

BEYOND

**刘韡**  
作品多以具有尖锐社会讽刺意味和醒目视觉形象的大型装置闻名,同时广泛涉足摄影、影像、绘画、雕塑等领域。刘韡的创作深受新世纪中国社会特有的变动和起伏影响——城市的人文景观的变迁影响;与城市息息相关的、激进的混乱,以及与抽象历史积极进行沟通的、平静的绚丽。

FUTURE

LANDSCAPES

# SUPERELLE × 刘韡

## 未来景观,不止于此

在SuperELLE的这次时装拍摄中,模特就像刘韡的雕塑和其他任何形式的物品一样,是临时的存在。与艺术家的作品发生即时关联,就此即兴创作,这是一种对时装和艺术的“拼凑”手法的重新想象,也是对未来景观的一种假设。

摄影:小朋 造型/编辑:CLOE DONG 采访:黎露叶 原文:韩纵 化妆:王瞳 发型:王朋 模特:潘浩文(龙腾精英)





绿色波点垫肩上衣  
Balenciaga  
黑金吊坠项链  
Chanel  
紫色皮裤  
Saint Laurent

## 谁的未来景观?

回到《微观世界》或者刘犇的其他创作之中，装置与他图像美学的绘画所形成的秩序、规则、表象以及本质，是回望过去，映射未来的可能性探索，他在京郊那个巨大的有着不断变化的奇异景观的工作室中，在一个较为稳定却日臻伟大的创作体系之下不断提出新的创作方案，完成不断修正、否定、再提出的自我进阶过程。过去经验中抽象化而来的形态、颜色与线条交织着描绘出一场关于未来景观、但是又不止于此的顷刻，连续的顷刻如幻灯片一般形成了一部连续剧。虽被冠以“中生代”艺术家的年龄标签，他仍然如每一个年轻的创作者一样，拥抱科技革新所带来的丰富和可能。

“此刻所谓的创造力因为个体差异被放大后，变成了一个放大镜，谁更会使用放大镜，谁就成了更有创造力的人。”

但是不同于当下年轻人的抗争，刘犇的世代有更为清晰的抗争对象及方向，“在今天的碎片化现实世界中，抗争对象抽象化，出口亦更难找寻”。

当我们被社交媒体所扁平化、同质化之时，无论是拎着那个艺术式的包包或链球“物件”，还是穿梭在《微观世界》和刘犇所构建的全部的艺术世界、未来景观之间，若仅仅沉迷于造型和材料，进行打卡式的造访，我们是否能得到更为强大的观念指导，拿起那个每个人都应该拥有的“放大镜”进行创作实践，并且开展与目前系统的持久抗争，决定了谁将真正走进那个相对自由的未来风景。>

### 刘犇全新大型个展 “刘犇：放场/Over”

2020年11月11日  
-2021年1月7日

上海龙美术馆(西岸馆)

总计2800平方米的空间将被艺术家的最新系列装置、雕塑和绘画作品占据，形成一个巨大的剧场、一座未来文明的旷野、一个更为宏大的世界样本。







格纹连衣裙  
白色网纱半裙  
均为Burberry  
黑色皮质手套Shie Lyu





红色亮片长裙  
Bottega Veneta





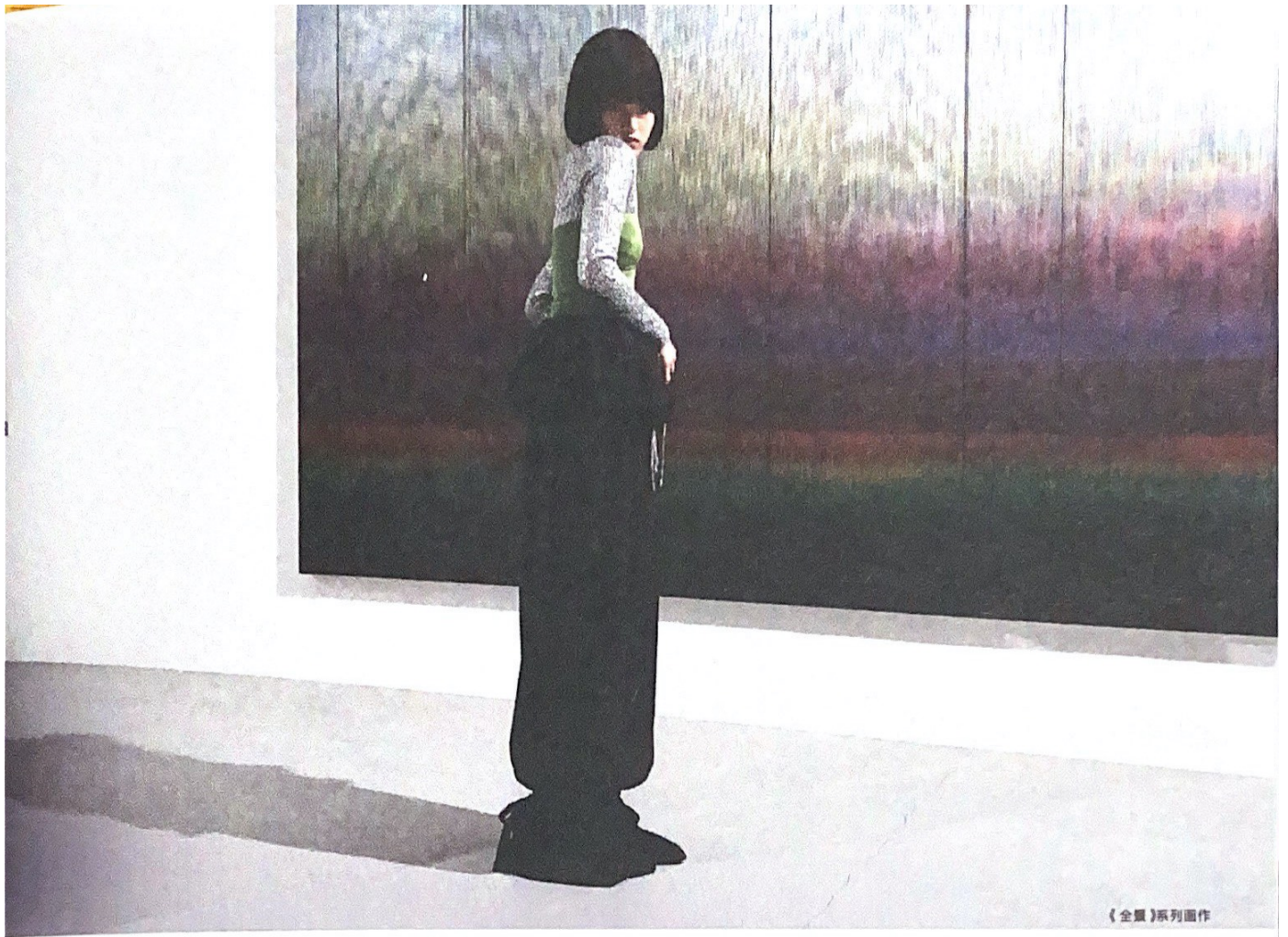
黄色印花长裙Loewe  
酒红色手套Givenchy  
金色项链Louis Vuitton





黑色羽绒长款外套 Givenchy  
网格紧身上衣 Fendi  
白色脖套 Louis Vuitton  
黑色腰封 DIOR  
黑色丝袜 Chanel  
黑色厚底鞋 Prada

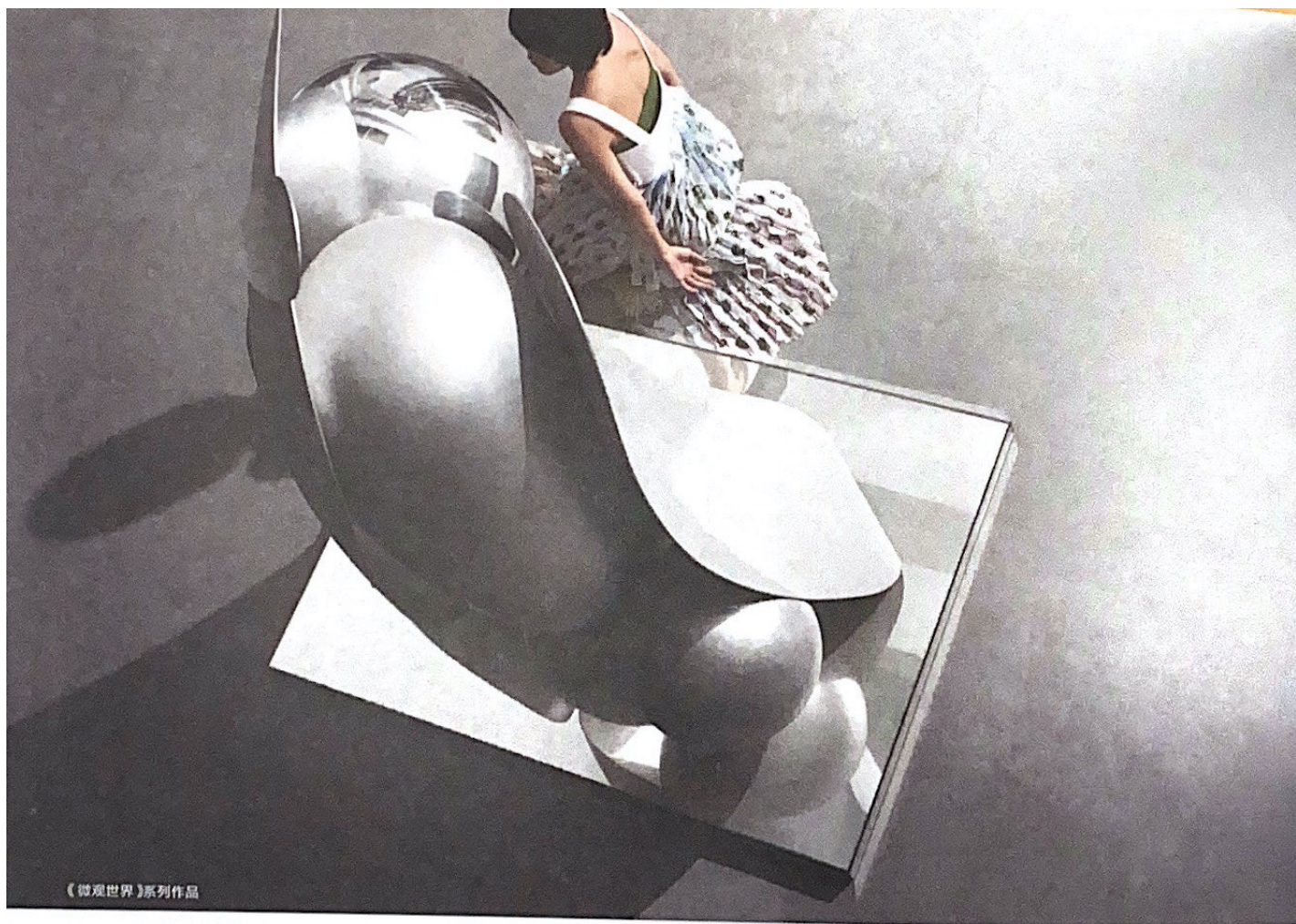




《全風》系列畫作

綠色吊帶背心 Shie Lyu  
亮片緊身上衣 Ami  
黑色廓形褲 Loewe  
蛇皮高跟鞋 Jimmy Choo  
黑色蕾絲吊籃 Prada





《微观世界》系列作品

绿色吊带背心  
白色长裙  
均为Shie Lyu

这个秋季，路易威登 (Louis Vuitton) 将品牌与当代艺术跨界践行致远，继早年与村上隆、Jeff Koons、草间弥生等王牌艺术家合作之后，本年度更一口气与来自全球各地的6位当代艺术家进行合作，推出其经典Arty Capucines系列的限量艺术合作包款，其中一款便是来自中国北京，备受国内外瞩目的当代艺术家刘鞅的大作。

### 艺术介入社会

什么是艺术？艺术又是如何从高高在上、“没有功用”的存在进入到社会建构之中？不可否认，其中一个途径，便是通过奢侈品、时尚、青少年文化、大众，一层又一层介入到社会行为及其文化结构之中。正是以奢侈品牌为代表的那些小小logo高举着大旗引发了全球美学经济。

在刘鞅看来，“艺术是为了美，奢侈品则是为了漂亮”，而时尚与时间性则是一种辩证关系：“当你觉得它是时尚的时候，它已经不是时尚了。”

“每代年轻人都有自己的价值观、想要表现自

己”——品牌VI体系里的洗脑式的logo、纹章更以最精准的速度和角度，以艺术之名、潮流之实充分消化、吸纳和转换，然后展示为年轻人文化乃至亚文化。至于大众——“大众是艺术的接受者，但接受后，他们又成了缔造者”，人们一边接受一边缔造，艺术家则为什么是美、什么是艺术贡献其创造力。

艺术家创造出了新的理念、图像、符号、物体关系等，品牌与艺术的跨界则将此种创造进行再度解释并通过更大规模的大众传媒和社交媒体达到全民审美普及的目的，商业目的之中亦包含了最有效的社会美学传播。因《微观世界》而诞生的包袋，通过展示、传播最后达至售卖，艺术通过它们在全球语境中介入到社会行为之中，并成为循环及闭环。

### 从微观的《微观世界》开始

刘鞅创作的Arty Capucines手袋以艺术家参加2019年威尼斯双年展主题展中的大型装置作品《微观世界》为蓝图。原作指向一个不明的微观或者未来世界。



Scan Me

快使用ELLEplus App, 点击右上角AR按钮, 扫描这一页, 立即体验酷炫AR



**SuperELLE:** 艺术与luxury、与fashion、与大众、与青少年的关系是怎样的?

**刘韡:** 相同之处在于都是无用的。不同之处在于奢侈品是为了漂亮而产生的, 艺术是为了美而产生的。艺术的美并不是美的事物, 而是一种感觉。艺术和时尚都是具有时间性的, 时尚更准确地昭示了时间的流动性, 时尚对于时间的表达无法落实到物上, 它的时间性无法准确表达究竟在哪一刻是时尚的——当你觉得它是时尚的时候, 它已经不是时尚的了。大众是艺术的接受者, 但接受后, 他们又成了缔造者。虽然不是深深地介入到艺术的内部, 却塑造了人类关于美的认知。艺术家本身并不能决定什么是艺术, 但艺术家能为什么是美、什么是艺术提供物质材料——也就是创造力。

**SuperELLE:** 你年轻的时候怎么看艺术, 怎么看luxury与fashion? 目前95后、00后文化在年轻人中似乎压倒一切, “亚酷”这个词你听说过了, 你觉得这个现象背后的本质是什么?

**刘韡:** 艺术本身就是青少年, 艺术是一种创造力, 艺术是在不自知的情况下发生的, 就如同青少年涉世未深, 并不会按照既定的有目的性的计划去发生。这就是两者的相似之处。关于“亚酷”——每代年轻人都有自己的价值观、表现自己的方式。现在来得更猛烈, 是一种叛逆, 是因为宣扬个性化的教育方式而产生的。我并不觉得这是一件坏事。

**SuperELLE:** 你的创作是关于“未来都市”的吗?

**刘韡:** 我的创作是关于未来, 但未必是都市。当然人类是离不开都市的。其实我关心的是过去, 映射的是未来。过去是过去的当下, 对于过去的追问恰恰是在寻找关于未来的可能性。

**SuperELLE:** 如何看待“国潮”?

**刘韡:** 美是一种判断性思维, 并没有绝对, 所以“国潮”常常是因为一种反差——过去认为它土和丑, 现在恰恰成了它是一种美的原因。所以时尚设计类的东西永远有这样的反复。

**SuperELLE:** 如何看待中国年轻一代的创造力?

**刘韡:** 因为科技, 现在的年轻人比过去更加丰富和有更多的可能性, 这种丰富和可能性的持续性是一个问题。每个人都有创造力, 此刻所谓的创造力有可能是因为个体差异被放大后而造成的, 创造力变成了一个放大镜, 谁更会使用放大镜, 谁就成了更有创造力的人, 而这需要时间。时间能够描绘创造力所形成的图形, 不是所有人的创造力都是能够形成图形的。■■■

刘韡设计的路易威登Arty Capucines包包制作过程



刘韡和他设计的路易威登Arty Capucines限量包包

