

爱上乐高

LEGO:
creation on your time

乐高神话

The Cult of LEGO

[美] John Baichtal

Joe Meno

著

王睿
译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

爱上乐高

LEGO:
creation on your time

The Cult of LEGO®

乐高神话

[美] John Baichtal Joe Meno 著 王睿 译

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

乐高神话 / (美) 白赫泰 (Baichtal, J.), (美) 美诺 (Meno, J.) 著; 王睿译. — 北京: 人民邮电出版社, 2014. 7

(爱上乐高)

ISBN 978-7-115-35442-6

I. ①乐… II. ①白… ②美… ③王… III. ①智力游戏 IV. ①G898.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第112102号

版权声明

THE CULT OF LEGO By JOHN BAICHTAL AND JOE MENO (ISBN: 978-1-59327-391-0)

Copyright: © 2011 BY JOHN BAICHTAL AND JOE MENO

This edition arranged with NO STARCH PRESS

through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

2014 POSTS & TELECOMMUNICATIONS PRESS

All rights reserved.

本书简体中文版由 BIG APPLE AGENCY 代理 MICHAEL WISE PRODUCTIONS 授权人民邮电出版社在中国境内出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或节录本书中的任何部分。

版权所有, 侵权必究。



-
- ◆ 著 [美] John Baichtal
[美] Joe Meno
译 王 睿
责任编辑 宁 茜
责任印制 周昇亮
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 http://www.ptpress.com.cn
北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 889×1194 1/20
印张: 15.4
字数: 703 千字 2014年7月第1版
印数: 1-3 500 册 2014年7月北京第1次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2012-5854 号

定价: 89.00 元

读者服务热线: (010) 81055339 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

内容提要

乐高不仅仅是一种玩具——它更象征着一种生活方式。本书将带领你在乐高社区和他们的作品中穿梭游历。在书中，你会遇到各行各业的乐高粉丝，有专业的艺术家南森·萨瓦亚，乐高电影制作人大卫·派格诺，谜一般的伊格·莱纳德和许许多多在他们作品上花费了数不清的时间的成年乐高粉丝们。

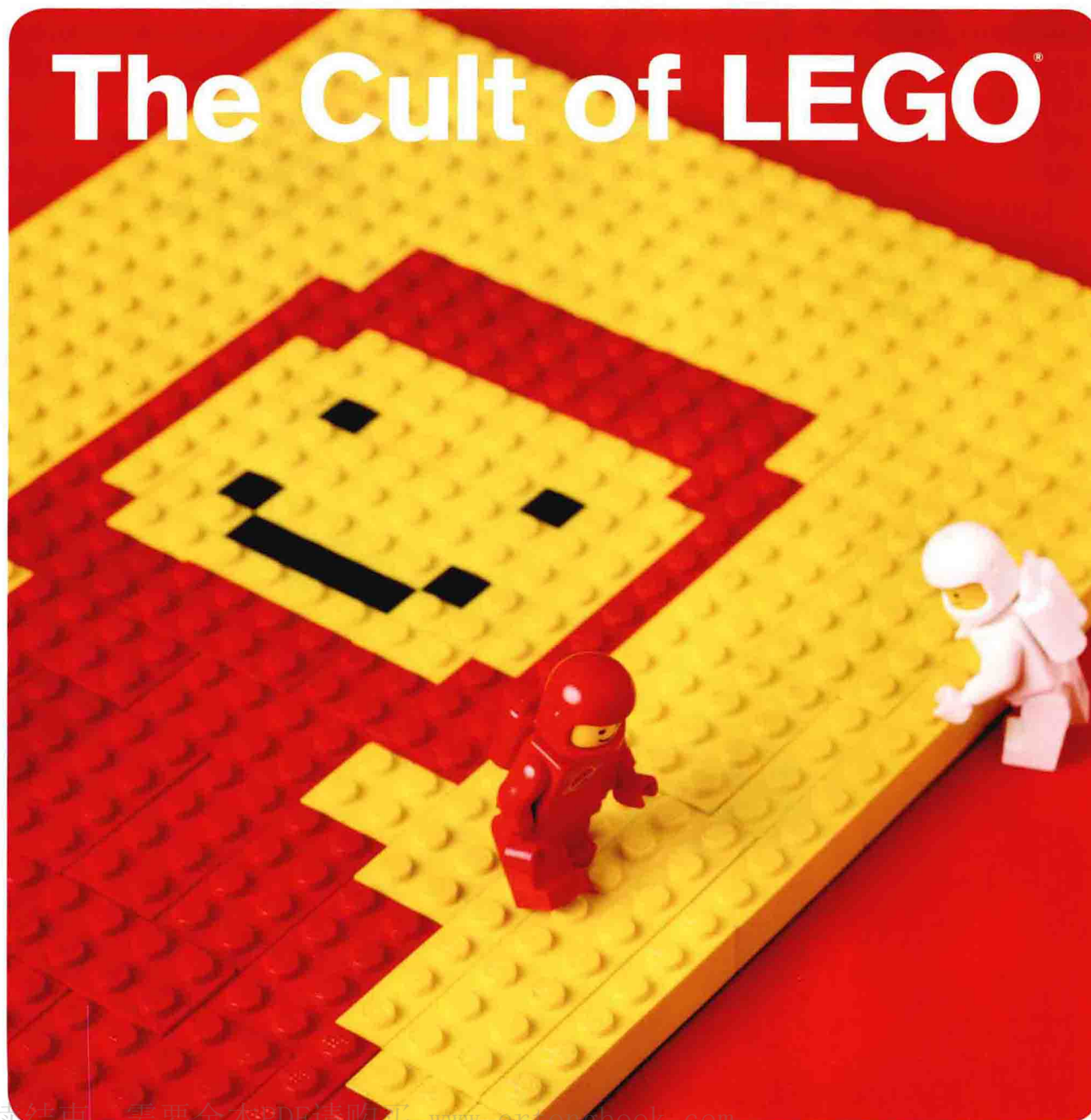
书中一页又一页的彩色图片展示出乐高社团搭建的富有创造力的复杂模型。你会为真实大小的剑龙、微型比例下的洋基体育场、22英尺长（6.7米）的“二战”战舰、由MINDSTORMS驱动的巨型象棋套装、遥控爪哇沙漠爬虫（带可运动的传送带）而震惊。同时，本书还将告诉你，你可以去参加乐高粉丝的集会，在那里有大量的作品展示。另外你还可以通过乐高疗法、原型机和团队建设等应用发掘出乐高严谨的一面。

无论你是真正的成年乐高粉丝还是只是看着储藏室盖满灰尘的乐高盒子沉思的人，约翰·白赫泰（John Baichtal）和乔·美诺（Joe Meno）的这本讲述乐高世界的书都会令你振奋地拿出那些颗粒，试着搭建些东西。

John Baichtal
Joe Meno



The Cult of LEGO®



感谢我的父母，是他们激励我写这本书的；感谢我最小的粉丝们，艾琳、罗茜和杰克；但是最要感谢的是我的妻子伊莉斯，是她一直鼓励和激励着我前进。

——约翰

感谢乐高社群的很多朋友，感谢我的家庭和朋友们。

——乔

感谢所有激励我们的乐高粉丝。

这是一个乐高的世界，你自在其中！

很多玩了很长时间的乐高积木的人，都会情不自禁地问一个问题，“为什么不是所有的东西都是用乐高做的呢？”想象一个糖果色的世界，可以无限的搭配，只受想象力匮乏的制约。对你的家具感到厌倦了吗？那么就快速地拼接出一个新的起居室吧。想举办一次完美的晚宴？那就摒弃每天使用的餐具，换上新的套装吧！不再喜欢你开了两年的汽车了？那就把颗粒重新组合，新的运动型尾翼会让哈利·厄尔¹也自愧不如！

当你看过这本由约翰·白赫泰和乔·美诺合著的令人赞叹无比的书后，就会觉得上面所说的那些场景不再是遥不可及。很多乐高的狂热爱好者说，他们从小就开始玩乐高，现在他们看世界的视角已截然不同。用乐高思想去看世界，一个物理世界就变成了一个可控制的平台，而乐高恰好是适应这种多变设计理念的标准材料。你可以看到人们用乐高搭建照相机、乐器、科学仪器，甚至帮助米老鼠做薄饼的机器人（嘘，不要告诉迪士尼哦，否则他们会趁他给孩子们做早饭的时候突然破门而入的）。

无论作为玩具还是一个严谨的物理开发平台，乐高为什么都能这么实用呢？原因很多，但是最重要的有以下4点。

颗粒标准。从1958年最早生产的颗粒到现在在加州乐高城主题公园中可以找到的最新的颗粒，每一个乐高颗粒都可以跟现有的其他乐高颗粒搭配使用。

种类丰富。由于工具和科技元件的出现，从齿轮和轮胎到充气轮胎和微控制器，爱好者们可以把乐高上百种不同的部分联合在一起使用。

操作简单。对于一个两岁的孩子来说，他们拿着乐高的第一个玩法就是放到嘴里。第二个玩法就是把它们拼在一起再拆开。乐高积木不需要任何使用手册。

永久使用。我有个朋友，经常去旧货市场淘一些旧的但是很便宜的乐高颗粒。回家后，他就把这些颗粒用网眼袋装好放进洗碗机。洗好后，这些颗粒看上去像新的一样闪烁着亮光。你怎么使用乐高颗粒都没事儿。

在这本书里，约翰和乔给大家详细介绍了这些迷人的小颗粒们的强大功能及如何用它们展示出令人匪夷所思的创造性想法。

好好玩吧！

—— 马克·弗劳恩菲尔德
《MAKE》²杂志主编

1 译者注：哈利·厄尔被称为“汽车计划之父”。

2 译者注：《MAKE》是英文版杂志，《爱上制作》是其中文翻译版图书。

《乐高神话》讲述的是令人着迷的玩具和很多把它当作生活中的一部分的成年人之间的故事。但是，乐高仅仅是一个玩具吗？再想想。

简单地说，《乐高神话》是那些为乐高着迷的成人和乐高玩具本身的颂歌。这些爱好者将他们的想法用很艺术（一点也不夸张！）的形式表现出来，而且这已经是公认的做法了。成千上万的家庭都参加过乐高大会。报纸上和深夜播出的喜剧上，都会有乐高爱好者的身影。他们的作品规模逐年递增，搭建技巧也随之进步。

乐高成功的核心在于这个生产玩具的公司背后的故事。乐高是如何将一个小小的塑料积木转化为市场上一眼就能认出并且深受人们喜爱的品牌呢？第1章介绍了乐高的历史，讲述了乐高集团的成长历程，它如何从丹麦比隆德的一个小木制玩具作坊成长为一个通过一直遵照创始人的理念而获得巨大成功的跨国公司。

第2章就开始讲**搭建**，我们要讲到本书的核心问题：为什么这个玩具会对成年人有如此巨大的吸引力？我们会探索黑暗时代的观念，即乐高粉丝一生中乐高失去兴趣的那段时间，甚至找来一些粉丝的样本，了解一下他们的兴趣和灵感。

在第3章我们要讲到**疯狂人仔**。从一定程度上看，乐高搭建专家会在他们的作品中呈现出人文的一面。而用人仔就要方便很多，在乐高套装中，他们是很可爱，也可以定制的人物形象。在这章我们会学到人仔比例，即基于假设人仔是真实人类的尺寸而设置的默认比例。粉丝们用官方的或第三方公司定制的人仔，通常是模仿名人或电影中的人物形象。

第4章涵盖了**搭建标志性物品**。我们最初会在孩子搭建的房子或汽车模型上看到图标，但是对成年人的作品来说，往往会更复杂一些。他们会搭建出电影明星的马赛克和他们喜欢的电影的壮观的场景。他们也搭建办公大楼和著名海军舰艇的模型。

相比之下，第5章讲述了那些只出现在幻想和科幻小说中的场景。这一章我们将学习如何**搭建想象中的模型**，如可爱的新维多利亚时代的蒸汽朋克系列、天启系列和末日系列。

第6章讲乐高的艺术（注意是艺术！）。我们会欣赏到那些选择乐高作为他们的介质进行创作的艺术家的作品。他们的作品被陈列在博物馆或美术馆，有的甚至还在进行世界性巡展。这些作品是艺术家们智慧的结晶，并且很值得收藏，虽然它们是用乐高搭建（或描绘）的，但是并没有因此而值得赞扬或是被低估。对乐高艺术家来说，乐高只是他们用来搞艺术的工具。

每个爱好者都喜欢用乐高**讲故事**。第7章里会讲到成年粉丝用乐高编故事或是编关于乐高的故事，包括模型、乐高漫画，甚至定格电影。我们还会讲到立体模型的搭建，那是一个爱好者或一群爱好者搭建的大型模型，包含了很多的小故事。相比之下，情景模型就要利用很小的场景来讲故事，挑战爱好者的创造性和纪律性。

第8章我们会讲到搭建比例的内容，如**微型/巨型模型**。当我们搭建模型时，有的模型希望搭的越大越好。人们看到它时会忍不住“哇”的叫出来，这样一个用了100000颗粒搭建出的大家伙怎么会不让人震惊呢？但是，有些模型，却是越小越好。这类微型模型的特点就在于用最少的颗粒搭建出很小但是却很细致的模型，它用到的比例可能是最小的比例了。

如果没有那些塑料颗粒，乐高还是乐高吗？在第9章，我们将学习乐高的一个重要内容，即**数字乐高**：重新定位产品的系列。从20世纪90年代起，它的主要内容就是用游戏和搭建程序让乐高粉丝着迷。在网上甚至有一个齐全的高高世界，大量的玩家在网站上玩冒险人仔的角色扮演游戏。乐高粉丝也参与其中，用乐高官方或非官方的颗粒搭建出3D模型，并用3D打印机打印出来。

第10章的重点是讲科技发展，用**乐高机器人搭建智能模型**。这也是近年来乐高在其传统领域外新开发的领域，开发出了很多机器人套装。由于市场推广的成功和本身的特点，在这些套装中，Mindstorm是乐高集团这类产品中销量最好的。本章的重点是讲解关于机器人套装的发展趋势，从乐高自动驾驶到解魔方的机器人，再到漂浮在游泳池上杀死所有昆虫的装置，都会介绍到。

第11章，**聚会**，我们记录了乐高粉丝聚会的历史。自从有了乐高成年粉丝后，他们就开始寻找兴趣相同的人。在聚会上，他们可以分享搭建技巧、惋惜某些乐高集团生产线的停产，最重要的是，可以分享他们的作品。这个传统是在世界范围内传播他们的爱好的途径之一。到目前为止，每一次乐高聚会都有“公众日”，以便让公众们都可以欣赏到模型。

贯穿本书的一个宗旨就是，乐高不仅仅是一个爱好——甚至是要求粉丝极度忠诚的爱好。第12章**乐高的创新玩法**就详细说了这个现象。这章的所有作品都与奇思妙想或有趣无关。通过这章，我们可以了解到孤独症患儿是如何通过一起搭建积木展开社交，营销部门如何用乐高宣讲他们的产品，以及小学生们如何用乐高做科学试验来学习大气现象。这些作品从多个角度展示了这个玩具的深远意义。它不仅仅可以用来玩，更可以用来研究科学和艺术，让人们的生活更美好。

读《乐高神话》这本书，你可以体会到一个玩具的精华——可能是目前最伟大的玩具了——一群成年人用一腔热情将它们转化为艺术品。

开始阅读吧。

目 录

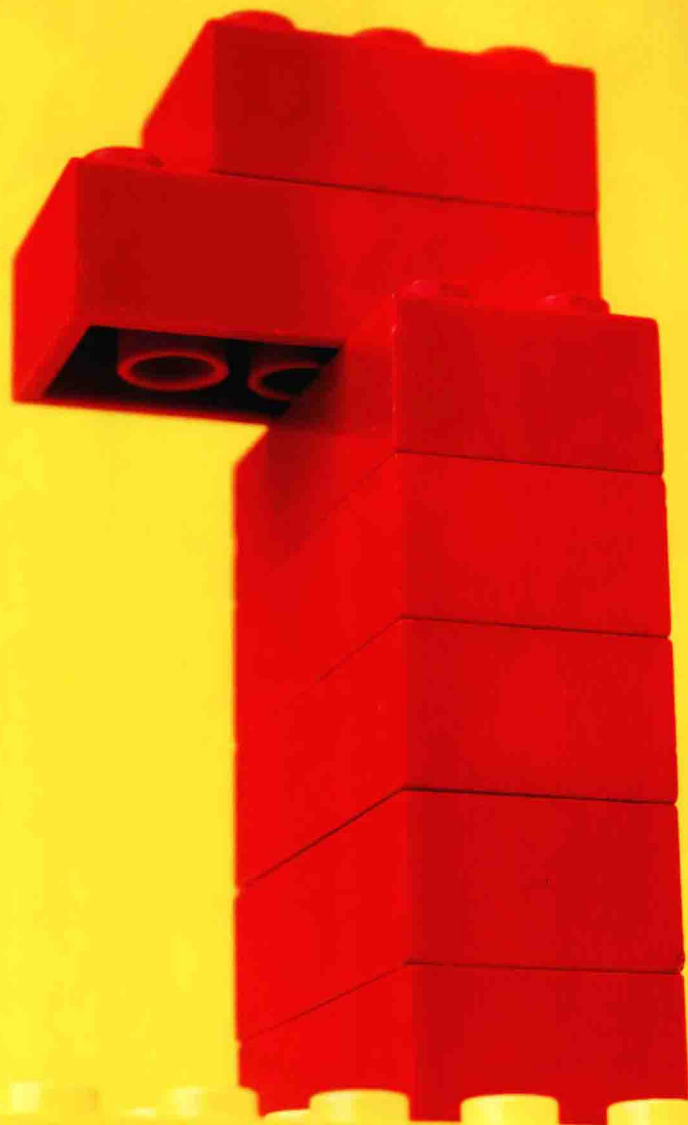
第1章 乐高的历史	1	3.7 人偶化身：乐高中的你	68
1.1 比隆德：泥炭沼和乐高的所在地	4	3.8 改造你的人仔模型	70
1.2 即便最好的也才足够好	6	3.9 微型名人	72
1.3 乐高集团现状：情况在改变	8	3.10 人仔比例	80
1.4 另一种颗粒？	14	第4章 搭建标志性物品	83
1.5 假乐高	16	4.1 玩乐高的卡尔	86
第2章 重拾乐高	17	4.2 搭建建筑模型	88
2.1 乐高成年粉丝	21	4.3 火车	96
2.2 女性玩家	26	4.4 搭建经典	103
2.3 采访乐高搭建者：费怡·罗德斯	29	4.5 电影激发的灵感	112
2.4 整理大量颗粒	34	第5章 搭建想象中的模型	119
2.5 创意乐高	36	5.1 乐高集团的原创作品	122
2.6 第三方配件	42	5.2 机甲人	128
2.7 乐高的出版物	44	5.3 蒸汽朋克：十足的乐高迷	135
2.8 网络上的乐高	48	5.4 天启乐高	138
2.9 乐高粉丝术语	49	第6章 乐高的艺术	141
第3章 疯狂人仔	51	6.1 艺术家奥拉维尔·埃利亚松的集体项目	143
3.1 人仔30岁了	54	6.2 道格拉斯·库普兰德的思考时间和乐高	146
3.2 人仔的历程	57	6.3 AME72的乐高涂鸦	148
3.3 人仔的争议	58	6.4 伊格·莱纳德	150
3.4 流行文化中的人仔	60		
3.5 红头阶梯人物	64		
3.6 立方老兄：卡通的几何形状	67		

6.5	南森·萨瓦亚的《颗粒的艺术》	152	9.4	乐高字体	225
6.6	庄严的建筑	157	9.5	打造你自己的颗粒	226
6.7	兹比格涅夫·利比里亚的乐高 集中营	160	9.6	乐高粉丝的资源	229
			9.7	乐高宇宙	230
第7章 讲故事		163	第10章 乐高机器人： 搭建智能模型		233
7.1	情景模型	165	10.1	MINDSTORMS	236
7.2	背景故事	166	10.2	失败的机器人	241
7.3	漫画	170	10.3	乐高机器人项目	243
7.4	社会场景	175	10.4	第一个乐高联赛	252
7.5	透过立体模型讲故事	176	10.5	一个成功的分支	256
7.6	乐高小电影	182			
第8章 微型/巨型模型		185	第11章 聚会		257
8.1	微型比例	189	11.1	从网络开始	260
8.2	微型立体模型	190	11.2	乐高用户 (LUGs)	260
8.3	多人合作搭建的微型建筑	194	11.3	乐高大会的时代	262
8.4	搭建大型模型	198	11.4	聚会活动	266
8.5	真实大小的乐高	209	11.5	乐高社团	270
8.6	乐高世界纪录	212			
第9章 数字乐高		217	第12章 乐高的创新玩法		271
9.1	视频游戏	219	12.1	治疗自闭症	273
9.2	搭建游戏	220	12.2	借助乐高的营销	274
9.3	计算机辅助搭建	221	12.3	太空升降机原型	277
			12.4	高空乐高	280

12.5	肉眼可见的摩天大楼	282
12.6	新潮的假肢	284
12.7	创新思维	286
12.8	安德鲁·卡罗的机械式计算机	288

后记	291
----	-----

图片版权说明	292
--------	-----



乐高的历史





(左图)乐高颗粒多种多样,抓一把颗粒就能看到有很多种。

谁会质疑乐高的巨大影响力呢? 75%的西方家庭都有这个玩具。根据乐高集团网站上的数据,地球上平均每个人有62个乐高颗粒,共有53种颜色、2400种不同的颗粒。假如这些颗粒都漂浮在四周,那么可以想象一下,将会是什么样的场景。

就在我写这本书时,YouTube上已经有200000多个关于乐高的视频,在Flicker上有上百万标签是“乐高”的图片,还有用乐高搭建3D打印机、自动驾驶仪和磁力球的。建筑师们也曾用乐高搭建概念结构模型,艺术家则能用它们完成一幅具有收藏价值的艺术品。成千上万的乐高粉丝都会参加世界范围内的乐高聚会。

一个由家族产业生产出的小小的玩具颗粒是怎样深深地影响着整个世界呢? 就让我们一起来寻找答案吧。

1.1 比隆德：泥炭沼和乐高的所在地



乐高集团总部坐落于丹麦比隆德。

乐高集团始建于比隆德的丹麦村，直到现在，那里都保持着乐高的童话。比隆德在乐高领域非常有名，但它并不是一个大城市。在乐高闻名世界之前，这个地区最有名的是从泥炭沼里拉出来的沼泽人¹。将人类尸体保存在泥炭沼里的独特性，让科学家们得以详细研究有5000多年历史的木乃伊。

2007年该地区与相邻的市区合并，合并后的小镇面积达到207平方英里（1英里=1.609km），当时人口只有26000，其中6000多居民就住在比隆德村里。可以做个对比，纽约的5个行政区中人口密度最小的斯塔顿岛，据



说有477000人口，是比隆德的3倍。

毫不夸张地说，如果没有这个玩具公司，这个地区也不会这么有名。在丹麦的每个旅游网站上，都会介绍比隆德的乐高城。由于乐高总部和主题公园的存在，比隆德机场成了该国第二繁忙的机场。然而，游客们却不能参观乐高集团熙熙攘攘的制造工厂。如果真的很想参观乐高工厂，那么是要

花钱的。而且只能参观一部分，需要花费9000丹麦克朗，即1700美元。

整个丹麦看上去都有种乐高的感觉。“在丹麦，几乎每个家庭都有乐高的产品”。前乐高集团员工乌里克·派尔加德和迈克·杜利在《打破乐高的禁锢》（No Starch出版社，2007）一书中说到。

“事实上，乐高的思路本身与丹麦的文化和灵魂是交织在一起的。走在丹麦的小城街道上，你会觉得好像就是走在迷你乐高世界里——所有的东西看上去都很像乐高制作的，从窗户的类型，到覆盖在墙上、屋顶和门上的商标颜色，都是如此。有时候，很难分辨是真实的建筑模仿了乐高套装，还是乐高套装模仿了真实的建筑。转过街角，你可能就会看见一个带车库的加气站；每当这时，人们就常常会陷入思考，这个灵感是来自乐高的设计，还是恰好相反呢。”

如果说比隆德是一座乐高小镇，那么丹麦就是一个乐高王国。“从某种意义上来说，这对乐高集团而言是个荣耀。”派尔加德在一次访问中如是说，“很多人都希望乐高能在国际市场上表现出色。很多在丹麦长大的人都以乐高为荣。它与丹麦人的生活方式很像，很多情况下，考虑质量胜过成本。”这种思想在公司的产品中就能体现出来，虽然比竞争对手的成本高出不少，但是却可以生存数十年。

乐高集团的产品也体现了丹麦人的文化。丹麦是一个很有创造力的国家，历史上出现过很多著名的人物，如著名的童话作家汉斯·克里斯蒂安·安徒生、作家卡琳·布利克森（曾名为伊萨克·迪内森）、幽默作家和音乐家维克多·博尔赫、哲学家索伦·克尔凯郭尔。丹麦的工业也闻名于世，在国内也占据主导地位。丹麦的国内人均生产总值比美国和大多数其他欧洲国家都高，再加上整个国家都很注重好的设计，丹麦人都很追求质量的优胜。

¹译者注：沼泽人即木乃伊尸体。