工廠

50年的藝術與消費文化

文／史蒂芬・麥卡布雷（瑞銀集團藝術典藏暨展覽策展人）

1｜2
1　安迪・沃荷　康寶罐頭湯（局部）I　絹印版畫作品集（10張）　94×63 cm（每張）　1968　瑞士銀行收藏
2　安德列斯・古爾斯基　99分　彩色輸出　207×337 cm　1999　瑞士銀行收藏

在1960年代初期，紐約當代藝術界就跟其身處的文化大環境一樣，積極接受了大眾消費主義。此時的藝術反映了許多豐富、物美價廉消費商品，這些大量生產的商品如浪潮般充斥在戰後的美國境內，而普普藝術大師安迪・沃荷（Andy Warhol）以「工廠」（The Factory）為名的工作室，便呈現了這種藝術及商業結合的寫照。今日，這波浪潮依然沖擊著全球各地，越來越多人將消費視為是其生活的重要部分，這樣的現象引起全球藝術家持續的探討與回應，對消費主義的態度也比美國早期的普普運動來得更加多元。

當代藝術家對消費的態度成就了本展覽的主題，本展名稱一方面源自於安迪・沃荷在1963年的湯罐頭畫作系列之後，於其工廠工作室創作的〈康寶湯罐頭1〉系列；另一方面則來自於台灣藝術家陳界仁在其〈加工廠〉乙作中，通過黑暗抑鬱手法提出對消費主義的探討，進而多方面地呈現過去50年以來，藝術對大眾消費市場感受的變化。我們可以發現，在陳界仁與沃荷各自表彰的立場中，存在著寬廣的討論與辯證空間，本展期望能為這空間帶來其他不同藝術家的強烈聲音，在這裡，有些藝術家完全是以商業及消費文化為創作的中心，有些則是透過此主題來探索更為寬廣無垠的世界。

身為策展人，我期望邀請觀眾觀賞不同類型的作品，並從中獲得新的結論。在這些類型的作品之中，其中一個明顯趨勢呈現出藝術家看待消費者選擇及零售展示的多元方式，這個趨勢最早可追溯到普普藝術肇發前的偉恩・第伯（Wayne Thiebaud）。第伯在1961年作品〈甜點〉中呈現了排列整齊的精美蛋糕，等著用餐者伸手拿取，而接續它的是沃荷將康寶濃湯罐頭賦予理想化與索引化的視覺呈現，兩人的作品都是對零售商品全然

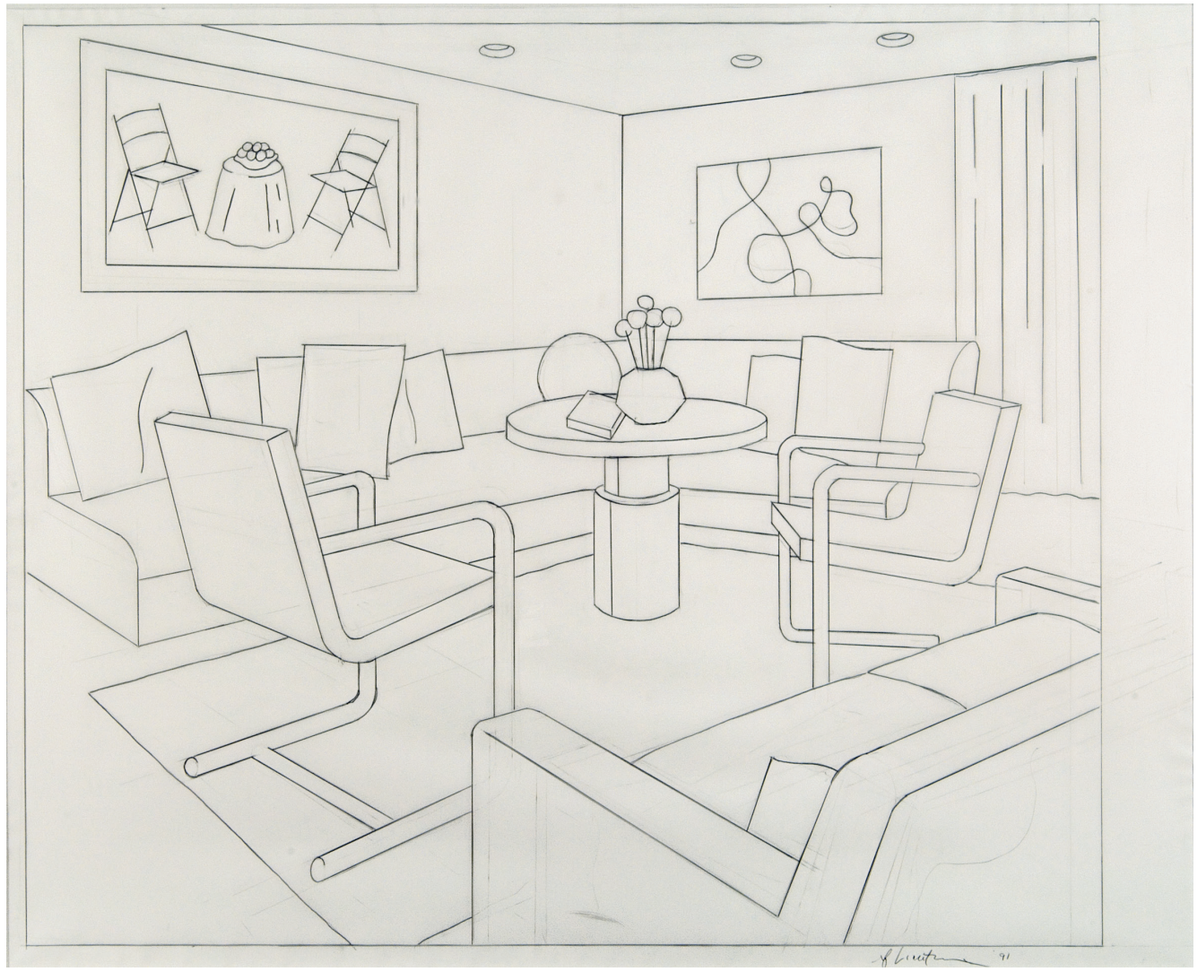
1 2 3

1　偉恩・第伯　甜品　油彩、畫布　61×76 cm　1961　瑞士銀行收藏
2　曹斐　誰的烏托邦　錄像22 min.　2006　瑞士銀行收藏
3　洪浩　物件No.4　彩色輸出　127×216 cm　2002　瑞士銀行收藏

心悅誠服地展現。同類型的還有30年後崛起的德國數位藝術大師安德列亞斯・古爾斯基（Andreas Gursky），他在作品〈99美分〉中呈現出一則幾乎看不到盡頭的商品場域，並羅列了成千上萬個便宜到嚇人的商品。他這種對消費較為批判的態度被兩位印度藝術家圖克拉（Thukral）與塔格拉（Tagra）作進一步延伸，在他們2009年名為〈吸引人的恐怖〉系列中，儼然成為垃圾的消費品包裝與自然的素材結合在一起，形成了美麗圖像，讓我們得以省思自己在消費商品上的種種選擇。而洪浩的〈我的東西〉系列則運用數位技術，把自己擁有的東西變成消費展示品，彷彿質疑著現代人對如此多物品的擁有及使用。

此外，另一類型的作品則試圖探討個人在大眾市場中的位置，首先是普普大師洛伊・李奇特斯坦（Roy Lichtenstein）經典的室內系列，他的作品刻畫出一幅沒有居住者身影的室內景象，讓人看似彷彿傢俱展示間而非尋常的居家空間。而古爾斯基的〈巴黎車展〉則呈現車展中無止盡的買車參展人潮，其中紅衣女郎等人物在人群之中反復出現，也暗示著購買的消費者其實就跟汽車一般，皆是某種大量製造下商品產物。約翰・巴爾代薩里（John Baldessari）〈肉：有錢人〉一作出現的趁機撈錢資本家，則是反映一種介於富有及空虛的消費圖像。另外還有杉本博司（Hiroshi Sugimoto）對歐洲歷史知名貿易家彼得・史岱文森（Peter Stuyvesant）蠟像細膩地觀察研究，以及曹斐〈誰的烏托邦〉中對工廠實際製作產品的真實人物們的深沉呼籲，最後來到陳界仁影片令人揮之不去的工廠景象。

我期望通過本展讓觀眾發掘各種類型的創作，例如把大量製造的商品當成藝術的作品，其中包括克萊斯・歐登柏格（Claes Oldenburg）於1969年創作的真空成型汽車模型，令人聯想到亨利・福特（Henry Ford）現代工廠的起源，或者達米恩・赫斯特（Damien Hirst）以及沒頂公司（MadeIn Company）筆下仿工廠生產線製造的畫作。另一



1|2 1　羅伊．李奇登斯坦　室內景觀：油壓桌子　鉛筆、羊皮紙　99×120 cm　1991　瑞士銀行收藏
3 2　陳界仁　加工廠　錄像31:09 min.　2004　瑞士銀行收藏
3　安德列斯．古爾斯基　巴黎汽車沙龍　攝影　173×205 cm　1993　瑞士銀行收藏

類型則是從大量製造回歸至手工繪製，例如貧窮藝術（Arte Povera）的藝術家阿利吉埃羅．博埃蒂（Alighiero e Boetti），他在其1978年所繪製的當代飛機圖是用大量製造的原子筆所繪製而成，這在當時是一種前所未有的創作媒材。另外還有1980年代普普後期的超級明星克里斯多佛．沃爾（Christopher Wool），他於〈AWOL〉（1989）一作使用了18世紀大量製造的標籤列印蠟紙，形成了可以自由懸掛的精美畫作。另一種類的作品則是跟大眾電影及電影觀賞有關，早期的代表是加州普普藝術傳奇人物艾德．若夏（Ed Ruscha），他於1960年代末期到70年代創作的加油站系列，為日後20世紀福克斯電影公司氣勢十足的標誌提供了設計靈感。若夏之後還有約翰．巴爾代薩里的電影，以及納文．羅旺查庫（Navin Rawanchaikul）具紀念意義的寶萊塢海報繪畫，最終再回到陳界仁討論工廠的錄像影片。

不論是50年前或是今日，以上種種針對大眾消費變革的思想及回應都至為重要，隨著消費文化在全球持續產生的衝擊與影響，普普藝術正以不同表現形式成為各地藝術家共通的選擇。