, когда мне предложили создать для L'Air du Temps новый флакон, я, не раздумывая, согласился».

Что вдохновило Филиппа Старка на создание этого необычного, сюрреалистично-космического творения? Дизайнер дал такой ответ: «Сам аромат. Он бесконечно завораживает. И это его название, L'Air du Temps, оно абсолютно мое! Воздух (L'Air, по-французски) — жизненно необходим для жизни, для Земли. Однако мы не чувствуем, не видим воздуха, несмотря на его первостепенную важность. Мне нравится этот извечный парадокс. Равно как нравится слово время (по-французски — Temps) — самая загадочная вещь на земле. Вот почему мне так нравится словосочетание l'air du temps! Нечто в неизведанном! Тем более, что я человек, который очень тонко чувствует l'air du temps — дух времени. Можете судить об этом по моим работам» [1].

Высказываясь о дизайне флакона, Филипп Старк, философски связывает его минимализм с минимализмом в жизни: «Поверьте, сложнее всего создать нечто лаконично-маленькое, но потрясающе красивое в своей простоте. Гораздо легче придумать громадину из кучи деталей. Как и в жизни: если человеку нужно сказать что-то простое, но архиважное, думаешь дважды. А болтать ни о чем можно часами. Сложно найти сегодня настоящую элегантность. Речь не об одежде или обуви, а о поведении, мыслях, эмоциях — в них

настоящая элегантность, которая, увы, в дефиците. И которую можно найти в L'Air du Temps» [1].

Первый эскиз флакона L'Air du Temps by Starck представлял собой нечто неопределенное с дырочкой внутри, он был посылом, темой к созданию массы вариантов. Характеристика L'Air du Temps by Starck. Интерпретация легендарного «голубинового» флакона L'Air du Temps получилась в духе минимализма и сюрреализма (если обратиться к художественному языку). Флакон от Филиппа Старка напоминает произведения Сальвадора Дали, он привлекает к себе интерес неопределенностью формы. Отсутствие ясной и очевидной трактовки идеи с помощью привычных, биологически прописанных форм голубей, является ловушкой для воображения, провоцирует на богатые ассоциации. Таким образом, флакон из красивого вместилища для аромата может по праву считаться современным арт-объектом.

Принцип минимализма «Меньше – значит больше» реализован на все 100%. Материал – матовое стекло и алюминий, в духе современного времени. Те же голубки, но в ином ракурсе, в котором с первого взгляда их разглядеть удастся не каждому. Флакон как таковой визуально отсутствует, осталась идея в чистом виде – голубки.

Напомним, что дырочка во флаконе, вызывающая у многих женщин недоумение, появилась уже в первом наброске дизайнера. Что она означает? Для чего служит? Сам дизайнер не давал пояснений в прессе. В интернет-пространстве одни женщины предполагают, что в нее можно продеть веревочку и повесить, другие предлагают дополнить ее еще парой-тройкой таких дырочек и использовать как кастет (поиск предметного назначения вполне в духе современного времени).

Филипп – философ, думается, что это какой-то очевидный для него символ. Интересно, знает ли он про традицию, существовавшую в нашем детстве: если найти редкий камешек с дырочкой (его называли почему-то «Божок»), это к счастью, его надо было сохранить, можно было носить на шее. Сам дизайнер, говоря о том, сколько лет он счастлив в любви со своей Жасмин, демонстрирует на руке татуировку: жирные точки-«дырочки». У Жасмин – такие же (см. фрагменты фото). Дырочка-точка используется им для запечатления счастливых лет, которые, как мгновения, мимолетны и неосязаемы. Дырочка, как и точка – визуальный способ фиксации времени счастья. Время счастья в любви... Такова наша интерпретация «тайны дырочки» во флаконе от Филиппа.

«Все семьи счастливы одинаково...», мысль Л.Н. Толстого о простоте переживания счастья находит подтверждение в жизни и в арт-объекте от Филиппа Старка – флакон обладает своей эргономической красотой и является цельным воплощением идеи дизайнера. Только голуби, и ничего более.

Гений может не нравиться, но его масштаб заметен. Масштаб личности Филиппа Старка очевиден по его работам и концепциям. Дизайнер обладает цельной личной философией, частью которой являются идеи революционности творчества, минимализма и экологичности.

Рассмотренные в реферате три работы дизайнера выдержаны в духе минимализма, но каждая из них представляет собой новое слово в дизайне и жизни в целом, и все они выстраиваются в единую линию развития философии «умного» минимализма Старка.

Если Axor Starck ShowerCollection – это «умный» минимализм воплощенный в дизайн-матрице, пазле, который бесконечно может подстраиваться под фантазию и индивидуальные потребности человека, то Axor Starck Organic – это «умный» минимализм, который предельно экономичен и экологичен (среди возможных конкурентов на рынке).

L`Air du Temps by Starck – та же философия минимализма, обращенная на этот раз к внутреннему миру ассоциаций женщины, «сюрреалистический» минимализм.

Примечательно, что все охарактеризованные работы побуждают потребителя к сотворчеству, или активному участию в развитии идеи: составлению душевой мозаики сообразно своим потребностям, восприятию формы флакона духов соответственно своим фантазиям, потребление воды в повышенном или экономичном режиме напора в зависимости от силы стремления к сохранению экологии.

Филипп Старк очень корректен и ненавязчив в своих работах, он оставляет в своих творениях пространство для проявления индивидуальности каждого человека (потенциального потребителя), что может позволить себе только сильная, самодостаточная личность. Мир получит духи от Филиппа Старка только в том случае, если он найдет такую формулу, которая бы не заглушала, а раскрывала неповторимый и прекрасный запах каждой женщины. Его «умный» минимализм еще и подчеркнуто элегантен, и это не игра в правила, а личная потребность дизайнера.

Литература

1. Время Филиппа. Интервью с дизайнером //ELLE 02 ноября 2010 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://www.elle.ru/moda/interviu/vremya-filippa>.
2. Филипп Старк //Знаменитые дизайнеры предметов интерьера: Справочник [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://arx.novosibdom.ru/neufert/45/594>.
3. Филипп Старк: «Мне стыдно за то, что я делал». Интервью немецкому журналу ZEITMAGAZIN [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://homy.com.ua/article/filipp-stark-mne-stydno-za-to-cto-ya-delal>.
4. Интервью Филиппа Старка специально для ELLE Decoration Russia. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://youtu.be/t7044eP6J6s>.

5. Филипп Старк. Интервью в программе «Истории в деталях». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://youtu.be/76yDSDKy0XM>.
6. Будущее по Старку //AD. Самые красивые дома мира. - №4(105). – 2012 г. – С. 229-253.
7. Ахор Starck Organic - the elegance of life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: starck.com.
8. Официальный сайт Филиппа Старка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: www.starck.com.
9. Официальный сайт компании Hansgrohe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: www.hansgrohe.ru.