



新晨报
LEO XU PROJECTS

优雅女性

时尚继续向艺术取经

2014春夏女装的“致敬”艺术热潮，是否还能激起新的浪花？

如果要为2014年春夏女装找出一个主旋律那么想必非“艺术”莫属——Prada找来4位壁画画家与2位插画师创作背景墙而与时装周，Chanel的秀场空间就是个装置艺术画廊，Alexander McQueen的色块构图让人想到蒙德里安，Celine从Brassai的作品中挖掘灵感……究竟时装与艺术还能玩出什么新花样？在国内外都享高声誉的画廊家许宇（Leo Xu）从艺术体系的观点看待这个问题。



Prada在2014春夏女装秀场墙面、服装与配饰上展示4位壁画画家与两位插画师的作品

文 / 郭军卫

设计师近年如此热衷鲜艳色彩和艺术图案，你怎么看待这个方兴未艾的趋势？

很多品牌或设计师喜欢轻率地宣称“这季服饰灵感来自于某个艺术家某年的作品”或者任意援引某个艺术门类或某次观念运动为其作品进行包装……我想说的是，设计师你的灵感能再匮乏一点吗？没有自己的创造与发现，老是在艺术的故藤中寻找灵感，而且是没有章法地东挖一角、西挖一块，说得再好听是“inspired by……”（灵感来源于……）但说实话穿了只是因为当年有幅画被画成这样，所以我的衣服里就有三角形、或有了这个颜色，那样的作法只是找到相似点，把艺术作品的基因嫁接到毫不相关的一件衣服上。

那么“Crossover”（跨界合作）会不会是比较好的形式？

的确是比较好。不过时尚与艺术这两者合作的历史相当久，形式也很多。这之中我比较欣赏MiuMiu Prada采取的“尊敬、谦卑”的态度，她不需要艺术家绘制她的肖像、不用谈论这季的

作品，只要专注创作，就像设计师当时对材料的运用、对设计的理解一样。当然，她更偏好那些能够用新视角探索空间、材质、建筑……等领域的艺术家。

我印象很深的是Prada艺术基金会策划的一个项目——耗资10万美金、在美国德州沙漠中打造的Prada Marfa“新店”——装修和内部陈列都是当季的崭新形象，只不过这间店是个装置艺术，无法进行贩售等商业行为。这间“店”让本来无人烟的公路成为观光景点，甚至还有人半夜开车去把店砸了，偷走里头的“商品”，有人在上面涂鸦写“小便”……导致当地政府决议将其拆迁，并引发许多艺术家站出来为其发声。这类有趣的合作，比较能够反映艺术与时尚想要探讨的时代精神。

我记得叶晓薇说过她很反对“跨界合作”这个词，她认为无论是艺术或设计，本来就没有疆界，所以何来跨界之有？

我同意。所以基本上我不太用“Crossover”这个词。我会用Interdisciplinary，是跨两个学科而不是范围；或者说Cross-disciplinary，打通两个领域，然后再做一个作品。

你觉得艺术和品牌的商品，和艺术馆纪念品店里卖的衍生品，有什么不同？

是本质动机的不同。衍生品是中性的，它是新的一种门类。博物馆里贩卖的衍生品是让观众有更多时间去观赏作品，是出于娱乐、教育的原因。有时也能赞助艺术家、文化机构，成为支持其继续运作的经济来源。它反而提供更诚实、直白，可被快速消费的可能性。艺术作品被直接翻译到了朴素的载体上，可能是手表、餐具或T恤，观者从中可以看到

到艺术的想法，可以欣赏作品里的笑容、某种笔触、几何构图……然后继而启发生活或工作中的灵感，或者前往美术馆观赏作品，提高了鉴赏力。

但很多合作商品只是增添了附加价值，而失去其最初的动机。根本不是“合作”，我觉得百分之六、七十所谓的合作商品就像是“把一个穿着乳部

要掉出来的车模，站在车子旁边”一样，只是把艺术家放在产品旁边。

奥斯卡·王尔德说过“一个人应该要么成为一件艺术品，要么就穿戴一件艺术品。”，你觉得艺术时尚合作的限量单品，是否也可以被视为艺术品？

成为艺术品的点不是在于限量，而是在于观念的完成。假如这件衣服被大量制造了一万件，但是都能完成艺术家的观念，或是如果不是被复制一万件便不足以实践其概念……只要是在美学上有超前的意义、能有严肃的追求、观念的突破，都不排除被视为艺术品的可能。好的合作商品甚至可以被放进展览的体系里。

是不是只要艺术家站出来宣称，商品就能成为艺术品？

从字面上说，是的。但是追求某种事物的判断时，人们会有更高层次的解读。

你支持你的艺术家向外寻求商业合作吗？

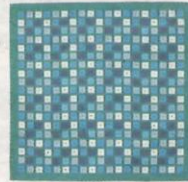
我并不反对艺术家进行商业的合作。我开设画廊的目的是想支持甚至启发新一代艺术家，这些艺术家要能回应今天当下最紧急的问题、瞬息万变的讯息、电子媒介的影响、新的城市规划甚至生存的问题。只要不是老生常谈，我都乐见其成，毕竟我们活在一个上下文的关键年代，无法避免在更多不同领域里出现共同创作的行为。

是不是那样能更快把艺术理念介绍给世界？

有些艺术家与商业进行沟通合作，是被其

创意概念所吸引，有些是为了支持慈善、教育、防治艾滋病或世界和平，出发点各有不同。但有另外一批艺术家，仅是因为可以享受豪宅、名车或派对等奢华待遇，哪怕只是15分钟。

真正拷问一位艺术家的东西，是她/他的作品有没有在美术馆、博物馆、教科书里，而不是跟多大的品牌合作。



爱马仕2014春夏系列中这条90厘米斜纹真丝方巾上的图案，乃是“帆布/画布”运动创始人克洛德·维拉瓦（Claude Vialat）于1966年所创作之挂画



由左至右：香奈儿用75件原创装置艺术装点秀场，陈鹤斌重现了Stephen Sprouse的经典涂鸦，Celine这季女装宛如陈鹤的“画作”灵感来自匈牙利摄影家Brassai的作品

新闻晨报出品STYLE Daily为你天天报道时尚、美容、钟表、珠宝、美酒、高端生活方式与新鲜资讯 资讯提供: style@mediasky.sh.cn