

普普教父

安迪·沃荷的傳奇 Andy Warhol 1928-1987 美國

文／桃園東南社 PDG Soho 前總監林千鈴
蘇荷美術教育體系創辦人

未來每個人可以出名 15 分鐘——安迪·沃荷

二十世紀最有名氣，也是最受批評的藝術家

不管你認不認識安迪·沃荷（Andy Warhol 1928-1987）這位普普藝術的教父，他不折不扣都是廿世紀藝術界最出名的人物之一。人們對他的評價好壞非常兩極：

英國媒體說：安迪是全世界最出名的畫家，他挽救了藝術，讓藝術走向大眾。

美國藝評說：安迪是「藝術的末日」，自從普普藝術後沒有藝術。

無論人們怎麼批評，他的影響力超越了時間空間，甚至到今天，在世界各地。

我們眼睛所見到的服裝、商品、設計、廣告等流行文化，處處充滿他的影子。他讓最簡單通俗的物品都可以成為藝術中的主角，改變了現代人對藝術的觀念。



圖一 牛 1966



圖二 香蕉 1966



圖三 花 1984

改寫了藝術家窮苦潦倒的命運

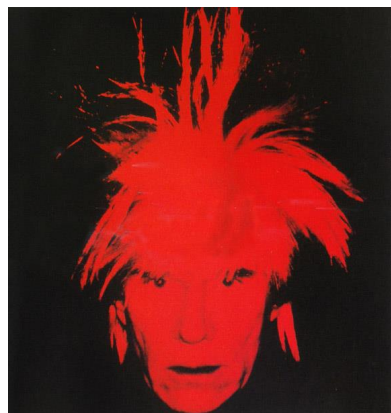
如果你以為所有的藝術家都像梵谷一樣，生前默默無聞，死後才大放異彩，那你就錯了。這位普普藝術教父，生前名利雙收，死後雖然已超過二十年，仍然名列「最會賺錢的過世名人」排行榜的第六名。

沃荷生於美國賓夕維尼亞州匹茲堡，父母是捷克移民，父親是工人，他從小身體非常孱弱，常常請病假，八歲時感染風濕性熱病，後來併發成爲一種怪病，說話時發音含糊，動作時手腳會抖顫的「舞蹈症」，在他成爲媒體很喜愛專訪的對象後，這種特色反而讓他顯得怪異、更引人好奇注意。

學生時代每學期結束後，他會以每張五元的代價，把自己的作業和設計圖賣給同學。有些參加過

展覽的作品，每張還可以賣到七十五元。

後來他大量印自己的頭像，明星照片，或印美金一元鈔票等等，現在每一張都價值台幣百萬元以上。（例圖四、圖五 安迪頭像）



圖四 自畫像 1986



圖五 自畫像 1966

用大量印製，改變藝術品只有「唯一」一張的定律

傳統藝術崇高超俗，強調畫家獨一無二的親手創作，而且要有美感引人愉悅喜歡，此外，技藝要高超複雜，就像蒙娜麗莎是稀世珍寶，全世界僅能有一張，多出的必然是仿冒品。

但是沃荷利用絹印印刷，破壞藝術最強調的藝術家個人風格和手繪特色，讓作品作看起來很通俗，像是任何人都可以製造的印刷品，而且還非故意，常淘氣的印得「不太好」「不太準」。（例圖六 蒙娜麗莎）

他從百貨公司、超級市場、廣告圖片尋找主題，他不只是不親手畫，甚至在漫畫、廣告、照片、圖片中，找資料複製拷貝，讓簡單得不能再簡單的一朵花、一隻牛頭、一個罐頭當畫中主題，古代嚴肅的藝術題材像宗教神話、宮廷的豐功偉業，或美麗人物風景靜物這都消失了。（例圖七 康寶濃湯罐頭、圖八 可口可樂）



圖六 蒙娜麗莎 1963



圖七 康寶濃湯罐頭 (二) / 十張版畫圖輯 1969



圖八 三個可口可樂瓶 1962

他把藝術當成商業，認為自己是藝術的製作者，也是售貨、送貨員，他更設立著名的「工廠」來大量製造印刷藝術品，並且大量使用名人、新聞事件的影像，他認為，在生活上罐頭和明星一樣重要，都可以成為創作的題材。

媒體的寵兒，群眾崇拜的大明星

沃荷深深明白，要在美國的藝術界成名，就必須讓人們看到他、知道他的存在。電視、報紙、雜誌、廣播有很大的傳播力量，可以讓一個平凡的人成為名氣響亮的大明星。

他不僅懂得裝神秘、故弄玄虛，更懂得「語不驚人死不休」的道理，他戴各種顏色，同一個樣式的假髮，買一百件同樣的白襯衫，天天穿一樣，貫徹他「複製」、「拷貝」的藝術理念。這些奇怪的言行舉止，經過媒體的渲染，造成群眾對他瘋狂的好奇和崇拜。

訪問他的報刊雜誌一次可以賣出十萬份，他製作過七十五部電影，有些還親自執上一角，和好萊塢明星演對手戲，他也組織樂團，製作唱片、設計櫥窗，主持電視節目。他像電影明星一樣，早已成為美國家喻戶曉的人物。

永遠的安迪·沃荷

安迪·沃荷從小非常乖巧，卻利用藝術來表現他的叛逆創新的精神。

他的畫刻意的單調、無聊和重覆，沒有高超的技術和吸引人的美感，卻深深符合現代人冷漠、空虛的心情。

他的畫作和言行一起造成的叛逆印象，為的是要打破藝術高超，商品粗俗的舊觀念，他要讓藝術變得很簡單普及，人人可以在生活中享用。以現在二十一世紀的眼光看來，他的目的真的成功了。

本文圖片僅提供教學使用，請勿轉載

獎勵訂閱月刊 達 100% 扶輪社 折扣優惠辦法 即日起開始辦理



本會為鼓勵扶輪社訂閱台灣扶輪月刊，並直接回饋全力支持月刊的扶輪社，已擬定獎勵辦法，即日起開始辦理如下：

- 一、凡訂閱「台灣扶輪」月刊達 100% 之扶輪社，訂閱費將獲 10% 折扣優惠。
- 二、如欲參加此一優惠辦法，扶輪社須按社員人數預繳六個月訂閱費，並不可臨時減少訂閱冊數。不論任何理由，中途減少訂閱冊數，概不予退款。