



孪生于时尚和消费文化中的 涂鸦艺术

Graffiti Art as the Twin Brother of
Consumption Culture

金宁 Jin Ning

不管是荧光绿涂鸦leggings，还是玫瑰色涂鸦motifs，或是经典的涂鸦老花“speedy”，甚至是涂鸦雨衣……都获得了时尚界的一致称赞。为了庆祝该系列的发行，路易·威登甚至将其位于纽约苏活区Greene Street的旗舰店从里到外装饰成一个巨大的“涂鸦”场地，放眼望去到处都是斯蒂芬·斯普劳斯标志性的涂鸦字体。

认识斯蒂芬·斯普劳斯 (Stephen Sprouse) 吗？如果在2009年之前，你不认识这位曾在上世纪80年代红极一时的天才涂鸦艺术家，也没有什么关系。因为艺术，尤其是涂鸦艺术，或许并不是人人都爱的事儿——不过，如果今天你还不知道他是谁，那么，在这个时尚与流行文化大行其道的时代，你就肯定是个落伍的闷蛋了——因为早在去年，时尚奢侈品巨鳄路易·威登 (Louis Vuitton) 就出过预告大片的2009春夏新品，将隆重推出“向Stephen Sprouse致敬”特别涂鸦系列产品。如今，这个系列的衣服、鞋子和皮包，已经全面上线，并在全世界的LV店面里火爆热销中……现在，你还能说不知道他是谁吗？

不久之前，在纽约曼哈顿SOHO区的一座LV旗舰店里，由马克·雅可布 (Marc Jacobs) 主理的“Louis Vuitton x Sprouse”涂鸦系列，举办了发行庆功派对，标志着这一系列涂鸦风格的奢侈品全线亮相。至于路易·威登为何向已故的天才涂鸦艺术家斯蒂芬·斯普劳斯致敬，特地将斯蒂芬·斯普劳斯与路易·威登在2001年合作设计的涂鸦作品重新复活，我们不得而知。但是，这次推出的时尚新品，不管是荧光绿涂鸦leggings，还是玫瑰色涂鸦motifs，或是经典的涂鸦老花“speedy”，甚至是涂鸦雨衣……都获得了时尚界的一致称赞。为了庆祝该系列的发行，路易·威登甚至将其位于纽约苏活区Greene Street的旗舰店从里到外装饰成一个巨大的“涂鸦”场地，放眼望去到处都是斯蒂芬·斯普劳斯标志性的涂鸦字体。加上霓虹灯光四射，到场嘉宾不是涂鸦上身，就是色彩鲜艳，每个人都被这种嘻哈情绪感染。不管如何，路易·威登的决策至少证明了涂鸦艺术的抬头之势，在这个时代。

事实上，并非路易·威登捷足先登，涂鸦艺术在最近几年，早就频频与时尚领域合作，诞生了一系列与涂鸦相关的服装、鞋子、皮件、手表、香水等流行事物，可以说是在时尚界刮起了一阵涂鸦旋风——时尚工业确实在改变涂鸦艺术的生态——提起这段涂鸦从街头战斗跨入时尚的历史，自80年代以来便不乏案例。一些涂鸦艺术



#1 AK-47 涂鸦 张大力
#2-3 街头涂鸦作品



家借着在街头打响知名度，进而自创品牌获得商业上的成功。如1980年代，Shawn Stussy将他的签名印成T恤，创立STUSSY服饰，也鼓舞了不少涂鸦客。对于涂鸦品牌而言，在街头涂鸦不只留下记号，还是立竿见影的广告手段。以1989年创立的OBEY为例，其作为商标的一张大脸，至今在各大城市角落常可撞见。除了自创品牌外，更多的例子是涂鸦艺术家与品牌的合作。最具新闻性的，无疑是1985年SWATCH推出的Art Special系列，邀请了涂鸦艺术家Keith Haring创作出四款涂鸦风格腕表。但涂鸦的街头风格真正被时尚工业金字塔顶端注意到，却约在五年前才渐成趋势。近几年来，包括Christian Dior、Calvin Klein、Levi's、Adidas等品牌都不约而同地推出涂鸦风格的服饰、香水、球鞋及配件。

涂鸦为何在时尚领域如此吃香？原因或许在于：相较于保守的中产阶级品味，街头文化的自由、活力甚至是它的破坏力，确实让涂鸦渐渐成为

时尚界解构传统、创造新刺激的挖宝之地。邀请涂鸦客在商品上涂鸦，也成为品牌行销或商业设计的策略。2003年，Nike推出了一支结合嘻哈与涂鸦的广告“Urban Canvas”，找来了纽约布鲁克林区的涂鸦艺术家David Ellis、a.k.a. Skwerm等人，与DJ合作，突显出涂鸦与城市混乱而流动的风景共构出的活力。负责该广告企画的Motion Theory，自身就是一个以街头艺术为主轴的设计公司，旗下许多的设计师之前都是街头涂鸦客，他们“在警察局里的案底比完成的商业案子还多”。除了从充满活力的街头风格取材，时尚工业近来也投入推广或赞助涂鸦艺术发展的行列，

一方面是引介国外知名的涂鸦艺术家来台献艺，另一方面则提供机会给在地的涂鸦创作者。近年发生的几项涂鸦活动，不约而同地展现出这种态势。9月份，来自巴黎的涂鸦艺术家Andre Saraiva应海尼根举办的“Paris Glamour巴黎前卫艺术”音乐派对活动，以及几乎同时，由K-Swiss主办的“K-Spray亚洲模板涂鸦”在台北国际艺术村展出约30件国际模板涂鸦作品，还有邀请Logan Hicks、SIXTEN、Phibs等三位涂鸦艺术家于艺术村进行现场创作……

不可否认，涂鸦艺术进入时尚工业并取得成功，打开了艺术与商业合作上不可多得的双赢局

面。我们一方面乐意见到艺术通过时尚的方式，获得大众的认可及广泛的社会认知；但是，另一方面，对于涂鸦艺术而言，这样的合谋似乎与涂鸦艺术出现的初衷背道而驰，它不再是独立态度和批判立场的表现，也不是创造力和想象力的自由发挥，而变成资本操控下可利用的艺术价值。在“涂鸦”之名下的商业成功，或许为许多涂鸦艺术家提供了不可多得的机会，也为时尚和流行文化注入鲜活的动力，但是，从长远来看，这是未来涂鸦的发展趋势吗？这对于涂鸦艺术而言，是正确的行进方向吗？或许，在商业光环的包裹之下，涂鸦有一天会失去它原有的活力与动力，而逐渐消失在我们的视野中……那个时候，商业或资本还会像现在这样追逐涂鸦艺术家的踪影吗？