

前衛藝術的轉型

THE TRANSFORMATION OF THE AVANT-GARDE

LIANNA CARRAN 著 ◆ 張心龍 譯

藝術館



前衛藝術的轉型

THE TRANSFORMATION OF THE AVANT-GARDE

D I A N A C R A N E 著 ◻ 張 心 龍 譯

國立中央圖書館出版品預行編目資料

前衛藝術的轉型 / Diana Crane著 ; 張心龍譯.

-- 初版. -- 臺北市 : 遠流, 1996[民85]

面 ; 公分. -- (藝術館 ; 34)

譯自 : The transformation of the avant-garde : the New York art world, 1940-1985

參考書目 : 面

含索引

ISBN 957-32-2766-5(平裝)

1. 藝術 - 美國 - 歷史 - 1901-

909.52

85001736

前衛藝術的轉型

The Transformation of the Avant-Garde

◆ 目錄 ◆

致謝	1
1 / 引言	3
2 / 風格成為社會現象	27
3 / 前衛藝術的雙重角色：美學傳統 和意義危機	61
4 / 以流行文化為藝術：以普普藝術 作轉型的風格	89
5 / 藝術與意義：具象繪畫的主題	115
6 / 銷售神話：畫廊與藝術市場	147
7 / 美術館與接受前衛藝術的風格	159
8 / 結語：前衛藝術的演進	183
附錄	191
參考書目	211
譯名索引	245

致謝

寫這本書的想法在我心中醞釀了好些年。最早開始探索這些問題是在一九七四至七五年間，當時我是古金漢協會的成員。一九七六至七七年間，我是普林斯頓高等研究學會的會員，可以主持一些邀約紐約市藝術家及藝商的訪問會。本書的初稿寫於一九八二至八三年間，時值賓州大學授准的教師休假年。我在此感謝所有支持我的學術機構。

我還要感謝柏格 (Ivar Berg) 的支持與鼓勵，赫維 (Michel Hervé) 的建議與協助，以及德意志 (Sanna Deutsch) 對手稿本做的批評。此外，在賓州大學開的研討課上，學生也會就我思想上的發展，作出很有助益的回應。

我要特別感謝賓州大學美術圖書館的工作人員，能夠在收集研究檔案資料漫長而又艱難的過程中，

始終耐心、親切地協助我。而摩洛哥爾（Anne Morrell）、伊雍加（Aron Iyengar）及腓利勒（Marisa Velilla），曾在研究過程中的不同階段，給予我彌足珍貴的扶持。

最後，我要感謝的是藝術家本人。他們的生活、事業及創造力，提供了本書的基礎。

第六章及第七章的某些部分，曾出現在〈前衛藝術與社會變遷：一九四〇至一九八〇年的紐約藝術世界與報酬系統的轉變〉（*Avant-Garde Art and Social Change: The New York Art World and the Transformation of the Reward System, 1940-1980*），此文刊於《藝術社會學》（*Sociologie de l'Art*）（Paris: La Documentation Française, 1986）一書中。

1 引言

第二次世界大戰之後的幾十年在美國藝術史中具有非常特殊的地位。在此之前，美國也有一些知名的畫家和藝術運動，但卻從來沒有形成一個藝術風格足以影響其他國家的藝術家，尤其是歐洲的藝術家。

❶ 隨著抽象表現主義（Abstract Expressionism）的揭幕，紐約市遂漸漸成為前衛藝術的中心，把各種藝術風格散播至世界各地，同時也被各國畫家模仿，美國畫家所創作的藝術品也紛紛被外國收藏家和美術館所收購。

正當這個時期開始之時，美國藝術以抽象表現主義的形式首先宣示了真正前衛藝術（avant-garde）的誕生，但是在一九四〇到八〇年間，紐約前衛藝術的特徵卻發生了非常重大的轉型。到了一九八〇年代間，年輕一輩的畫家對「高級」文化的含糊分類作出挑戰，並對前

衛藝術的定義提出質疑。

「前衛藝術」這個名詞是指一羣團結的畫家對打破傳統價值有強烈的共同信念，並反抗通俗文化和中產階級的生活型態。根據原來的範型，這些藝術家在創作內容上，支持觀眾的社會背景和展覽售賣作品的場地上都與製作通俗藝術的畫家有很大不同。前衛藝術通常被一小羣具有專業知識的仰慕者所收購。他們的作品也只透過特別的機構網——如畫廊、拍賣所、美術館和企業購藏——而散播蔓延。在這些機構網中，大部分一流的場地都設在紐約。

從一九四〇到八五年間，這個機構網擴展得更大，在這發展的過程中，藝術家的人數相對增加，而觀眾羣和展售場地也發生了很大的改變。造型藝術的成長只是這種現象中的一部分而已，其他還包括美國社會中的各種藝術活動（如戲劇、舞蹈、文學和工藝等），都因為社會機構的經費增加而百花齊放，也反映這些藝術在美國社會中的重要性。在這本書中，我會以這段時間內出現的七種藝術型態來審視其藝術和社會內涵，也透過畫廊、美術館、企業和私人購藏的途徑來考察社會對這些藝術型態的反應。我也會審視這段期間前衛藝術的觀念如何演變。前衛藝術是否代表了某一環境和歷史的現象呢？前衛藝術是否像一些觀察家所說的已經消失了，還是它以不同的形式繼續生存下去？

在我的研究中，我選擇了過去四十年所出現的七種主要藝術風格：四〇年代的抽象表現主義，六〇年代初期的普普藝術（Pop art）和極限主義（Minimalism），六〇年代末期的人像繪畫，七〇年代初期的攝影寫實主義（Photorealism）和圖案式繪畫（Pattern painting），八〇年代初期的新表現主義（Neo-Expressionism）。超過四百位藝術家從事這

七類風格的創作。無數的紀錄資料使研究每一藝術風格的興起到沒落，都有線索可尋，同時透過藝評家的訪問和藝評，再加上藝術家自己所寫的創作感言和生平資料，更幫助瞭解各風格的發展。這些資料大多出版於該風格出現時或達到高峰時，因此顯示出這些運動在當時被接受的程度。^②

擴展中的藝術世界：成長與因素

在四〇年代間，專門展售美國現代藝術的畫廊大概有二十間。而觀察家估計當時收藏前衛藝術的收藏家不超過一打以上。前往參觀佩姬·古金漢（Peggy Guggenheim）的本世紀藝術畫廊（Art of This Century Gallery）——第一家展出抽象表現主義畫家作品的畫廊——的觀眾寥若晨星。山度勒（Irving Sandler）回憶道，即使在五〇年代，他所經營的一間具有影響力的合作式畫廊風琴鳥（The Tanager），三年的營業中只賣出過一件作品（Sandler, 1984: 12）。到了七〇年代末期，一位藝評家波爾東（David Bourdon, 1977）描述當時他必須每天去看二十五至三十家畫廊才能追得上藝術界的發展。在這段期間內，紐約市專門展售當代美國藝術的畫廊數目劇增。如表1.1中所示，經營二十世紀美國藝術的畫廊數目在一九七七年比一九四九年多上三倍以上。在這項研究中，已經展售兩位或更多此風格的藝術家的一百三十四家畫廊裏，幾乎有三分之二是在一九六〇年後才成立的（請看表1.2）。^③在一九七〇年代期間，認真的收藏家數目估計在數千以上。^④

另外在當時的一個重要發展是出現了拍賣當代美國藝術的市場。因為畫商與收藏家的交易往往是一項祕密，因此拍賣所的功用遂成為

表 1.1 以十年為分界線比較紐約前衛藝術畫廊的數目，1940-80

在此之前便已成立的畫廊數	存在於以下年份的百分比				
	1949	1959	1965	1977	N
1949	★	41	40	26	90
1959	26	★	58	38	132
1965	19	40	★	30	197
1977	8	12	20	★	290

註：只限於經營二十世紀美國藝術的畫廊。這些數字的收集因缺乏定期性畫廊名冊的印刷品而受到影響。我只好依賴以下的資料來作畫廊數目的根據：《藝術收藏家年鑑》(The Art Collector's Almanac, No. 1, 1965)；《純藝術市場，一九七七～七八年》(Fine Arts Marketplace, 1977-78)；《藝術年鑑》(Arts Yearbook, 1959)；《藝術年鑑 6》(1962)；馬哲威爾 (Robert Motherwell) 與瑞哈特 (Ad Reinhardt) (1951)；〈畫廊指南〉，《現在之藝術》(Art Now)，8(1977 年 12 月)和紐約電話簿。

星形的斜線以上數據代表了成立於早期的畫廊在後期依然繼續經營的百分比。而星形斜線以下的數據則顯示在早期存在的某一特定時期的畫廊百分比。舉例來說，在 1977 年存在的 290 家畫廊中，有 8% 是從 1949 年便已存在了。

表 1.2 經營在此研究範圍內的藝術家的畫廊(數據為百分比)

成立的年代	所有畫廊所經營的畫家百分比	經營兩位以上畫家的畫廊
1940 年以前	8	6
1940-49	8	12
1950-59	16	19
1960-69	27	28
1970-79	34	34
1980-83	5	2
NI	1	0
合計	99	101
N	287	134

建立一位藝術家作品的公價，也可以作為將來買賣的標準。進入拍賣市場即代表了藝術家經濟成功的可能性。在一九七〇年之前，當代的前衛藝術只偶爾出現在拍賣所中，但是在七〇年代的時候，拍賣這類作品却漸漸習以為常。從拍賣市場的拍賣紀錄可知這些藝術家的作品價錢隨著時間而增加。抽象表現主義畫家的拍賣價錢，有百分之二十六在二十年間（1960-80）增加了五倍以上。其他的藝術風格，其拍賣資料含蓋了較短的時間（1970-82）；幾乎三分之二的藝術家的價錢大幅增長（見表6.4）。其中以抽象表現主義畫家的作品價錢最高。^⑤從一九七〇到八二年間，這些畫家中有百分之五十九的畫家，其作品拍賣價超過十萬美元。

在這段期間，每年在紐約展出的藝術家數目超過兩倍以上。艾洛威（Lawrence Alloway, 1977b: 108）計算出在一九四九至五〇年度間，不計已去世的藝術家，紐約便有八百個個展，而在一九七五至七六年度間，則有一千二百個個展。到了一九八四至八五年度間，數字接近到一千九百。其中還有更多藝術家參加聯展。

全美國的藝術家數目也有類似的增長。這些數字有一事實證據，藝評家法蘭克（Peter Frank）在一九八〇年為古金漢美術館（Guggenheim Museum）安排一個十九位年輕藝術家的展覽，他從一萬個藝術家中選出這十九位，花了一年時間探訪近千個藝術家畫室（Glueck, 1981: 96）。張伯倫（Betty Chamberlain, 1980: 14）表示到處缺乏供藝術家展覽的場地。根據人口統計局所收集的資料顯示，在一九七〇年，全美國有六十萬人報稱是藝術家。到了一九八〇年，這個數字增加至一百萬，增加了百分之六十七（Hart, 1984: 53）。^⑥

與此同時，紐約市以外的美術館和企業藏品數目也大量激增。直

到一九四〇年代爲止，美國很多地區的國民根本不知道前衛藝術的存在。阿殊東（Dore Ashton, 1973: 6）表示：

美國有很大部分的地區找不到一個畫家或雕塑家，更遑論一所美術館。據一般美國人來看，文化是指公衆圖書館、文學會社或甚至愛樂社團，造型藝術則遠遠落在這些活動之後。其中一個原因是生長在這些貧瘠的文化沙漠中的藝術家都紛紛搬往大都會中，尤其是紐約。

在一九四〇到八〇年間，美國各種美術館的數目有著顯著的增加；有百分之六十七是在一九四〇年以後才建立的。^⑦在隨意挑出的例子來看，專門展出藝術品的美術館有百分之四十五是在一九四〇到七五年間創立的（國立藝術基金會〔National Endowment for the Arts, 1975〕）。紐約市以外的美術館（地區性美術館）中，百分之四十七是在一九四〇年以後所創立的。這些美術館有一半屬於大學的，另一半則與大學毫無關聯。前者創立的年代比後者要來得晚。在大學美術館中，有百分之六十三是在一九四〇年以後創立的，而非大學美術館則只有百分之三十三（見表1.3）。

企業機構所收藏的藝術比新美術館數目的增加來得更爲快速。在凱泰爾（Cattell）的《美國藝術編目》（*American Art Directory*, 1982）中，有六十七所企業藏品館，其中百分之九十三是在一九四〇年以後才創立的。在此書所研究的藝術家被一百八十三所企業收購之作品中，只有百分之十一被列在凱泰爾的《美國藝術編目》中，這個數字顯示這類購藏有明顯的增加。^⑧

表 1.3 藝術機構數目的成長，1900-1979

機構性質	成立年份					合計	N
	1900年 以前	1900- 19	1920- 39	1940- 59	1960- 79		
美術館 (非學院性)	20	19	27	19	14	99	124 ^a
美術館 (學院性)	18	5	13	24	39	99	112 ^b
企業收藏館	0	3	4	16	76	99	67 ^c
藝術中心	16	9	16	24	35	100	466 ^d

註：表示之年份是按照《美國藝術編目》(1982)中的資料而計算的。紐約市的美術館不在此研究表內。

^a 包括 1979 年後所創立的一所美術館。有 19 所美術館創立年份不詳，因此沒有列入計算。

^b 包括 1979 年後所創立的一所美術館。有 49 所美術館創立年份不詳，因此沒有列入計算。

^c 包括 1979 年後所創立的一所企業收藏館。有 29 家企業的創立年份不詳，因此沒有列入計算。

^d 包括 1979 年後所創立的一個機構。有 32 個藝術中心的創立年份不詳，因此沒有列入計算。

和機構的成長在各方面都有劇烈的增加。在下面的一段中，我會探討這種現象的各種因素。

機構的收藏者與捐贈者：新的顧客

這段時期的藝術市場擴展應如何解釋呢？其中幾個藝術市場外的因素影響了它的成長與營運。藝術市場擴展的主要因素是政府與企業投入大量基金，從六〇年代中期開始，聯邦政府和州政府、企業界和基金會漸漸提供藝術更多的經費和支持。舉例而言，美國國立藝術基金會成立於一九六五年，其一九六六年的經費是一百八十萬美元，到了一九八三年却增至一億三千一百萬美元 (Goody, 1984: 147)。企業

界花在藝術的經費也從二千二百萬美元增加至四億三千六百萬美元（《企業界花在藝術的經費指南》〔*Guide to Corporate Giving in the Arts* 2〕, 1981）。各州政府的支助也從一九六六年的二百七十萬美元增至一九八三年的一億二千五百萬美元（Goody, 1984: 148），而基金會的支助在一九六六年是三千八百萬美元，到了一九八二年却增至三億四千九百萬美元（Goody, 1984: 149）。^⑨從企業界、聯邦政府和州政府獲得最多基金的藝術機構是美術館。^⑩

在這段期間，政府基金和企業基金的分配方式被要求作出解釋。貝曼（Ronald Berman, 1979）指出聯邦與州政府機構認為藝術是「有利於社會」的媒體，具有多樣性的功能，就像宗教與教育一般。在國會辯論中，藝術具有無窮的社會功能（Berman, 1979: 47）：

藝術取代暴力與道德淪亡的危機，鼓勵工藝的鑽研，減低犯罪事件，同時提供工作的新機會。藝術可以取代吸毒的習性，也是囚犯改造的一個途徑，更能解決老年孤寂的問題。常常接觸藝術可以解除城市的緊張壓力，說不定還可以增進不同文化的溝通。

班菲爾德（Edward C. Banfield, 1984: 54-60）也列出了一大堆藝術的功用，促使政府立法支持藝術的發展，包括鼓吹國際間的瞭解與和平，增加國家聲譽與繁榮，同時更提供貧苦大眾參與藝術活動的機會。另外贊成政府資助藝術發展的原因是社會大眾對藝術機構的參與漸多，遂造成這些機構面臨財源危機。

在這段期間，藝術獲得一批政治擁戴者，市府遊說議會的團體在華府鼓吹增加藝術經費，同時與聯邦機構和州立藝術議會共同組成一

個「藝術署」。很多州在七〇年代初期，因為獲得聯邦的對等基金而得以撥發藝術經費。

很多觀察家認為撥發藝術基金的成因是文化界遊說議會的結果 (Banfield, 1984)，也是紐約市地產發展商爭取的成果 (Zukin, 1982)。換句話來說，大企業商家的興趣與旅遊業（飯店、餐館和商店）和地產發展有很大關聯，在紐約和其他各地的文化活動一旦增加，也會刺激商業的繁榮。

左金 (Sharon Zukin, 1982) 對這番解釋補充得最為圓滿。她表示聯邦和州政府願意資助藝術家和藝術活動的原因乃是基於政治因素，藉著巡迴藝術展覽的機會來宣揚美國的生活方式，同時也因藝術畫廊和相關機構發展而帶來的利益，最後還把這種繁榮推展至曼哈頓其他高級地帶 (Simpson, 1981)。她認為地產發展商因蘇荷區 (SoHo) 的藝術環境刺激地產價值而蒙受其利，而政治領袖則因大量由藝術發展出來的工作機會而獲利。

商業機構的總裁表示他們支持藝術的原因一半是盡一份社會的責任，另一半原因則是私利使然：改良員工的工作環境，並建立良好的公眾關係 (Hunter, 1979)。企業界為何選擇藝術為它們的公眾關係媒介呢？其中一個假設的解釋是他們利用藝術作為與中產階級溝通的媒體，因為中產階級把藝術視為「人類生存狀況」的反映，也是建立社會價值與信念的媒體。一位哥倫比亞電視公司的前任總裁曾經表示公眾的價值 (Berman, 1979: 50)：「是最明顯的證據，也只是藝術中的例證而已——音樂、戲劇、舞蹈、建築、設計和文學。」

哈克 (Hans Haacke, 1981) 則認為企業界其實是想影響中產階級裏的自由派分子。藉著支持「高級文化」，他們希望轉移自由派的批評。

他表示這些企業支持某些美術館的展覽，會改善他們在這些階層分子心目中的形象。

當聯邦與州政府和企業界的基金加速藝術市場的成長之際，其實這種擴展現象早在六〇年代中期配發基金實施之前便已出現。從這一點來看，我們可以歸功於戰後教育機構的增加，包括大學教育入學人數的增長^①，尤其是大學與研究所中增加的藝術課程。據國立藝術研究中心的調查(1975: 118)，那些受過大學教育的民眾往往會參與文化的活動，尤其是參觀美術館。^②對大學來說，藝術是把人文價值傳給年輕人的一件工具。為了使學生接觸造型藝術，校園內的美術館是必需的設施。

就像表1.3中所示，在一九六〇年，很多藝術機構在聯邦、州和企業基金成立時便早已存在。百分之八十六的非學院美術館、百分之六十一的學院美術館和百分之六十五的藝術中心，在一九六〇年時便已存在。從一九四〇到六〇年間，這些機構的成長數目不少，四分之一的學院美術館和藝術中心都是在這段期間內成立的，而五分之一的非學院美術館也是在這段期間內成立的。

藝術中心對全國的影響力是另一個刺激羣眾對藝術發生興趣的因素。林德 (Lynds) 在一九三〇年代所作的研究中，表示在典型的美國城市中，一所藝術中心的建立會帶來其他藝術活動的團體創立 (Shapiro, 1973: 10)。山度勒 (1976: 7) 的報告表示，由聯邦藝術計劃 (Federal Arts Project; WPA) 在三〇年代所創立的一百零三所市立藝術中心共有八百萬參觀人次，建立了一批新的藝術觀眾。這類中心通常只展示當地藝術家的作品，並以刺激社區羣眾對藝術活動的興趣，因此並不以收藏藝術品和交換展覽為目的。

所有這些因素都歸功於藝術（尤其是視覺藝術）顯著地位的提高。另外一個顯示羣眾對藝術態度的轉變，是大眾媒體對藝術提供大量的介紹與報導。大眾媒體的報導文章提高當代藝術的知名度，並把它推至主流的流行文化行列中。某些藝術家更成為大眾媒體的追逐目標，尤其是那些表示與大眾媒體信念相同的藝術家。

總結來說，社會行為的改變，如教育程度的增加，休閒時間分配的改變，都由大眾媒體反映出參與藝術活動的增加，因此導致藝術機構的擴展，包括藝術家人數的增加和藝術機構展售藝術品的數目增長。這種現象引來更多政府和企業的资金，也帶來藝術品的拍賣市場。

改變中的藝術角色

在我研究的四十五年期間內，藝術的角色起了重大的變型。當前衛藝術的機構發生改變時，藝術家的社會和職業角色也進行改變。早在一九六〇年代時，據布依提納（Stewart Buettner, 1981: 125）表示，藝術家的地位已經改變到如此的程度：「藝術家在中上階級層中感到非常適應，因為他們也是這個階層中的一分子。」

藝術家漸漸融入美國的學院系統，美國學院所頒發的藝術碩士學位從一九五〇年的五百二十五個增加至一九八〇年的八千七百零八個（美國人口調查，1951; 1982-83）。如表1.4所示，獲得教育學位的藝術家在後來風格中的百分比較高。在此研究中所調查的藝術家幾乎全部上過大學或藝術學院，但是在老一輩的畫家中，他們不是缺乏學費，便是達不到入學標準，因此受過高等教育的人數不多。

這些藝術家以各種方式來維持生活，其中最主要的支助乃是學院