



キャンベル・スープ缶 (Campbell's Soup Cans) 1962年 アクリル絵具 シルクスクリーン 各カンヴァス 20 × 16 インチ  
ニューヨーク近代美術館 © 2014 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. / ARS, N.Y. & JASPAR, Tokyo E0988 © PPS 通信社

# 洗練された反復の美

玉川大学芸術学部准教授 林 卓行氏

# dy Warhol



たとえ現代アートに関心がなくても、この「キャンベル・スープ缶」をどこかで見たことがあるという人は多いことでしょう。

アンディ・ウォーホルは1928年、米国ピッツバーグでチェコスロバキア移民の子として生まれました。商業デザイナーの分野で活躍した後、1962年に大衆の日用食料品であったキャンベルのスープ缶を主題にした一連の作品を発表し、ポップ・アートの旗手として一躍脚光を浴びました。

それにしても、なぜスープ缶だったのでしょうか。ウォーホルは取材でその理由を「好きでいつも食べていたから」と語っています。しかし、その言葉を額面通りに受け取るとはできません。彼はクレバーなアーティストで、自分の発言の効果をクールに計算していました。本当のところを決して語らない芸術家でした。

食品工場で日々大量生産されるスープ缶。それは米国が迎えた大量消費社会の象徴の一つでした。そうした時代性は当然ながら意識していたことでしょう。

また缶のラベルが赤と白の2色でデザインされていたことから、複製を並べることによる視覚的な効果も狙っていたはず。つまり味ではなく、時代性や見た目の点から、キャンベルのスープ缶を選んだものと思われれます。もしかしたらウォーホルはスーパーマーケットで、さまざまな味のキャンベルのスープ缶が商品棚に陳列されている様子を見て、この作品を思いついたのではないのでしょうか。

「キャンベル・スープ缶」に限らず、ウォーホルの作品に共通するキーワードは「反復」です。当時、米国のアイドルであったマリリン・モンローやエルビス・プレスリーの肖像を、ひとつの画面に繰り返し描いた作品を制作しています。

一点ものが原則の芸術作品であるにもかかわらず、シルクスクリーンでカンヴァスに作品を印刷し、大量生産したのです。テクノロジーによる大量生産の時代とは、反復の時代とも言えます。毎日寸分違わぬ商品が大量に生み出され、消費されていきます。しかし大量生産された商品は没個性でつまらない存在などではありません。そこには豊かさや反復の美があります。それはこの時代にしか経験できないものです。その価値を最も洗練された視覚的表現で提示した芸術家。それがウォーホルだったのです。(談)

一点ものが原則の芸術作品であるにもかかわらず、シルクスクリーンでカンヴァスに作品を印刷し、大量生産したのです。テクノロジーによる大量生産の時代とは、反復の時代とも言えます。毎日寸分違わぬ商品が大量に生み出され、消費されていきます。しかし大量生産された商品は没個性でつまらない存在などではありません。そこには豊かさや反復の美があります。それはこの時代にしか経験できないものです。その価値を最も洗練された視覚的表現で提示した芸術家。それがウォーホルだったのです。(談)

林卓行（はやし・たかゆき）  
1969年東京都生まれ。97年東京藝術大学美術研究科博士後期課程在学中満期退学。芸術学修士。専門は美術批評、近現代美術史研究。著書に『西洋絵画の巨匠9ウォーホル』（小学館）、共著に『欧米のモダニズムとその後の運動』（京都造形芸術大学 東北芸術工科大学 出版局 芸術学舎）など。

An

アンディ・ウォーホル  
(1928~87年)

1928年米国ペンシルベニア州の鉄鋼業の街・ピッツバーグに生まれる。大学で広告芸術を学び、卒業後は商業デザイナーとして活躍。62年「キャンベル・スープ缶」を発表し、ポップ・アートの旗手となる。銀髪のカツラをトレードマークとし、絵画だけでなく映画制作やロックバンドのプロデュースなど多方面で活躍したマルチ・アーティスト。2014年春、東京・森美術館で国内史上最大の回顧展が開催された。



© PPS通信社