

**安迪·華荷名人肖像系列：
由名人文化現象解讀邁向當代英雄聖像**

**Andy Warhol's *Celebrities Series*:
From the Reading of Celebrities Phenomena to Icons
of Contemporary Heroes**

林志明 Chi-Ming Lin

國立台北教育大學藝術學系 副教授

Associate Professor / Department of Art,

National Taipei University of Education



摘要

興起於通俗文化 (pop culture) 中，名人 (celebrities) 現象已經取代了過去的神祇、君王及英雄，成為新的偶像。由這個文化脈絡來瞭解和探索安迪·華荷及其名人系列乃是本文的首要的企圖。華荷為當代名人所作的重複畫像，明顯地肯定了同樣的邏輯：人及其形象可以成為一項高附加價值的產品，並且還能透過千百次重複的程序，深刻地烙燒於大眾的集體記憶之中，因而成為當今的 (反諷)「聖像」(icons)。本文除了整理貫串華荷一生的名人肖像畫作發展之外，並經由名人文化現象的對照解讀，以及另一層次的提問的提出 (當代英雄聖像)，希望能對這些系列和其文化脈絡間的關係，以及藝術教育之應用，產生更具統一性的理解。

關鍵詞：名人、安迪·華荷、英雄、肖像、視覺文化、藝術教育

Abstract

The celebrities, flourishing in contemporary pop culture, have replaced ancient gods, kings, and heroes and become new idols in our age. Exploring the celebrity portraits by Andy Warhol in this cultural context will be the principal intent of the present essay. By the process of repetition, Warhol confirms in his portraits of famous men the same cultural logic of the celebrities: man and his image could be product of high added value; when reproduced thousands of times, they are burned into the collective memory of the mass and become the (ironic) icon of our age. Starting from a description of these series, we propose to read them from the perspective of the logic of celebrities' phenomena and a new problematic of different level (icons of contemporary heroes), hoping that may produce more coherent understanding of these series and their cultural context, and the application to the field of art education.

Keywords: Andy Warhol, celebrities, hero, portrait, visual culture, art education

「在今日，『視覺』已取代『讀寫』，成爲人類傳播資訊的主要媒介，『視覺文化』也成爲社會表象的具現主脈。在視覺文化的的氛圍之下，後現代藝術教育不再強調技法的熟練與媒材的認知，轉而重視生活周遭事物與藝術教育的關聯，以及對各式日常視覺影像的思考與解讀」(趙惠玲，2005，1)。在這種新的研究導向下，本文希望能提出一個著名實例的分析，以有助於國內有關視覺文化與藝術研究乃至藝術教育基本研究的有效結合。

本文的研究對象爲美國普普藝術大師安迪·華荷 (Andy Warhol) 各時期的名人肖像系列 (*Celebrities Series*)。首先將針對這些貫穿他創作各時期的系列進行描述，並針對相關的重要評論進行探討。在這個描述和討論的過程裡可以發現，如果不能再深入地回到華荷所依憑並加以對話的通俗文化現象，而只是在藝術史的基本概念中打轉，有關華荷這些重要系列的解讀不但將流於片段化，而且也將陷入相互矛盾的主張之中。因此本文後半部的發展，認爲有必要整理有關名人文化現象研究的理論及經驗成果，並將之和華荷名人肖像系列進行對比閱讀。這樣的作法，它的基本預設是華荷此類圖像並不只是繼承了藝術史問題，或是和當時藝術的討論焦點相對應，它們的意義也受到整體通俗文化的模塑，而華荷在此面向上是一個專精的觀察者、操作者和對話者。因此，這個部份不但期待有助於對華荷各名人肖像系列的意義問題獲致更深刻的理解，由藝術家作爲文化對話者的角度，除了顯示華荷精通名人文化現象的邏輯，本文將更進一步探討是否有可能由此轉引出新的提問。一方面，對於名人現象本身，華荷的名人肖像系列帶來了什麼的啓示和發想可能；另一方面，對於華荷作品本身的發展和瞭解，除了提出另一層次概念的必要 (如本文所主張的「當代英雄聖像」)，是否在對華荷作品和名人文化現象互相解說之餘，能對它們獲致更具統一性的瞭解。

壹、三個系列及三個時期

華荷的創作方式一直與系列性質有密切關聯，不論是畫面 (或作品) 內部及外部的重複手法，或者是以主題類型爲發展主軸的系列創作方式。在其中，名人肖像可以說是他最著名的系列。粗略地說，可以將他的名人肖像作品區分爲三個系列，首先是 1960 年代的普普風格系列，以 *Marilyn*、*Elvis*、*Liz*、*Jackie* 等作品爲代表；接著是 70 年代以毛澤東的肖像爲開端的名人系列，大部份爲委託製作；最後進入 80 年代之後，華荷與後現代主義接軌，開始從事歷史性人物肖像或藝術史名作中人像的重製。

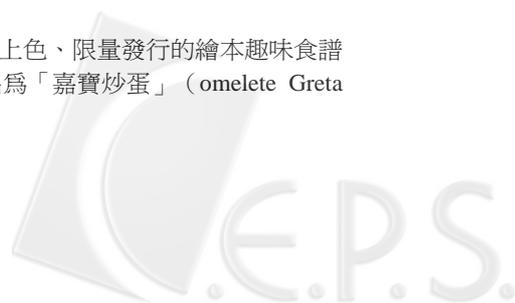
首先，人們會問的問題是，這些華荷持續創作，但又相當具有演變性的名人系列，可能具有什麼樣意涵？

由於他作品中明顯的，也就是在文章一開始所提到的系列性質，對於華荷名人肖像作品的詮釋和評論，往往根源於如何將這些系列和其它系列相互地關聯起來。因此，爲了瞭解大部份詮釋及評論的根據，必須相當進入名人系列和其它系列間的創作關係探討，而這樣一來，便不能只是粗略地將華荷的名人肖像區分爲代表三個時期的大系列，而是要精細地進入每個系列的發展過程之中，並且將它們和周邊的開展相連接。這將是本文下面一個部份所要進行的，並且，在這樣作的同時也會看到，系列的現象開始有了不同的輪廓，系列間的關係也不再只是區隔—除此之外，還有交集、覆蓋、空白—再出現和反複等的更複雜關係。透過這種系列性的發展的詳盡檢視及它們和其它主題系列間的關係探討，有關華荷名人肖像的各種詮釋及評論，都會變得更加清晰，也就是說它們各自的著重和侷限，將會更加明白。

名人肖像在華荷作品中最早的出現可以追溯到 1957 年，他使用了美國著名歌手 James Dean 的全身肖像的手製重繪作爲他自費限量出版的 *Gold Book* 封面 (*Jacket of Gold Book (James Dean)*, 1957) (Bourdon, 1989, 54)。在此之前，名人只以「名字」的形式在他的作品中出現，比如他曾在 1956 年第二次 Bodley Gallery 個展 (*Andy Warhol: The Golden Slipper Show or Shoes Shoe in America*) 中展出的一系列以名人命名的幻想性鞋樣設計，其中被引用的人名包括 Kate Smith、Elvis Presley、Julie Andrews、Truman Capote、James Dean 及 Zsa Zsa Gabor (Bourdon, 1989, 41)。雖然展覽的副標題是「著名人物引發奇特的鞋樣設計靈感」(*Famous people inspire fanciful footwear*)，但華荷傳記的作者 David Bourdon (1989, 51) 指出，華荷實際上是先作好設計，再選擇他認爲適合的人名。在這些華荷仍是紐約時尚設計界成功設計家時期—或稱前普普時期—的作品中，我們可以看到他對閃耀事物的迷戀（在此是金色），結合了他對名人的迷戀（但也有相當的商業操作考量，即以名人的名氣吸引注意，成爲作品未受邀請的代言人）。另一方面，一種名人（在此多爲電影明星，但也包含廣義的明星，也就是娛樂事業中的名人）的形象典型化或角色典型化也已開始運作：每一位名人有他特定的鞋樣。值得注意的是 Elvis Presley 被當作是一雙海盜鞋的名稱，而 James Dean 則被認爲適合穿著帶有馬刺的西部牛仔長靴。¹

接下來，名人肖像是以被包裹在另外一種媒體形式之中的方式在華荷的作品中出現。華荷首先在 1961 年放大繪製了當年 11 月 3 日 *紐約郵報* (*New York Post*) 的頭版 (McShine, 1989, 156)，其中包括了英國瑪格麗特公主的肖像和頭題 *A Baby for Meg*。

¹ 依據 Bourdon (1989, 66) 的說法，同樣的手法也曾在華荷的一本手工上色、限量發行的繪本趣味食譜 *Wild Raspberries* (1959) 中出現，在其中他將一道裝飾華麗的菜餚命名爲「嘉寶炒蛋」(*omelete Greta Garbo*)。有趣的是，此一書名已開始挪用柏革曼野草莓片名。



另外，郵報的副題也呈現出美國歌手 Frank Sinatra 的小型頭像和新聞標題。在同一個小報頭版手繪放大系列裏還有 1962 年的 *每日新聞* (*Daily News*, 1962) (McShine, 1989, 157)，這份 3 月 29 日的報紙頭題以 Liz Taylor 和她先生 Eddie Fisher 的新聞為主題(如: Eddie Fisher Breaks Down; In Hospital Here; Liz in Rome)。除了電影和娛樂事業明星之外，華荷所繪的名人又加入皇族人士。在 *每日新聞* 的另一個版面則出現了另一個名人主題，運動及其明星。因為是複製報紙頭版，所以先前的名字和肖像間的關係也隨之明白地顯現。1961-1962 年之間，正是華荷的普普主義確立的年代，這個小型的系列除了是名人肖像的包裹式開端之外，也有肯定華荷摒除他所曾嘗試的普普題材和表現主義筆觸並陳方式² (*Coca-Cola*, 1960) (McShine, 1989, 128)。因為畫的是印刷品中的照片、印刷字體和報紙的版面設計，筆觸已受到了最大程度的隱藏。另一方面，同一個小系列裡還有 *每日新聞* 1962 年 6 月 4 日的 *129 Die in Jet* (McShine, 1989, 158)。即使在他以絹版及重複性手法確立其特有的普普風格之前，華荷的手繪報紙放大已經將明星的世界和死亡的主題連在一起。Thomas Crow (1996, 56) 論證華荷名人肖像系列和死亡系列間的關聯時，其中有關 Liz Taylor 的部份，便是建立在 1962 年《每日新聞》中呈現出大眾對她健康狀態的關心之上。

如果以肖像的傳統形式來談的話，名人肖像在華荷作品中的第一次出現，則還要推到更晚一點的 1962 年，但這一次仍加入了不少複雜之處。這時他所選擇的是美國 1930-1940 年代的著名電影女明星 Joan Crawford、Hedy Lamarr 及 Ginger Rogers (Bourdon, 1989, 118-119)——他年輕時代的名人。名人立刻可以辨識的臉孔和光采與這時期他致力繪製的商標及產品有相同的功能，也在這裏被表達了出來。嚴格說來，前兩幅鉛筆手繪的圖像畫的是明星代言的廣告。在長睫毛的明星臉孔下方有她們簽名的證言：To Maybeline-The eye make-up I will never be without (簽名) Joan Crawford。有關 Ginger Rogers 的一幅則是複製 1940 年影迷雜誌 *Movie Play* 的封面，而這可說是前面小報頭版的翻版 (Bourdon, 1989, 116)。

也就是在 1962 年，華荷展開了以照片絹印，在畫面上連續複製名人肖像的經典形式。雖然其中最著名的開端是 Marilyn Monroe 的系列作品，但此一手法應用在名人肖像上最早的作品應為以打破 Babe Ruth 紀錄而聲名大噪的 Roger Maris 影像所作的 *Baseball* (McShine, 1989, 210)。這件作品的主題已和名聲的曖昧性有關，因為 Roger Maris 同時「贏得光榮和輕蔑」(McShine, 1989, 16)。

² 比如華荷曾在 1960 年向電影作者 Emile di Antonio 展示兩幅以可口可樂瓶為主題的巨大黑白繪畫。後者建議他毀掉仍帶有抽象表現主義筆觸的一幅。Danto (1992, 145) 曾表示如果他只能擁有一幅本世紀的藝術品，那便是這一幅，因為它明顯表達出兩種藝術和生活哲學間的鬥爭。

由此可以發現到華荷的手法雖然走向了去除藝術家主體性的極端化，但其關心的主題卻是一脈相承的。Roger Maris (*Baseball*) 延續了他對運動明星和媒體事件的關注，而他對普普前行者如 Jasper Johns 和 Robert Rauschenberg 的崇敬則表現在他對後者所作的肖像 *Young Rauschenberg #1* (1962) (McShine, 1989, 224)。1963 年他對 Rauschenberg 及其家人所作的肖像，一方面涉及了複雜的自我投射和時代記憶問題 (Rauschenberg 的世代為成長於大蕭條年代而仍能克服困難成就功名的世代) (McShine, 1989, 17)，另一方面其名稱 *Let Us Now Praise Famous Men* 則引用了攝影史中由 Walker Evans 及 James Agee 合作的著名攝影書籍 (McShine, 1989, 225)。同時作為其投射認同及慾望對象的則是 1962 年一系列年輕的男性明星攝影如 Troy Donahue、Elvis Presley、Warren Betty (McShine, 1989, 206-208) 和 1963 年的 Marlon Brando (McShine, 1989, 232)。

然而，在 1960 年代初的名人肖像系列裏，華荷最為著名的作品仍屬於三位女名人的部份。她們是 Marilyn、Liz 和 Jackie (McShine, 1989, 211, 213, 215, 217, 219, 220, 229, 241, 242, 244, 245)。在這些成為經典形式的作品中，華荷使用了特寫放大 (如：*Publicity still of Marilyn Monroe*) (McShine, 1989, 72)、鮮豔的著色、重複、留白、黑白彩色對比、接近正方形的圖框、偶然性及不均勻的刷印、拼格、疊印、甚至接近未來會成為系列的反影效果 (如：*Marilyn*, 1967) (McShine, 1989, 220)。其中一張 1962 年 *Gold Marilyn Monroe* 除了延續他對金色的喜愛之外，其金色圖底更使明星肖像和東正教聖像傳統掛勾 (McShine, 1989, 211)。

對於這時期名人肖像的詮釋，首先可以 Benjamin H. D. Buchloh 為代表。在他這篇以 1956-1966 年間華荷作品為詮釋對象的文章中，Buchloh (1989, 44) 反對一種簡單的圖像學式閱讀，並且致力於把華荷這時期的創作，重新置放美國後波洛克的前衛藝術的脈絡中閱讀。他引用 Alain Kaprow 1958 年在 *The Legacy of Jackson Pollock* 一文中的沉思作為問題的開端：當 Pollock 幾近摧毀架上畫傳統之後，藝術會向什麼樣的方向前進？他認為一個解答是回到更加積極涉入儀式、魔術和生活的起點，另一個則是完全放棄繪畫。Buchloh 認為華荷的解答完全落在這兩個激進的方向之外，或說在它們之間。他指出，華荷對於大眾圖像進行的操作首先是隔離、單獨化和中心化，如同杜象 (Marcel Duchamp) 的現成物。但就在這麼做的同時，他也強調了單一形象的系列性重複。這種基本策略，雖然仍停留於畫框界線的內部，但卻「使得所有詩意的共鳴止息，並且禁止觀者對於畫面元素的自由聯想，迫使他們經歷一個正面遭逢的經驗」 (Buchloh, 1989, 50)。它們像是飽滿但意義密封不漏 (hermetic) 的聖像。聯繫到華荷對主題層級的去操作 (在製作名人死者肖像同時也製作無名死者的肖像—災難系

列)、對於社會觀看成規的解構(1964年的 *Thirteen Most Wanted Men* 及他以機械攝影廬 photo-booth 所作的一系列嘲弄性自拍), Buchloh 認為,華荷作品「持續施展的魅力並不來自這些模特兒的神話向度,而來自華荷是以把自己擺在明星影像消費者的悲劇性位置的方式來建構它們」(Buchloh, 1989, 53)。在華荷整個作品中顯現的是,「明星的光采只是集體視覺固置令人暈眩的反射」(Buchloh, 1989, 53)。

相對於 Buchloh 這種反圖像式閱讀,另一位經常被引用的華荷評論者 Crow(1996, 49) 則提出針鋒相對的看法。他在一篇第一版出版於 1987 年以紀念華荷去世的文章中指出,傳統對於華荷作品的解讀囿限於三個主題:1.他在其圖像選擇和呈現中的不具人格特性、2.他在面對被媒體充滿的現實時所表現的被動性、3.他在作品中的作者地位懸置。相應於此,有關華荷的辯論便以三個相對立的軸線為中心展開:1.他的藝術助長一種有關大眾文化及影像商品力量的批判性或顛覆性瞭解;2.他以無邪但顯著的方式屈服於這種麻木人心的力量;3.他犬儒又俗豔地剝削藝術和行銷間的混淆病症³。對於 Crow 而言,華荷的主題選擇本身即含有重大意義。*Marilyn* 系列在 1962 年 8 月夢露自殺之後展開,但在 1987 年前的評論完全忽略了這個重大的事實。將 *Liz* 和 *Jackie* 系列連結在一起的線索也不只是名人的表面的意像,而是死亡威脅的陰影。而這個時期的消費商品系列(最著名者自然為 Campbell 湯罐),則透過 *Tunafish Disaster* (1963) 為名的系列(McShine, 1989, 262) 和死亡的主題相聯繫。Crow 認為,這種聯繫對於普普和商業的關係有重大意義,因為它使用了華荷及其他普普藝術家所共同建立的視覺動機,「但把它推入一個明確地非屬消費的脈絡。消費這些死亡的新聞的方式不能與消費罐頭安全(我們如此希望)內容的方式相同」(Crow, 1996, 60)。這個時期的 *Saturday Disaster* 系列、汽車事故、電椅甚至自殺(McShine, 1989, 259, 260, 264, 274) 的題材選擇,更進一步強調死亡這個黑色的主題,以致於在 1965 年 *Flowers* 和 *Cow Wallpaper* 這些色彩華麗鮮豔的系列出現前,華荷可說是以一種相對於黑色電影的「黑色繪畫」(peinture noire) 的方式在描繪美國生活(Crow, 1996, 63)。華荷的題材選擇絕非被動,而且他許多的形式處理,包括彩色黑白的對比、沉重的或消逝狀的墨跡、留白、照片的剪裁、甚至重複手法本身,也都可以在此找到相關的閱讀線索。華荷以受到包裝的商品作為其創作的基礎,但「他最有力的作品卻來自商品交換的崩潰的戲劇化」,也就是死亡(Crow, 1996, 51)。

將 Crow 和 Buchloh 針鋒相對的言論相比較, Buchloh 將華荷作品擺置的脈絡比較

³ 舉例而言,第一個軸線的代表有 Crone, R. (1970). *Andy Warhol*. London: Thames and Hudson. 第二個軸線的代表為 Ratcliff, C. (1983). *Andy Warhol*. New York: Abbeville. 第三個軸線的代表則為 Hughes, R. (1984). *The Rise of Andy Warhol*. In B. Wallis (Ed.), *Art after modernism* (pp. 45-57). New York: Godine.

狹窄，而其觀眾反應的斷言也過度地籠統，但考慮到影像消費者地位這個提法有其價值，應該可以再加以深入發展。至於 Crow 提出的主題特性和畫面特質間的配合解釋則是相當具有說服力的，本文想進行的探討便是想就名人現象這條線索繼續深入地挖掘，使得它不至於被死亡的主題所完全地吸收。更進一步地說，Crow 所指出的有關華荷辯論的各軸線應如何對待？或者更具體去問道，針對這裡要處理的名人肖像系列，應如何看待此三條一般主張的軸線，乃至於 Crow 本人所提出的受忽略的重大主題及其意義？本文在描述華荷各時期名人肖像系列及其相關討論之後，認為必須針對通俗文化中的名人現象進行更深入的理解，其目的之一便在於嘗試回應華荷研究及評論遺產中留下的問題。

1968年6月3日華荷在工作室 Factory 被 Valeri Solanis 槍擊，這使得他登上了報紙的頭版（*New York Post*, June 4, 1968）（Bourdon, 1989, 279），也肯定了他本身作為名人的地位（名人之死為名人現象的一部份，甚至是核心的部份）。許多人認為有一個被槍擊前的華荷和被槍擊後的華荷之分。就本文所關心的部份言，在此之後，華荷（70年代）的名人肖像系列的確在風格和主題作了許多轉變：他通常不再主動選擇其題材，而是接受訂製，風格上也趨近將具有抽象表現主義筆觸味道的色彩和由他所攝製的拍立得照片相結合，形成一種雖有變化但相當穩定、容易辨識的風格，並且通常以雙重肖像（double portraits）的方式呈現。華荷對這些訂製肖像通常索取高昂的價格，成為他穩定的收入來源。這時已不是華荷透過為名人製作肖像來使自己分享他們的光環，而是其它人透過他的肖像來使自己分享藝術所能給予的不朽光環（Whitney, 1979, 80-81, 84-85）。

針對1979年在紐約惠特尼美術館舉行的展覽（Andy Warhol: Portraits of the 70s），Robert Rosenblum 在目錄中寫作了一篇長文，將華荷稱作70年代的宮廷畫家（Court painter）。他對比華荷在60年代和70年代的肖像製作，認為其中經歷了相當大的轉變：

如果1960年代的許多名人肖像，不論是瑪麗蓮或是賈姬，沾染著紐約郵報或是銀幕羅曼史的味道，並使我們覺得，一旦碰到它們手指便會被便宜油墨弄髒，70年代的名人肖像則屬於時尚雜誌和艾維東的閃亮領域。美麗佳人取代了中產美國的梦想和夢魘；協和機的世界則取代了美國高速公路上的車禍（If many of the celebrity portraits of the 1960s, whether of Jackie or Marilyn, smacked of the *New York Post* or *Screen Romance* and almost made us feel that our fingers might be stained with cheap newsprint if we touched them, those of the 1970s belong to the glossy domain of *Vogue* and Richard Avedon. The Beautiful

People have replaced the dreams and nightmare of Middle America: the world of the Concord, that of the U.S. highway accident.) (Rosenblum, 1979, 14)。

對於 Rosenblum 而言，這時期的風格特色是使用高瓦度的閃光燈把光影除去，並且挑選類似科幻小說之中發明的彩虹中的色彩，再加上特別能和炫耀性消費相匹配的誇張筆觸，承接 Hals 到 de Kooning 的華美傳統 (Rosenblum, 1979, 15)。在 Rosenblum 如此打開的線索之中，不僅 70 年代的華荷能和 Boldini、Sorolla、Zorn、Sargent、Clairin、Blanche 等上流社會肖像畫家相提並論，他的 70 年代肖像也能用傳統方式解讀，比如心理學層面的洞見或是對被描繪者的評論。

Rosenblum 認為華荷使用一般事實般的攝影和充滿藝術手法的修訂之間所造成的矛盾融合，乃是一種新的美學語彙的開發，並且活化了肖像的傳統。在他的說法中，雖然有許多精闢的觀察，但仍有一些值得補充和商榷的地方。首先，華荷第一次接受委製肖像並不始於 70 年代，而是早在 1963 年的 *Ethel Scull Thirty-six Times* (McShine, 1989, 309) 便開始。這裏他使用機械攝影廬 photo-booth 來取得影像⁴，並用單色畫手法作底再進行框格拼組。從某個角度來說，拍立得和機械攝影廬十分接近，都是省略了暗房程序，並且使得創作者的干預降低 (華荷通常要求被拍攝對象自行擺姿勢拍照，再由他進行選擇)，也會有一種強烈閃光的效果。至於有錢名人者 (rich and famous people) 的肖像，他也早在 1964 年題名為 *The American Man-Watson Powell* 的三十二張拼組中進行 (McShine, 1989, 308)。而 70 年代肖像中最著名的毛澤東系列 (*Mao*, 1973) (McShine, 1989, 338)，則很難落入 Rosenblum 所說的宮廷畫家傳統。它們毋寧會令人想到 Jean-François Lyotard (1979, 90n: 53) 在後現代情境中所作的註解：毛澤東已不再是一個令人懼怕的形象。反而是在 Rosenblum 所使用但未加以解明的字眼，如「當代英雄及女英雄」(modern heroes and heroines) 或是他說華荷「提供了某種宗教闢頁印刷物 (broadsheet)，以供大眾消費」時 (Rosenblum, 1979, 10)，其中有何可再深究之處，更加和本文的主要興趣相關。

另外還要補充的，和 70 年代以委製名人系列相關的，首先是由對死亡的一般性著迷轉化而來的，但更為古典的主題 *Skull* 系列 (1976) (McShine, 1989, 343-344)。骷髏頭經常在靜物畫中成為沉思死亡和生命虛妄的象徵，因而是一個繪畫的古典視覺主題。但和名人系列聯繫在一起，則令人想到名聲及功業的稍縱即逝，而這和攝影的瞬間性更是能夠配合。自身已經成為名人的華荷更是多次把骷髏頭放置在自己的臉龐之

⁴ 總共由一百餘張照片中選出 (Bourdon, 1989, 160)。Ethel Scull 為紐約計程車大王 Robert C. Scull 之妻。

旁（如：*Self-Portrait with Skull*，1978）（McShine，1989，92）。像是這樣的主題系列變形但平行出現，還有 60 年代與罪犯照相關，但含蓄地顯露華荷自身酷兒身份的 *Ladies and Gentlemen*（1975）（McShine，1989，317）。這種比較是由範疇性主題人物而不是個人肖像所構成的系列，還有 1977 年的十位運動明星（如：*Muhammad Ali*，1977）（Bourdon，1989，363），及 1980 年的 *Ten Portraits of Jews of the Twentieth Century*（如：*Albert Einstein*，1980）（Bourdon，1989，385）。

這種主題式人物系列的方式，逐漸成爲華荷在 80 年代肖像創作的一種趨向，並且也和當時逐漸盛行的後現代主義匯流。華荷一方面使得歷史人物如列寧（*Lenin*，1986）、菲特列大帝進入他的群組（*Frederick the Great*，1986）（McShine，1989，396-367），也開始爲著名的偉人或藝術史上的名家塑像，比如貝多芬（*Beethoven*，1987）（McShine，1989，397）、歌德（*Goethe*，1982）（McShine，1989，368），另外藝術作品中的人物也成爲他的取材對象，最著名的自然是拉斐爾的聖母及達文西最後晚餐中的耶穌基督（*Raphael I-\$6.99*，1985）（McShine，1989，394）。在一般歷史和藝術史的主題中，華荷也充份地明瞭自己的地位，他以各種方式如反轉、迷彩回顧了自己的先前作品和自我的形象（McShine，1989，357，399），甚至也在一個題名爲 *Myths*（1981）的系列中置放了自己扮演的 *Shadow* 角色。這是名人肖像的逐漸宣告終結，還是以另一種方式在感染甚至延伸解說新的文化對象（歷史中的，尤其是藝術史中的形象，已爲新的名人現象所含括）呢？後面這個假設，正是本文下面將要進行的探討所可能面臨的問題；也就是說，在面對華荷這麼多產而豐富的名人肖像系列時，有關名人現象本身的各種解釋和理論探討，是不是能夠有助於將華荷作品的理解更加向前推進？

貳、名人現象與華荷作品

由於篇幅的關係，本文無法在此完整地呈現晚近有關名人現象討論的各家理論。⁵ 首先，本文將只能簡短談論當代名人現象的一些核心概念。

究竟什麼是名人（celebrity），它和單純的有名（renown）如何區分？社會及文化研究學者 Chris Rojek（2001，9）解釋 celebrity 來自拉丁文 *celebrum*，同時具有「名聲」（fame）及「被群眾包圍」（being thronged）的意義。這個字眼也與 *celere* 有關，也就是和「迅捷」（swift）有關。因此這個字眼不但和公眾（public）連結，也承認它多變和短暫的性質。Rojek（2001，10-13）指出，當代名人現象有以下四個核心特質：

⁵ Cf. Rojek，2001，29-45.



- 1.它分散於光采（glamour）和惡名昭彰（notoriety）兩個端點間，前者受到正面評價，後者則是負面的公眾認識。兩者間的共同點是產生文化衝擊（cultural impact）。
- 2.名人被視為是一種文化製造物（cultural fabrication）。更重要的是，這種生產製造的過程依賴一群文化中介者，包括經紀人、公關、行銷、促銷人員、攝影師、塑身家、造型設計專家和私人助理等。
- 3.名人地位總是含帶著個人自我和公眾自我的分裂。這個分裂的現象對名人本身產生相當的困擾，甚至帶來病態的情形，比如酗酒、嗑藥甚至自殺。
- 4.有距離的社會關係是必要的。一般的知名人物可以是在一個團體中為人所認識，但名人的知名度則無所不在。這意謂著一個有距離的、缺乏相互性的社會關係。但這也使得名人的個人關係產生障礙，比如經常的離婚和無法或難以穩定的關係。

接下來本文將討論名人現象中的一些當代傾向，並且指出華荷作品和其中一些特別突出的傾向的密切關係。在這個過程中將會發現，華荷的作品先前的各種系列連結有可能重組，不但其重要性位置可能得改變，也可以獲得一個更加全面甚至更深入的理解。甚至更進一步，華荷現象本身即是名人現象的一部份，而以藝術家作為文化符碼的操作者的角度出發，不只會看到華荷深諳其中的邏輯，同時也是這個現象的一個積極的對話者。

首先，所有的研究者都會同意，大眾媒體是當代名人現象最重要的支柱。名人的現象有賴媒體擴散，而不只是公關的運作。和這一點相連的是它的人為性質。正如 Rosenblum 所指出的，華荷的名人肖像，尤其在早期，將這一點作很突出的表現，著名的 *Marilyn*、*Liz*、*Jackie* 系列的原始照片來自媒體，但更早的小報頭版手繪放大更是明白地表達出華荷對此類媒體的關注。媒體在事件發生時的不斷炒作，可能比事件本身更是引起華荷注意的原因。這包括夢露的死、甘迺迪的遇刺；也包括毛澤東系列。如果仔細看毛像系列的製作年代，並把它和 1971 年中國大陸取代台灣成為聯合國會員，以及尼克森所計劃的中國之行相聯繫，便可明瞭華荷對毛澤東像及其代表的媒體能量所產生的興趣，更勝於毛像本身的象徵價值（Bourdon, 1989, 317）。這是將名人現象的基本邏輯引入時，在詮釋上所要把持的原則。本文一直強調華荷這類型創作的系列性，在這裡，除了系列性之外，也應強調詮釋的系統性。也就是說，我們不能只將某一個圖像甚或某一個系列分離來看。由名人現象和媒體的密切關係來看，媒體事件的短時段節奏對於這些圖像的出現時機具有重要的決定性。一直被認為和名人肖像

有關係的災難系列，大部份也是一個一個媒體事件（正如它的起始點 *129 Die* 所明白展示的），華荷所作的只是將它們進行 Buchloh 所指出的「現成物化」，即孤立化、單獨化和中心化，之後再進行系列重複而產生新的視覺衝擊。連著名的電椅系列（如：*Silver Disaster*，1963）（McShine，1989，274），也和紐約州在 1963 年兩次使用電椅引起討論有關。（Bourdon，1989，154）另一方面，可以作為 80 年代後現代式的藝術作品引用開端的 *Mona Lisa* 系列（1963）（McShine，1989，237），也是因為當年二月份原畫到紐約大都會博物館展示，引發大量的參觀，才產生的創作。如果我們不把大眾媒體這個濾網加進來考量，而只是直接去探討華荷畫面意義的圖像學價值，便會忽略掉一個他關心的重大層面，也會輕忽了名人系列和災難系列間的另一個聯繫線索（除了死亡主題之外的媒體能量釋放因素），並使得大部份的名人系列變得難以納入解釋框架，因為華荷並不只是因為紀念或哀悼才製作這些肖像。

作為大眾文化的一環，名人現象立基於大眾媒體，這是它的流通管道。在這個流通管道之中，攝影乃是一個最受著重的訊息載體。華荷名人畫像的另一個明顯特徵是使用相片作為源頭，而且可以看到，它的經典型式是在去除文字，並且採取照相製版絹印之後才形成的。除了許多評論家已經談到的機械化、去作者中心的原則之外，攝影的使用，和名人現象也是息息相關。就像前文所提到的，攝影師是名人塑造團隊不可或缺的一環。名人的塑造和形象的固定化及大量流傳有強大的依賴關係。名人幾乎就是用一個形象（image）的方式存在大眾文化和集體記憶之中（Boorstin，1961，198）。當名人的行銷進入理性化考量，而成為一種分眾式的市場分割時，行銷者甚至會先考慮何種形象是當時市場上有利基的，才去加以製造（Gamson，1994，47）。形象引起慾望和認同，這是眾所熟知的作用，因而與其將華荷的名人肖像創作過程視為一種攝影（普普）和繪畫元素之間的纏鬥，不如追索他如何以各種形式手法來玩弄攝影影像在光采和死亡陰影間的辯證。華荷對攝影影像最明顯的利用方式是重複和系列化，而如果我們檢視攝影史，便可瞭解這是一種使得早期還受困於單張獨特攝影時期所發展出來的，一種使得攝影接近書寫的方法（Marien，2002，56）。名人首先是一文本和形象的操縱，並且加上高度的可見性（high visibility）（Rein，Kotler & Stoller，1987）。這種高度的可見性和欲望關係間的連結，可由臉部特寫催化增強，而這正是華荷最常採用的影像形式。華荷不是美國生活畫家，是美國高度可見的各種文本和形象的記載者（至少在普普時期如此）。另一方面，他對攝影的敏感和瞭解，也呈現於他如何穿透肖像攝影某方面最基本的成規：比如他在機械攝影廬中的創作。

如此，由通路（大眾媒體）到載體（攝影影像），華荷的名人肖像除了以其系統性



和名人文化現象本身嚴密吻合之外，其對攝影影像所進行的形式玩弄，也可以見出一種記載之外的評論的企圖。本文前面提到，華荷對攝影肖像的評論，作用在其視覺成規上頭。但名人現象還有一些周邊的次類型，將它們納入考量，也可以有助於理解華荷創作中某些較難歸類的作品的位置。它們涉及到某些主題面的考量。首先是一種被稱為「短暫名人」(celetoïd)的現象，他們是由大眾媒體創造出來的短暫注意力對象，比如樂透彩贏家、名人阻絕者(stalker)、公眾人物情婦等。本來沒有引起大眾興趣的機會，但因為媒體的報導，突然在短期內成為知名人物，但又旋即被遺忘(Rojek, 2001, 20-23)。華荷的名言：「未來每個人都會在十五鐘的時間內名滿天下。」指的就是這樣的人物。本文之前曾經提到的 *Tunafish Disaster* 系列作品中的人物，便是如此。這系列中有一張作品，華荷將報紙疊印上來，更說明他意識到這個作用。其於 *Disaster* 系列中有關汽車事故的部份，乃至於自殺者，也多少和「短暫名人」現象有關。另外一種名人的次類型則是虛構故事中的人物，被稱作「角色名人」(celeactor)。這種一時名滿天下的故事角色或是通俗文化中被建制化的形象，往往能夠充份說明某一個時代被需求的角色類型。著名的卡通人物尤其是這類「角色名人」的典型。除了華荷念念不忘的超人和蝙蝠俠之外（這兩位人物特別具有名人公眾自我和私人自我分裂的特質），他在前面已述及的 *Myths* 一作中，更是集結了這些著名的「角色名人」，並且以扮裝的方式將自己融入其中。

短暫名人及角色名人的現象在華荷作品中的出現，除了說明他對於名人現象的含括範圍，具有專家式的理解，這些我們認為較周邊的或較不典型的名人類型，也透露他對特定主題的偏愛（比如災難、死亡和短暫名氣的相關性；對分裂性人格角色的興趣）。如果回到更典型的名人現象，以一些鮮明的例子，更可看到華荷所著重的側面。這時他的作為像是一位文化文本的評論者，指出了當時名人現象中的值得注意的特質。比如當代名人現象的一個特質是和踰越(transgression)之間的關係特別密切。除了明星本身代表的遙不可及的地位，其過量的財富和物質慾望，使得他們佔據著社會過剩者(surplus)的地位。一些惡名昭彰者之所以有其粉絲，除了照片大量傳佈所引起的效果，更是因為他們在民主社會的灰色平等氣氛中被給予了極端甚至英雄式的膽量。華荷的 *Thirteen Most Wanted Men* (1964)，其命名的雙重意含也顯現了這一點(McShine, 1989, 283)。另外他對 Liz Taylor 所產生的興趣，應該也不是由她的人際困難和病態生活所引起的而已，他特別選擇了 Liz Taylor 扮演埃及豔后時的劇照和二位前後任丈夫共同出現的一張狗仔直擊照片作為作品來源(McShine, 1989, 226, 231)，都說明他深諳明星在社會想像中的過剩者地位。當華荷逐漸意識到自己的公眾人物角

色時，他表現的基本上是一種「酷」(cool)的形象，而「酷」正是一種表面的無感覺但內在隱藏反叛的態度 (Pountain & Robins, 2000, 19)。如前所述，出現在他筆下的第一個當代名人是 James Dean，而他在其晚年又用一日文的海報透露了這個反叛訊息 (*Rebel Without a Cause*, 1985) (McShine, 1989, 376)。

前述的公眾生活和私人生活的分裂現象，不只出現在華荷角色名人的選擇上，也出現在一些他的當代名人肖像的選題和觀點之中。當代名人的一個特質是，人們雖然和他們維持的是一種抽象的關係，卻會介入到他們的私密生活之中 (Schickel, 2000)。Jackie 系列雖然和甘迺迪遇刺有關，但也顯現出她在甘迺迪遇刺前後的不同樣貌，彷彿是有一個無所不在的眼睛在觀察她。這種對名人私密生活的興趣，又逐漸發展為一種羶色腥的醜聞報導傾向，而這也是華荷的小報手繪放大中表現過的。

和這種負面新聞的興趣相對應的，則是當代名人的形象在另一方面用過於典型化的方式來強調個人性、男性氣質和其獨特出眾的才能，而使得許多評論家直指其意識型態作用，而這尤其以運動明星為最佳代表。華荷對運動明星一直不減的興趣，也觸及到了這一點。另外他的許多男性名人，也經常以持槍的方式出現，比如 1962 年的 Cagney (McShine, 1989, 223) 或是 Elvis 系列 (*Triple Elvis*, 1962) (McShine, 1989, 247)。

最後，其實也是最明顯，但在華荷的研究和評論中，未受到足夠討論或發展的一點，便是名人其實本身也是商品，是整個文化生活商品化的最佳例證。這一點自然使得名人系列，不只要和災難系列連結，也要和普普時期的商標、商品甚至美鈔系列連結在一起。名人是商品中的商品，或者可說是商品形式的奇觀化，因為他們不只能代言促銷，本身就能滋生高度的產質，本身就是受到大眾高度追求的消費對象。Elizabeth Taylor 說過：「我即是我自己的工業。我即是我自己的商品」(Gamson, 1994, 85)。華荷曾經營過時人 (People) 類型雜誌前行者訪談 (Interview)，他熟知名人只要一開口便是新聞，便能引起注意，而他們的形象，一旦印在封面上，也是最佳的「銷售工具」(Bourdon, 1989, 401)。名人現象更複雜的地方，是他們使得商品交換人性化了，也使得商業和資本主義的赤裸程序加入了情感的控制因子 (Marshall, 1997, 243)。華荷最早的名人系列即已注意到名人代言商品的現象，而他自己早期將名人納入其作品名稱或作品源頭的作法，也不無利用此一現象的嫌疑。

總結地來說，華荷深度瞭解名人現象的文化邏輯，並且以專精方式加以運用，經過前述的解說，應是可以成立的。關於 Crow 所提及的相互矛盾的華荷相關辯論軸線，以及他所提出的受忽略的死亡主題，針對名人肖像應可以暫下結論說，華荷很多時候

像是一位美國媒體事件的記載者般運作，但他絕不自限於此。雖然不至於到加以顛覆的地步，但細膩去注意他的主題選擇和畫面運作，又可看到他一種隱含的評論企圖。這個企圖和 Crow 所指出的死亡氣息，或是某種不那麼具高度悲劇性，但更貼近日常生活的分裂狀態有關。高度的人為化、商品化和奇觀化，其代價則是個人（情感）生活中揮之不去的一種不幸的因子。在受到槍擊之後，華荷自己成了名人，也經營過 *People* 類型雜誌的名人產業，但尚且不能說他只是在一種劫後餘生的幻滅中如此犬儒地作為（這是 Rosenblum 評論中所隱含的觀點），因為觀察他更早期的作品可以發現，對於名人與商品邏輯的關係，早已是他積極運用的元素。因此，經過和名人文化現象的對照探討，本文對這三個辯論軸線在此的態度是：經過一些較細膩的修正或補充，這三個看似矛盾的評論軸線，其實都有其道理，都說出了華荷作品部份的真相，而其矛盾的解決，不只在於矛盾現象本來就可以共存於同一主體（華荷本身是一個充滿矛盾主張的藝術家，但也因此有其飽滿的張力），也在於他所面對的現象本身的複雜度，比如在此討論的名人文化現象。本文希望此一對照閱讀可以顯示出這一點。名人現象是商品形式透過媒體和影像所進行的極致奇觀化，但它也為資本主義邏輯注入了情感和生命的因子。如果要在這回應 Crow 的死亡主題是否會過度擴大的問題，那麼將可以說名人肖像系列在華荷的各大系列中是位在一個中心及橫跨者的位置。它和災難系列息息相關，甚至部份重疊，但它有一些特質又不是災難和死亡可以完全解釋的。像 *Jackie* 系列的私生活公眾化面向，*Liz Taylor* 系列中所包含的過剩意象，都不是單純的災難、死亡主題所能解說的。另一方面，名人系列顯然也和商標、商品的描繪有關，而華荷在此的態度，也和他面對商標、商品時一樣地曖昧。

參、當代英雄聖像

經由前面的討論可以瞭解到，名人這個興起於通俗文化中的現象，的確是一個理解華荷整體作品發展和其基本態度的重要線索。接著，我所要探索的，乃是透過一個由此導出的新提問，來看此一回溯文化現象本源的討論方式，除了可以回應過去華荷研究及評論中遺留的問題，並且反向地照明此一現象之外，是否有可能在另一個層次上，依據目前討論的成果，開展出新的理解可能？具體地說，新的提問將是：是否可以把佔據華荷作品中如此重要地位的名人肖像系列，視為一系列的當代英雄的聖像？

大多數研究名人現象的理論家，都會指出，名人（celebrities）現象已經取代了過去的神祇、君王及英雄，成為新的偶像。但如果英雄的盛名來自其「彰顯的事功」（manifest deeds，拉丁文 fama 的原意），今日的名人則是由大眾媒體、影像觀看機制

(尤其是臉部大特寫)及極具侵略性的公關運作所生產而出的。Daniel Boorstin 即曾斷言：「英雄因其功業而突出；名人則因其形象或商標。英雄創造了他自己；名人被媒體創造。英雄是個偉大的人；名人是一個偉大的名字」(Boorstin, 1961, 61)。然而，英雄之死或英雄的沉淪，也是英雄敘述結構中的一個重點 (Campbell, 1972, 245-246)。名人不只是粉絲 (fans) 狂熱崇拜的對象，也是狗仔及其所屬小報所要進行的偶像破壞對象；沉淪的名人，像是墜落的明星 (fallen stars)，扮演著替罪羔羊 (scapegoat) 的角色；而死去的名人，則有著晉升至通俗文化萬神殿 (pantheon) 的潛在可能。名人，在今日的通俗文化中，可說是具有平行於過去介於人神之間的英雄的角色和地位 (Detweiler & Taylor, 2003, 110-117)。由這一點更可以理解死亡和名人在華荷作品中的連結關係，仍有出自於名人現象自身邏輯之處。

另一方面，華荷在名人系列之外的其它相關作為，比如他曾在紐約時尚界，也就是在廣義的文化中介地帶活動並且取得優越地位，以及他在 1969 年接手經營 *Interview* 雜誌，也顯示他精通明星體制和名人的文化邏輯：超級名人無需事件來使自己成為新聞焦點，他只要開口說話便是事件；進入明星的等級，電影演員已不再是因為其所扮演的角色而受到崇拜，而是因為他以其自身所扮演的名人身份。由這裏我們也看出名人現象和英雄崇拜之間的核心關聯：他們都佔據著文化運轉中不可或缺的角色模範 (role model) 地位 (Klapp, 1962, 142-156)。由名人現象的研究中可以看出，除了崇拜及模範追尋之外，在名人和粉絲之間，尚還存有投射、自戀、窺視和犧牲等心理過程，而這或許是建立於高度視覺曝光機制下的當代英雄形象的共同特色。這些層面，在華荷的作品之中，也已高度地展露。

最後，華荷更令人驚異的是，他成功地以商業性反諷的方式將自己塑造成一件藝術品，而且在死後和他所曾 (再) 繪製的名人們一起晉入不朽的聖堂之中。除了歸因於其自我吹捧 (self-promotion) 的策略之外，是否能以華荷所繼承 (但密而不宣) 的東正教聖像傳統來瞭解他對生活與藝術的界線的抹滅呢？也就是說，今日我們使用聖像 (icon) 這個字眼，著重的是它不斷被重複、傳播，因而成為一個形象性的共同記憶，但在華荷的案例中，尤其是當他作品中的宗教背景已因為最近的研究而為世人所明瞭 (Dillenberger, 1998, 17-23)，我們是否能用一種更嚴謹的方式來使用「聖像」這個字眼？

拜占庭歷史中有關聖像的辯論十分地複雜，也難以在這裡簡短地交待。但可以說它圍繞著形象作為缺席的臨在 (presence of absence) 而發生，以及由此而來的觀看反轉 (Mondzain, 1996, 117)。在這存有的匱乏之中，正存有著影像的力量 (Marin, 1993,



12)。華荷的名人肖像仍是世俗的，甚至是在最世俗的脈絡中誕生的。但他在 60 年代透過留白、重複、消逝、死之黑暗和生之空洞讓我們瞥見了這缺席的力量，在 70 年代大多用豔麗的光彩來遮蓋它，而 80 年代則似乎嘗試要穿透偽裝來直指它。⁶ 因為它們將攝影作為缺席的直接呈現（presentation of absence）作了巨大的變化和運用，而且又深入了當代文化一個重要的脈絡，因而他的名人肖像系列肯定了他在當代英雄聖像塑造中無可置疑的重要地位。

肆、代作結語

本文運用了名人現象的文化脈絡來對華荷長期經營的名人肖像系列進行解讀，它基本的預設是如果不深入瞭解名人現象的各種層面，將無法充份瞭解華荷這些肖像的時代意義及其各種變奏間的關聯性。透過和名人文化現象間的對照解讀，不僅得以更進一步理解華荷作品的文化意含，也得以探察其態度由記載者、操作者到評論者之間的多樣變化，並足以對之前的華荷研究和評論所遺留的問題提出解答。本文終結於一個新的提問，也就是當代名人是否可以被視為當代英雄，而華荷的名人肖像系列是否可以視為當代英雄聖像的重要嘗試？這個提問建基於本文前述的解讀中，但它指向了另一個層面，另一個脈絡，其完整的開展，當非本文篇幅內所能完成，只能作為向未來開放的可能。

由方法面來談，筆者希望這種文化脈絡和藝術創作間的相互對照及解說，不但使讀者對華荷的相關作品可以得到更深入的理解，也具有一種研究導向上的小小貢獻：這篇論文要論證的是名人文化現象在華荷作品中具有關鍵性的解說力量，而由於視覺文化在當前藝術研究和藝術教育上的重要性，名人現象雖不侷限於此，但在華荷的案例裏卻大量集中於其視覺部份；因此，我也希望本文能貢獻於視覺文化和藝術研究，乃至藝術教育之間的有效聯結。如同華荷的案例所顯示的，當今的藝術研究問題，也不能僅僅侷限於藝術內部的提問，而必須跨出界域，走向各領域間的整合，尤其是和文化領域間的關係。就藝術教育的角度來看，文化脈絡、媒體、影像解讀也同樣地重要，不只是因為藝術研究的當代案例已難由單一面向出發教授，而是涉及層面廣泛，框架隨時流動的跨界域實踐，另一方面也因為學生們在教室之外，受到的文化脈絡影

⁶ 本文所指的聖像（icon），其主要意涵指的仍是因為受到大量重複出現流傳而深印人心的時代人像，這是目前通用的用法。在這個段落裡，本文嘗試將華荷的名人肖像作品中的一些特質和東正教聖像傳統的基本原則相連結。然而在此也必須強調，它們在圖像層面除了少數作品（如前述的 *Gold Marilyn Monroe*），不但相當不同，甚至是難以比較的。

林志明

響，尤其是透過媒體和影像，可能遠超過他們在教室內所接受的。反過來說，如果藝術研究與藝術教育不能針對文化脈絡及其透過影像和傳播的運作方式進行解說，則其視野和效力將會大打折扣（在面對名人現象發燒的台灣社會現狀更是如此）。在視覺文化研究與藝術研究結合的基礎上，本文或許能開啓出藝術教育面對時代新挑戰的可能性。這篇文章也希望能在此具有拋磚引玉的作用。

引用文獻

中文部份：

趙惠玲（2005）。*視覺文化與藝術教育*。臺北：師大書苑。

外文部份：

- Boorstin, D. (1961). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Harper and Row.
- Bourdon, D. (1989). *Warhol*. New York: Harry N. Abrams.
- Buchloh, B. H. D. (1989). Andy Warhol's one-dimensional art: 1956-1966. In K. McShine (Ed.), *Andy Warhol: A retrospective* (pp. 39-61). New York: Museum of Modern Art.
- Campbell, J. (1972). *The hero with a thousand faces*. New Jersey: Princeton U. Press.
- Crone, R. (1970). *Andy Warhol*. London: Thames and Hudson.
- Crow, T. (1996). Saturday disaster: Trace and reference in early Warhol. In T. Crow, *Modern art in the common culture* (pp. 49-65). New Heaven: Yale U. Press.
- Danto, A. (1992). *Beyond the Brillo box*. Berkeley: University of California Press.
- Detweiler, C., & Taylor, B. (2003). *A matrix of meaning: Finding god in pop culture*. Michigan: Baker Academic.
- Dillenberger, J. D. (1998). *The religious art of Andy Warhol*. New York: Continuum.
- Gamson, J. (1994). *Claims to fame: Celebrity in contemporary America*. Berkeley: University of California.
- Hughes, R. (1984). The rise of Andy Warhol. In B. Wallis (Ed.), *Art after modernism* (pp. 45-57). New York: Godine.
- Klapp, O. E. (1962). *Heroes, villains and fools: The changing American character*. Englewood Cliff, NY: Prentice-Hall.
- Liotard, J. F. (1979). *Postmodern condition*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Marien, M. W. (2002). *Photography: A cultural history*. London: Laurence King.
- Marin, L. (1993). *Des pouvoirs de l'image*. Paris: Seuil.
- Marshall, D. (1997). *Celebrity and power: Fame in contemporary culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McShine, K. (Ed.). (1989). *Andy Warhol: A retrospective*. New York: Museum of Modern Art.
- Mondzain, M. J. (1996). *Image, icône, économie*. Paris: Seuil.
- Pountain, D., & Robins, D. (2000). *Cool rules: Anatomy of an attitude*. London: Reaktion Books.
- Ratcliff, C. (1983). *Andy Warhol*. New York: Abbeville.
- Rein, I., Kotler, P., & Stoller, M. (1987). *High visibility*. New York: Dodd, Mead and Company.
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books.
- Rosenblum, R. (1979). Andy Warhol: Court painter to the 70s. In D. Whitney (Ed.), *Andy Warhol: Portraits of the 70s* (pp. 10-21). New York: Random House.

林志明

Schickel, R. (2000). *Intimate strangers: The culture of celebrity in America*. Chicago: Ivan R. Dee.

Whitney, D. (Ed.). (1979). *Andy Warhol: Portraits of the 70s*. New York: Random House.



Andy Warhol's *Celebrities* Series: From the Reading of Celebrities Phenomena to Icons of Contemporary Heroes

Chi-Ming Lin¹

Summary

This paper hopes, with a case study, to advance the connection between art study, art education study and visual cultural study. The object of study here is the *Celebrities* Series of Andy Warhol.

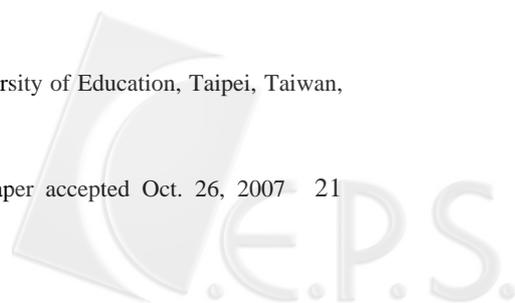
The *Celebrities* Series form the most famous series of Andy Warhol. We may distinguish three series in these works. Firstly, the pop style portraits in the years of 1960s, in which, *Marilyn*, *Elvis*, *Liz*, *Jackie* are the most representative. Secondly, the portraits, in the years of 1970s, started with *Mao*. Finally, the portraits of historical personalities appeared in the years of 1980s.

Benjamin H. D. Buchloh (1989) has analyzed the basic operations of Warhol in the first series as isolation, putting forward the singularity and centralization. Thomas Crow (1996), on the contrary, raised the issue of his choice of subject matters, which, he noted, are often under the shadow of death. For Robert Rosenblum (1979), Warhol in the years of 70s acted like a court painter.

Chris Rojek (2001, 10-13) puts forward four core characteristics of the contemporary phenomenon of celebrities:

- 1.It is dispersed between the glamour and the notoriety and produces cultural impact.
- 2.It is considered as a cultural fabrication and relies on a group of mediators.

¹ Chi-Ming Lin, Associate Professor, Department of Art, National Taipei University of Education, Taipei, Taiwan, Republic of China. For contact, Email: lin0214@tea.ntue.edu.tw



3. The personal self and the public self of the celebrities are always split and this brings disturbance to the celebrities.

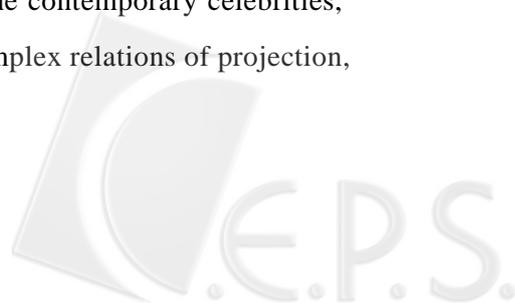
4. The social distance is necessary to it but that means a non-reciprocal social relation and creates problems in the personal relationship for the celebrities.

If all the studies agree on the importance the mass media in the contemporary phenomenon of celebrities, then we should observe the close relationship between the choice of Warhol's subject matters and the media events. Another evident feature of Warhol's portraits of the celebrities is its use of the photography, which is considered as the most important message-support of this phenomenon. Some marginal phenomena of celebrities, like the "celetoid" and the "celeactor", also help us to understand his choice of subject matters. This kind of celebrities may clarify his preference about certain subjects like disaster, death and divided personalities. Warhol himself may be looked as a critique of cultural texts when he comments the relationship between the celebrities and the transgression. Last but not the least, the celebrities are spectacular merchandises themselves and the merchandise is certainly one of the social aspects highly studied by Warhol's art.

Warhol, in the end of analysis, knows well the cultural logics of the phenomenon of the celebrities and explores it as an expert. He works like a chronicler of American media events but is not confined to this role. Even there is no evident subversion but if we look closely how he chooses his subject matters and how works on his picture, we may perceive a critical intention. This intention is close to the shadow of death put forward by Crow but is closer to some split state of everyday life, less tragic. After his gun shot in 1968, Warhol himself becomes a celebrity. He has even run a people magazine. Nevertheless, the relationship between the logic of merchandise and the phenomenon of celebrities may be already observed in his early works.

A new question would be the following: if we may consider the celebrities' portraits so important in Warhol's art as icons of contemporary heroes?

The celebrities in the popular culture today have the statue of the heroes, which are situated between gods and mortals (Detweiler & Taylor, 2003, 110-117). They all occupy the key place of role model (Klapp, 1962, 142-156), which is indispensable to the functioning of culture. It is observed in the studies of the phenomenon of the contemporary celebrities, besides the cult and the quest of the role model, there are the complex relations of projection,



narcissism, voyeurism, and sacrifice between the celebrities and their fans. These may be the common characteristics of the contemporary heroes under high media visibility. All these aspects are observable in Warhol's works.

The debate on the icon in the Byzantine history turns around the image as the presence of absence (Mondzain, 1996, 117). The power of the image resides thus in this absence of existence (Marin, 1993, 12). Warhol's *Celebrities* series are secular. His works of the 60s reveal the force of this absence by the void, repetition, disappearance, the darkness of the death and emptiness of life. His works of the 70s hide this force by their glamorous color but in the 80s they transpire this camouflage and seem to point it out directly. In his use of the photography as presentation of absence and deep penetration of an important contemporary cultural context, Warhol's *Celebrities* series certainly confirm his important role in the making of icons of the contemporary heroes.

This paper tries to read the celebrities' portraits of Warhol in the cultural context of the phenomenon of contemporary celebrities. Its underpinning hypothesis is that it is not possible to fully understand the meaning of these series and the relations between their variations without questioning all the aspects the phenomenon of celebrities. With a contrast reading between his art and the concerned cultural phenomenon, we may not only better understand the cultural implication of his art but also the diversity of his roles as chronicler, manipulator and critic. Some questions left by Warhol's commentators may also be clarified.

As the case of Warhol's art shows, the art studies today could not be limited to the questionings inside the field of art but should negotiate different fields, especially that of art and culture. As for the art education, the cultural context, the media and the reading of image have certainly similar importance.

Keywords: Andy Warhol, celebrities, hero, portrait, visual culture, art education