

波谱艺术媒介形式跨界在商业领域的应用

郭卜尔

珠海科技学院美术设计与建筑学院, 中国·广东 珠海 519000

摘要: 波普艺术作为 20 世纪兴起的艺术形式, 其媒介的范围比以往任何时期的任何艺术形式都要广泛, 本文通过梳理波普艺术跨媒介形式的产生, 到波普艺术的跨界应用, 探讨波普艺术在商业领域的价值, 波普艺术作为一种大众艺术, 其时尚的文化内涵与艺术表现关系, 可以称之为大众时尚艺术, 又因其艺术表现手法和题材的丰富, 使波普艺术能以一种合理的方式进入日常生活中, 大众、科技、时尚是艺术品进入商业化的模式之一。

关键词: 波普艺术; 媒介形式; 跨界应用; 商业化

The application of cross-disciplinary media forms of wave spectrum art in the commercial field

Guo Bu'er

College of Art Design and Architecture, Zhuhai Institute of Technology, China Guangdong Zhuhai 519000

Abstract: Pop Art, as an art form that emerged in the 20th century, has a broader range of media than any other art form in any previous period. This article explores the value of Pop Art in the commercial field by tracing the emergence of its cross-media forms and its cross-sector applications. As a popular art form, Pop Art's relationship between fashionable cultural connotations and artistic expression can be termed as popular fashion art. Due to its rich artistic expression techniques and themes, Pop Art can enter daily life in a reasonable way. Popular culture, technology, and fashion are one of the modes through which artworks enter the commercial realm.

Keywords: Pop art; Media form; Cross-disciplinary application; Commercialization

1 杜尚“现成品”——观念艺术的产生

“现成品”概念, 可以说是新前卫艺术重要的锚点, 他们摒弃一切艺术现象, 彻底颠覆传统, 核心主张是“理念为王”, 所有的理念都可以是艺术品, 包括有形的和无形的, 也就是说理念比完成一件有形的作品更重要, 那么也可以理解为“行动”和“过程”是艺术家所关注的, 而对于用什么材料和媒介的呈现方式, 则变得无关紧要, 杜尚认为在艺术创作过程中, 应该先将创作理念作为首要目标, 在创作理念形成后再寻找可作为表现形式的媒介材料, 因此, 艺术的边界变得模糊, 什么都可以被认为是艺术, 杜尚的这一做法完全打破了狭义意义上的艺术观念, 所有能令人产生愉快的都可以变成自由的艺术, 这些实验性的“观念艺术”打破了传统的艺术概念, 艺术并不是物质化的东西, 艺术家更多的关注到创作的理念和过程中去, 成为早起的“观念艺术”的雏形, 并引发了什么可以是艺术和什么应该被认为是艺术的重新思考。

1950 年代中期开始, 大众消费文化在欧美社会中蓬勃发展, 并且伴随着大众传媒业的迅速崛起, 一批新前卫艺术流派应运而生, 如: 新现实主义、集合艺术、波谱艺术、偶发艺术和激浪派等, 这一时期的艺术形式也被称为“新达达主义”, 一群年轻的艺术家们通过前卫的艺术形式表达着对艺术、政治、文化的见解, 试图寻找社会的真实性并建立艺术与生活的关联性, 哈尔·福斯特称当时的艺术“是为了维持艺术与生活之间的张力”^[1], 艺术家们都对当时社会中人们的生活发生的变化产生兴趣, 新前卫艺术家们试图彻底推翻固有的艺术表现形式, 将观念推向艺术领域的高地, 杰克·勃洛克在“绘画中行走, 在行走中绘画,”将“行动性”的观念表现到极端的程度, 不再按照传统的绘画方式去进行创作, 是对艺术体制和规则的挑战, 特别是杜尚的强调观念和理念的《喷泉》, (图 1) 过了 100 年的今天, 仍然饱受争议, 因为其本身就是观念的表达, 并不在形式本身, 反而令这件雕塑作品一直声名卓著。



图1 1917年,阿尔弗雷德·斯蒂格利兹所拍摄的《喷泉》
照片

2 波普艺术的媒介意识

达达艺术是将“现成品”变为艺术,那么波普艺术就是将生活中的一切通过艺术的变形,达到艺术的审美,美化生活的手法,波普艺术将艺术变得生活化、通俗化。日本艺术家村上隆可谓是波普艺术和时尚生活物品结合的代表艺术家之一,他的作品跨媒介领域之广,集合了商业、时尚、娱乐和二次元等领域,2000年,村上隆的标志性“眼睛”(图2)与知名服装品牌三宅一生合作(图3),2003年,他的“熊猫”“樱花”也出现在了Louis Vuitton的包袋上,(图4),因为LV常年不变的三色图案,当与村上隆的作品丰富多变的画面结合起来时发生了奇妙的对比,一直看起来有些成熟稳重的LV图案与童趣可爱的向日葵和樱桃这些图案结合产生的碰撞,使之在上市十几年后的今天依然受到追捧。



图2 村上隆的眼睛作品



图3 三宅一生合作服装



图4 村上隆与LV的合作包袋

所谓艺术的媒介,是指艺术家在展示其作品时用到的各种物质,从更广义的角度去解释,也可以理解为是联系艺术家和观众之间的各种介质,波普艺术的诞生,使艺术品所涉及的媒介也越来越广,波普艺术是POP ART的音

译词,POP是英文Popular的缩写,可见波普艺术本身的含义是“流行艺术”,相较于其他艺术形式,波普艺术的出现使艺术在社会生活中得到了更广泛的应用和传播,相较于其他艺术形式如:古典主义、超现实主义等艺术风格都是在其特有的阶层有固定的传播人群,都不具备像波普艺术这样丰富的媒介可以把艺术传播给大众普通人,1971年,由著名设计师J.德·帕斯团队设计的“扶手椅”(图5),运用皮革面料和新型泡沫材料填充,形状像一只张开的五指手部,这件波普艺术家具出现在了普通人的生活中,并赢得了当时市场极高的好评率。从波普艺术开始,这种对媒介的广泛应用和对普罗大众的艺术普及,是艺术界的革命,改变了传统的美学定义,也为后来的公共艺术的发展奠定了基础,作为公众的艺术为公共服务,波普艺术的这一精神在当代的公共艺术中得以延续。“倘若我们可以说,艺术观念的推进很大程度上依赖于媒介的更新,那么“波普热”中形成的媒介意识——从低技术媒介的偶然性到基于技术的媒介拓展实验——则可以总结为我们今天当代艺术得以发生的前提条件。”^[2]“媒介环境学概念是由著名媒介理论家马歇尔·麦克卢汉于20世纪60年代提出的,媒介环境学主张“媒介即信息”的观点,认为新媒介的出现可以看作人类认知文明和改变社会的能力有了更进一步的提升,媒介即人的延伸。媒介是指能够使双方发生某种关系的载体”^[3]。



图5 J.德·帕斯的扶手椅

3 波普艺术媒介形式的跨界应用

3.1 波普艺术的媒介形式的跨界——凯斯哈林

跨领域、跨媒介是当下公共艺术发展的新特征。80年代美国著名的街头艺术家凯斯哈林(Keith Haring)的作品在跨领域应用上的成功经验开启艺术民主化道路,产生新的符号意义。哈林为麦当娜(Madonna)设计上衣,为葛蕾丝·琼斯(Grace Jones)设计裙子,(图6),为Swatch设计表盘,(图7),他还开设波普商店售卖涂鸦周边作品,他认为每个人都能接触到艺术,希望更多的人感受到涂鸦,1989年,哈林在BWM的车身进行创作,(图8),他将自己的涂鸦线条绘制在车上,个性化的线条,重复又富有变化的图案,使得整辆车在视觉上产生极强的装饰感,他的

作品不仅为涂鸦开辟了新道路，也为未来的公共艺术提供了更多的可能性。当科技高速发展的今天，也为公共艺术的跨媒介提供了更广阔的选择。摄影技术的出现，曾引发了一场绘画与摄影的媒介之战，但今天我们依然能看到绘画与摄影这两种艺术形式的并存，之后的电影、电视、录像等不同媒介的出现，虽被集体冠以“新媒体艺术”之名，但其各自也在发展为新的独立的艺术门类。



图6 葛蕾丝·琼斯设计裙子



图7 Swatch设计表盘

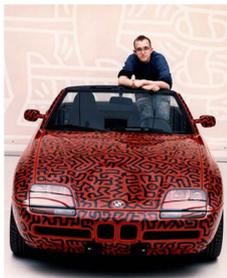


图8 哈林在BWM的车身进行创作

3.2 波普艺术的媒介形式的跨界——杰夫·昆斯

20世纪60年代在美国波普艺术盛行，当时的杰夫·昆斯还只是个小学生，但波普艺术对杰夫·昆斯产生了十分重要的影响，他的早期作品大多以杜尚的拿来主义“现成品”呈现，一种是将“现成品”进行转换形式的“观念”的呈现方式，他的另一部分作品形式是将“现成品”进行媒介的更换或者是尺寸的改变。杰夫·昆斯对于会“漂浮”的物体异常感兴趣，1985年他创作的《水缸中保持平衡的球》（图9）就是一个在玻璃罩中悬空的篮球，这件雕塑作品用到的都是现成物品的组合，玻璃缸、蒸馏水、氯化钠试剂、篮球，但就是这些将已有物品进行新的组合，出现的奇妙视觉感的这件雕塑，也为他之后的关于“漂浮”的一系列作品埋下了伏笔。



图9 杰夫·昆斯雕塑作品“水缸中保持平衡的球”

2007年，作为波普艺术家，杰夫·昆斯凭借其不锈钢雕塑作品《悬挂的心》（图10），在纽约拍出2600多万美元的高价，荣登最贵在世艺术家宝座。杰夫·昆斯作为当代新波普艺术家，试图将抽象艺术转化为“符号”“商标”，将艺术表现的形式变成通俗易懂可以被大众所接受的，把原本置身在高雅展馆、博物馆的艺术收藏品，变成可被大众欣赏的，甚至将其变成人人都可以拥有一件的时尚单品，不仅引领了时尚，也提升了人们的审美情趣，他无疑是一位与商业联系紧密的艺术家。



图10 杰夫·昆斯雕塑作品“悬挂的心”

气球狗系列是杰夫·昆斯的代表作品之一（图11），整个气球狗巨大的外形和体量还有坚硬的触感与他“漂浮”的充盈的气球质感，形成了强烈的对比，他将这个气球的形象进行精细化的打磨，和《悬挂的心》一样用到的是他最擅长的“天空的材料”高铬不锈钢材质，再在表面涂上透明的颜色，杰夫·昆斯对于作品材料的考究也近乎完美，他经常与技术人员、传统手艺人、科学家等专业人员一起合作，研究新型的高科技材料，这也是他的作品给人一种新质感的原因，这一媒介也成为他个人独特的艺术符号。



图11 杰夫·昆斯雕塑作品“气球狗”

杰夫·昆斯很关注媒介材料背后的文化属性，他认为材料的使用与时代是紧密联系的，他希望通过媒介材料表现时尚感和当代感，“就如同埃及的花岗岩、希腊的大理石、罗马的青铜、中国的青花瓷，无一不是当代对材料驾驭的佐证，我们也可以从雕塑材料中看到各地的地理环境、采料方法、交通运输方式、金属冶炼技术、陶瓷烧造水平等一系列的经济、科技、文化成果。”^[4]杰夫·昆斯所

使用的高铬不锈钢这种媒介材料,在20世纪40年代的时间里,具有崇高的地位,尤其是在飞机等飞行器上的运用使其速度大大提升,这一时期的不锈钢等金属材质的研究水平也得到飞跃式发展,1937年,法国举办巴黎国际博览会,拉·穆西娜(Vera Muchina)创作的大型不锈钢雕塑作品《工人和集体农庄女庄员》,成为当时工业革命带来的技术与艺术上的范例,此时“天空材料”成为人们膜拜和推崇的新材料,随着这种金属冶炼技术的发展,不锈钢开始应用于人们生活的方方面面。昆斯使用的这一媒介也是对过往工业时代的追溯。“杰夫·昆斯的目十分明确,使得我们经常怀疑他创作的动力到底是源于艺术还是利益。或许在他眼里,这两者根本就没有任何界限。”^[5],人们对杰夫昆斯的艺术创作理念有着很大的争议,因为他这种将艺术商品化的理念直接挑战了长期以来人们对艺术品的珍视和敬仰之情,认为艺术是不可以用价值衡量的,但或许艺术并没有那么高深莫测,艺术就在身边,正如《艺术的故事》作者贡布里希认为的那样,世界上并没有艺术,有的只是艺术家而已,艺术其实是有没有能寻找和发现生活之美的能力,“法国艺术批评家丹纳在《艺术哲学》中说,艺术作品必然与条件完全符合,这是艺术产生的规律,每个时代产生的艺术和时尚都能够反映当时的社会风貌和意识形态。后工业时代的来临,对社会发展产生了巨大而深刻的影响,从根本上改变了人们的生活方式、行为方式和价值观念,并使艺术的表现风格也发生了变化。”^[6]如果纵观整个人类历史的时间轴,不难发现每个时代都有不同的艺术形式和艺术产物,艺术不仅被烙上了时代的烙印也被称为时代的符号,所以艺术被视为珍贵的无价之物,因为其不可复制的历史性,但如果将艺术品放在当下来看,艺术变成为具有文化性、传播性和可读性的事物,基于这些属性的价值便是艺术价值的本质。

4 结语

是艺术还是生意?这曾是美国评论家鲍勃·尼卡斯对杰夫昆斯作品的评价,因为他与毕加索、梵高这类艺术家极为不同,毫不回避的将艺术品与商业联合,将艺术品变得以金钱来衡量,杰夫昆斯与音乐人Lady Gaga和合作,参与著名奢侈品牌LV的设计,与社交媒体Snapchat的品牌形象合作,都成为在商业领域运作最成功的艺术家,他将现成品的观念和大众的波普艺术融进自己的创作中,无疑是艺术商业化的最佳代表之一。来自日本的波普艺术家村上隆也与其有着相似的艺术商业化模式,日本是动漫产

业大国,村上隆的作品也极具二次元色彩,他关注日本的御宅族文化,将这一文化作为本土化符号运用在艺术品创作中,形成独特的日本波普艺术风格,这也正是村上隆的作品在国际上大放光彩的原因之一,他拥有众多观众,也与各种奢侈品品牌有过合作,背靠传统文化,面向大众生活。所有的范畴都会缩小艺术的定义,而波普艺术一直是接近大众的、服务大众的,波普艺术家用流行的商业文化和日常的生活用品进行创作,是商业与艺术完美结合的艺术品范式。

在人类文明发展的长河中,艺术与技术、科技的融合,一直是人类进步的重要基石。科学技术的突破往往需要强大的创造力作为支撑力量,而艺术表现形式通常又是基于科学技术的发展,是科技的表达和产物。

媒介形式是波普艺术表现的物质载体,随着20世纪50-60年代“波普热”的兴起,极大的拓展了传统波普艺术的创作媒介和传统美学理论,标志着一个地区、一个时代的文明,其展示媒介也依靠时代的发展,技术与科技的创新不断扩展。作为波普艺术领域,最核心的关注是“大众”与“时尚”,其基本属性是“艺术性”,其依赖于媒介形式,服务于普罗大众,通过媒介载体将艺术形式传递,在将来随着技术与科技的不断发展,波普艺术的形式与边界也将变得更加多样化,艺术与科技的融合将创造更多的可能性。

参考文献:

- [1] 肖伟胜. 杜尚早期“现成品”与观念艺术的衍生 [J]. 贵州大学学报, 2020,38(04):110-117.
- [2] 王志亮. 1986年“波普热”前后的媒介意识 [J]. 美术, 2020(03):10-14.
- [3] 路艳红. 媒介环境学视域下公共艺术媒介的非物质化研究 [J]. 建筑与文化, 2020(11):220-222.
- [4] 郅敏. 穷人的金子——杰夫昆斯的雕塑 [J]. 美术观察, 2016(10):135-143.
- [5] 韩玉龙. 浅谈美国当代艺术家杰夫·昆斯 [J]. 艺术教育, 2016(10):140-141.
- [6] 韩文卿. 李倩. 从波普艺术运动看社会时尚与艺术表现的关系 [J]. 美术教育研究, 2011(08):19-26.

作者简介:郭卜尔(1990.02-),女,汉族,广东珠海人,珠海科技学院 美术设计与建筑学院,中级职称,博士研究生(已毕业),研究方向:公共艺术。