

PRESSBOOK

KAWS

HiArt

July 2017

798艺术区的进与退

当代艺术第一现场的江湖地位何以稳固？

Hi艺术

SINCE 2006

No.002



封面作品：高瑛 《SHINE ON YOU CRAZY DIAMOND》 380cm×150cm×2 布面丙烯 2016（局部）

中信出版集团

KAWS

从街头涂鸦到现象级潮牌艺术家

文：张朝贝

图：余德耀美术馆

作为波普文化中极具轰动效应的人物，KAWS在过去的二十年间，从早期源自街头的图像开始，而后发展出玩具和服装等衍生品，引发艺术市场狂热关注，令他成为当代独树一帜的现象级艺术家。或者我们可以换句诙谐的话说，二十年前的一个傍晚，一个美国小伙在街头画了一个叉，一个现象级潮牌艺术家就此诞生。



作品《ALONG THE WAY》246cm×190.5cm×130.18cm 木头 2013
(Collection of the Artist)

他是风靡潮流世界的偶像级艺术家；他曾纵横街头文化、流行时尚、当代艺术殿堂20年，将原本泾渭分明的涂鸦、设计与艺术领域进行融合，建立起自己强大的艺术王国；他与多个时尚品牌合作设计的作品引发全球消费世界与艺术市场的追捧……

3月28日，“KAWS：始于终点”登陆余德耀美术馆，这是他在亚洲首个大规模的阶段性回顾展，涵盖了艺术家二十年来创作的油画、雕塑、素描、玩具以及街头干预等艺术作品。

KAWS是谁？从最火的涂鸦艺术家说起

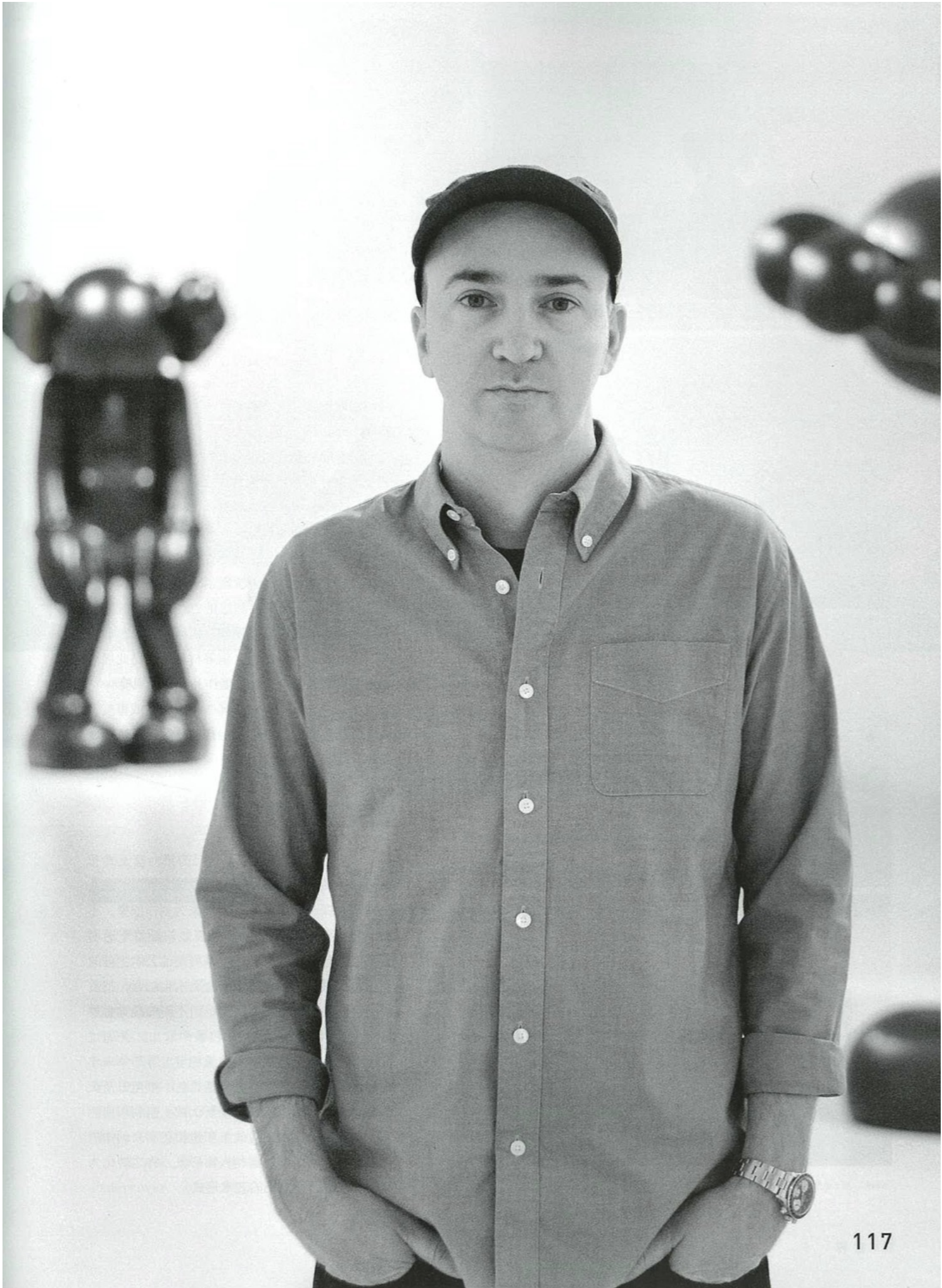
KAWS原名为Brian Donnelly，1974年生于美国新泽西州，1993年进入曼哈顿视觉艺术学院学习插画，之后的七年，是KAWS作为街头艺术家最活跃的时期。与一般人在墙壁、地铁、火车上涂鸦不同，他通常会将城市中各个角落的广告海报带回家中加工，然后再归还到原位。

随着他的图像风格日渐成熟，其作品对于广告本身的批判也更加深刻。他将自家的骷髅头标志元素注入纽约市的巴士站及电话亭的广告海报，这种独特的介入方式使他一举成名，并终于开始与广告界进行专业合作。

本次展出的作品就是他与商业摄影师大卫·西姆斯合作的成果。KAWS从流行文化及动画中提取元素，蓝精灵、辛普森一家、海绵宝宝、史努比等经典的卡通形象经过KAWS的再创作融合了艺术家独特的艺术语言。

从潮牌玩具到大型雕塑

1997年，KAWS去了东京，对这种用卡通人物打破语言障碍、跨越文化差异的表现形式深深震撼；1999年，他与公司Bounty Hunter合作，第一次把自己的画变成3D的实体，制作出第一个



117



“KAWS：始于终点”余德耀美术馆展览现场

KAWS搪胶玩具：一个有着“X”眼睛的米老鼠：初代Companion（同伴）。

尽管KAWS创作过很多人物，但最具标志性的三个形象分别是：“同伴”（COMPANION）、“老友”（CHUM）——米其林先生的衍生形象，以及“共犯”（ACCOMPLICE）——长耳朵兔子。这些被重设过KAWS化的形象，标志性“X”眼睛和骨头耳朵元素，就如安迪·沃霍尔的Campbell's汤罐头一样有着更强识别度和应用力的签名。

经过精细的设计与制作，这些经典作品最终得以通过玻璃纤维、铝、铜等材料，或是此展厅展出的木制雕塑，实现巨型作品的呈现规模。

当观众在展厅里仰望那些或悲伤、或害羞、或疲惫的雕塑时，似乎已经打破了玩具与雕塑之间的界限。

从街头制作到殿堂艺术

2001年，KAWS创作了自己的第一套正式布面丙烯作品：“包装画”系列。该系列的主题人物为辛普森一家，以辛普森一家为创作原型。不同于传统的挂画方式，KAWS将他的画置于透明塑料罩板包装中呈现。这个系列是他艺术生涯的一座重要里程碑，它将商业与美术相结合，把看似不协调的材料融入他所穿行的不同的视觉世界之中。KAWS渐渐将作品从包装中取出，并通过描绘辛普森一家，蓝精灵和海绵宝宝等形象来丰富自己的调色盘，当然也包括柔色、单色以及荧光色的作品。随后，如同埃斯沃兹·凯利和弗兰克·斯特拉等擅用硬边线条和饱和色彩来创作的艺术家一样，他开始解构人物形象，将之转化为建立在抽象传统之上的艺术形式。



《始于终点》 213.36cm×304.8cm 布面丙烯 2011
(Collection of the Modern Art Museum of Fort Worth, Gift of the Director's Council and Museum purchase, 2012)

潮流与跨界:现象级艺术家之路

作为波普文化中极具轰动效应的人物,KAWS在过去的二十年间,从早期源自街头的图像开始,而后发展出玩具和服装等衍生品,对滑板之类的产品进行产品设计,并涉及油画、素描、版画和雕塑。2006年,KAWS创办潮流品牌Original Fake(2013年已宣布结业),进军潮流服饰市场,利用各样独有的KAWS式代表元素,在全球消费世界和艺术市场引发狂热关注,令他成为当代独树一帜的现象级艺术家。

多年来,KAWS曾与A Bathing Ape、Undercover、Kung Faux、Nike、Vans和Comme

des Garçons等大量品牌进行过跨界合作,其中*Wonderful World*曾以高达40万美金的价钱售出,与国内知名艺术家岳敏君创作的捂眼的笑脸形象更是在艺术界轰动一时。

此次展览中,观众就能看到诸多此类跨界产品,比如有“x”标记的运动鞋、Marc Jacobs的周年限定女鞋和2013年MTV音乐奖的奖杯。而KAWS的最近一个品牌合作方是优衣库,后者即将推出双方的第二个UT联名系列KAWS×PEANUTS。对于KAWS迷来说,相比于那些动辄上万的作品,这次的合作或将使得那些经典的KAWS式元素“飞入寻常百姓家”。