

蕭牧齊 SHAW Muchi

計畫名稱：「我們的 _____，」

參訪國家：美國 紐約

鉅量的，更好的可能
在可觸及與不可觸及的周遭發生
我無法以自身現有的遭遇為滿足

羅智成《寶寶之書》

紐約斐列茲藝術博覽會 Frieze New York

彈性 ⊕ 緊縮 ⊕ 關係

■ 概述

以斐列茲藝術博覽會作為紐約行程首站，對我而言其實別具意義，一則是自身在藝廊的工作經驗，除了例行的經理行政與公關銷售工作外，絕大部分的時間，便是處理各國際博覽會的參展準備與執行，因此特別能夠產生連結；再者，藝術博覽會作為藝廊經濟操作的一線戰場，亦是觀察藝術市場潮流脈動的最佳場合。



2016 紐約斐列茲藝術博覽會 Frieze New York會場外觀

斐列茲藝術博覽會，由當代藝術雜誌Frieze創辦人Matthew Slotover 與 Amanda Sharp 於2003年在倫敦創立。作為英國藝術市場最重要的場域之一，擁有德意志銀行、卡地亞當代藝術中心與英國衛報等機構贊助支持。2012年展會首度橫跨北大西洋，開辦紐約分點，設於曼哈頓蘭德爾島公園(Randall's Island Park)，並特別邀請紐約當地建築公司SO-IL設計出一座臨時性的白色弧形帳篷展場，展場以自然採光為主，其結構被喻為白色的加長型禮車。



場內唯一來自台灣的參展藝廊：其玫畫廊 Chi-Wen Gallery

出發前夕，先是研究過一輪今年的參展名單後，便覺得意外，不同於台灣藝廊較熟悉的巴塞爾藝術博覽會系統，甚至是與亞洲市場較貼近的巴塞爾香港分點，極低參展比例的中國與台灣畫廊數目，呈現一種與近年市場向中國靠攏的相反趨向。尤其是源於英國倫敦的「斐列茲藝術博覽會」(Frieze Art Fair)，自2012年版圖擴至紐約後即被視為紐約軍械庫藝博會(The Armory Show)的取代者，而紐約軍械庫甚至曾於2014年邀請前尤倫斯當代藝術中心館長田霏宇先生於年度重點聚焦單元選擇中國當代藝術作為主題，力邀多達十六所中國藝廊單位參展，比例高達整體的十分之一，處處可見中國藝廊與藝術家身影。反觀今年的紐約斐列茲，藝廊主展位區(MAIN)中出身中國者僅有立基上海的香格納畫廊(ShanghART Gallery)與設點北京的博而勵畫廊(Boers-Li Gallery)，而台灣藝廊仍是缺席狀態。其他三項單元展區(FOCUS/FRAME/SPOTLIGHT)，台灣唯有定點台北的其玫畫廊(Chi-Wen Gallery)出線，而中國則是由年輕一輩的來自上海的天線空間(Antenna Space)與Leo Xu Projects代表參展。參展總數208所單位中，僅有區區五所來自中國與台灣，佔整體比例百分之二。值得參考的是，以美國本地藝廊身份參展，不計國際分點的單位佔比為整體之百分之四

十，其中出身紐約本地藝廊約佔整體之百分之三十，數值與去年相較持平。若將僅計算美國分點空間之藝廊，比例則將高達百分之六十五。另外，本年度紐約軍械庫藝博會的中國參展單位數亦大幅下降至僅存一所。

藝廊單位	藝廊國別	藝廊負責人	參展項目	參展藝術家
其玟畫廊 Chi-Wen Gallery	台灣・台北	黃其玟	FOCUS	張乾琦
香格納畫廊 ShanghART Gallery	中國・上海	Lorenz Helbling	MAIN	烏頭、丁乙、蔣鵬奕、 梁紹基、章清、趙洋 徐震-沒頂公司出品、 浦捷、孫遜、楊福東、張鼎
博而勵畫廊 Boers-Li Gallery	中國・北京	Waling Boers	MAIN	馮國東、郭海強、黃銳、康萬 華、李珊、廖國核、馬可魯、歐 勁、唐平剛、萬陽、薛峰、張 偉、鄭子燕、周邁由
天線空間 Antenna Space	中國・上海	王子	FOCUS	李明
Leo Xu Projects	中國・上海	許宇	FOCUS	劉詩園



天線空間 Antenna Space 展位

■ 彈性

獨立於曼哈頓東岸的蘭德爾島公園，往來必須依賴渡船等水上交通，大會特地於曼哈頓90街與35街口分別設置兩處接駁點，北臨中央公園，南近中城的聯合國總部，另外更於曼哈頓城中安排定時接駁巴士，以提升交通之便利性。會場中更邀請各紐約飲食名店於會期間設立POP-UP分店，從正式餐點至比薩輕食，滿足訪客觀展時的各種不同需求。值得一提的是，由於可預期來訪民眾，特別是收藏家，多屬經濟金字塔尖端份子，活動區域泰半在曼哈頓城中，大會特別邀請兩所設立於布魯克林區的餐飲名店以饗饕客，一是來自Williamsburg強調農場體驗的Marlow & Sons，一是設立於布魯克林藝術聚集地Bushwick的披薩名店Roberta's，兩店皆成博覽會中的另類亮點，會期間多有媒體特別報導，更有不少訪客特別慕名而來。



會內餐飲Roberta's攤位

身為藝術交易市場頂尖博覽會，各種佈展設施自展牆搭建、地板鋪設皆是最高規格，唯因會場的帳篷設計迎來大量的自然採光，因此在燈具選擇上較為單一，正也因為如此，所以即便場中設有兩百多個分隔展位，亦能夠保持整體會場調性融合一致。不同於其他博覽會多半設於飯店或者會議中心

等大型室內場地，動線規劃較單一規律。紐約斐列茲依照島形規劃展場為環形空間，藝廊展位交織錯別，動線流動多變，但因空間的特別挑高設計，反而顯得會場氣氛輕鬆活潑，不若其他略顯制式而緊張。特別值得亞洲藝廊學習的是，各家畫廊對於作品展示的陳列與配置，十分靈活多變。會場通道其實並不寬敞，且展位劃分的方式經常使各家展位呈現奇異角度或者面位，但在個人在會場中行走時，卻感覺動線流暢且觀看容易，一則是大會利用公共區域的設立消除了展位的壅擠感，並攬在藝廊與藝廊間的輕重搭配得宜。再者更重要的是各展位內，畫廊對於展品的陳列不落俗套制式，平面與立體交互搭配，使得空間充滿趣味性。而且破除作品與作品間的質性距離，輕重疏落，反倒讓整體的空間感，感受上較實際寬亮許多。



會場空間挑高設計與自然採光

■ 緊縮

為期四天的博覽會，訂為僅供受邀貴賓預覽的VIP DAY通常是觀察整個展會市場狀況最好的時間。紐約斐列茲例行將展會首日空出專屬藏家貴賓，也許是去年度的美國高端消費市場寒景持續，一如今年五月仍冷的長冬，整體氣氛冷靜非常。延續中國畫廊的弱勢現象，各大博覽會中常見華人藏家面孔，無論私人藏家或者美術館代表一律未到，更甚者連華文媒體也不見蹤跡，會後確認，寥寥可數的華文報導，幾乎是由當地非專業人士撰稿而成，甚至對於大會公開資訊都有錯差，頗有敷衍行事意味。而各國際博覽會必邀的重要國際藏家也幾乎缺席，場中僅存中高階私人市場顧問交流詢價，作品交易狀況慘淡。會中與一位以倫敦私人藝術收藏基金會操盤為基的猶太裔藝術顧問交流後，已得到相同觀察，認為今年度會中作品交易趨於保守。

Frieze 特別項目 藝術家 Anthea Hamilton作品

保守狀況同時也反映在各藝廊的參展準備之上，最為直白的觀察便是場中少現定價突破百萬美元的高價作品。除了少數藝廊龍頭展為中仍可見高價作品，但宣傳意味更勝於交易企圖，如美國藝術市場鰲頭高古軒藝廊（Gagosian Gallery），在與達米安·赫斯特（Damien Hirst）自2012年邁阿密巴塞爾藝博會後正式停止合作



後，經歷三年時間重新聚首，便於此次展會中以極大展位面積推出赫斯特個展，展出一系列著名作品，包括一頭極具代表性浸泡在甲醛中的金角公羊。但此等商業操作其實宣傳與宣示性質遠高於實際市場交易目的，大會四天展期間也少見畫廊負責人Larry Gagosian出現，甚至畫廊展位多半時間僅有保全人員與畫廊行政員工鎮守，不見負責銷售的經理人。而向來被視為Gagosian Gallery最大競爭對手的英國藝廊白立方（White Cube），展位上則是百花齊放，畫廊代理之中生代藝術家作品一字排開，交易企圖明顯，負責人Jay Jopling 在大會其間更是不時可看見其身影穿梭於展位間。兩大龍頭一冷一熱，兩種極端倒也許是凸顯了美國藝術市場經濟緊縮之境。除了這些博覽會常見的藝廊巨頭外，高達百分之四十比例的美國本地藝廊，更是一致推出中青年藝術家作品，作品定價散亂而偏低，大致落在十萬美元之內，更甚者有萬元美元即可入手之青年藝術家作品，就場內作品之定價與博覽會盛名之不相稱情形來看，亦可窺得市場現狀一二。



高古軒藝廊 Gagosian Gallery 展位

整體來看，或許我們可以如此推測：美國藝術市場因整體經濟狀態而緊鎖，加上中國當代藝術市場熱潮消退進入重整期，綜合因素下的直接呈現，便是身為一線市場的藝廊們，紛紛轉向操作價格較為親民的青年藝術家或者尚未被國際市場普遍熟悉的中生代藝術家作品，且因國際總體經濟疲弱，因為對於藝術家的選擇，亦轉趨保守朝向自身所屬文化之藝術家之列操作，一則較能夠直接快速地與當地收藏家產生連結，一則就經營成本亦較他國藝術家低廉。同樣緊縮而保險的現況，以能夠直接反映在藝廊的銷售成績上，特別是來自他國參展的藝廊們，來自亞洲的某重要藝廊便在展會結束前，私下表示交易成績十分不理想，儘管帶來的作品皆是一時之選，為該畫廊主力推廣的藝術家，並具有相當國際活動力與知名度，但仍未能與美國本地藏家產生連結。



香格納畫廊 ShanghART Gallery 展位

關係

另外，透過與多家非美國本土藝廊的側訪與談話，發現大會就展商的審查評選機制其實有著隱性的地域性策略，並非單一就藝廊的展覽計畫或歷史考量。例如力求保持美國本土特色而維持的美國藝廊佔比，其中紐約藝廊佔比百分之三十的比率自首屆起便維持不變。另外，場中亦有耳語大會似乎意欲保持畫廊主展位區單僅二所的中國畫廊數量，因此收藏家與藝廊間更有傳言，本屆參展的香格納藝廊乃是因自首屆即入選的中國藝廊長征空間決定退出後才獲得參展機會。而台灣唯一入選的其玟畫廊，雖連續兩年參展，但台灣在畫廊主展區內仍是缺席。回頭檢視紐約斐列茲的評選委員名單，

即可發現多為出身歐陸當代藝術的知名藝商或策展人，且皆屬年輕一代。對於參展藝廊的檢擇取捨，可能更偏近個人所熟悉的西方當代語彙。亞洲藝廊若想入選，除了將面臨潛藏的地域數量限制外，更可能需要強化與國際策展人間的交流與認識，例如台灣的其玟畫廊，除展出作品極富國際共通語言外，能夠快速讓國際藏家與藝術單位，對議題產生興趣外。負責人黃其玟女士更是長年與國際藝界保持溝通管道。而來自中國的兩所新生代藝廊：天線空間與Leo Xu Projects更是中國當代藝術中少數具有深厚資歷且與國際接軌的藝術單位。本屆Leo Xu Projects所推出的劉詩園個展，藝術家更是甫於三年前結束紐約攻讀，在紐約當地已有相當知名度。藝廊所能夠搭建起的關係網路，在此時更顯重要。



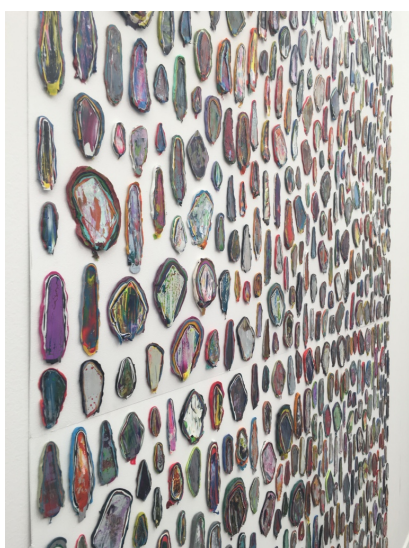
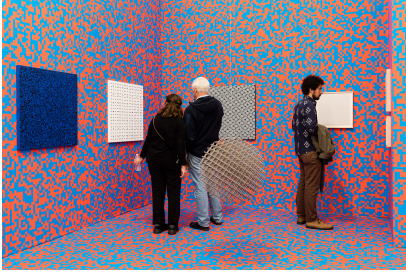
Leo Xu Projects 展位

■ 後記

本屆紐約斐列茲雖整體商業表現不如往年熱烈，會後各家媒體亦是一片看衰與質疑，甚至有國際媒體以「華而不實」評論之，甚至重話認為也許紐約並不再需要「藝術博覽會」。確實自2015年起，高端消費市場因經濟動盪而略顯萎縮，而紐約斐列茲的評價也一年不如一年，原任職紐約軍械庫藝博的策展總監亦跳槽巴塞爾轉戰邁阿密，紐約就其本身藝廊體系的活動力與完整性，似乎並不需要藝術博覽會從旁強化市場力量，既非錦上添花，亦可能成為本地藝廊活動的雞肋選項。但就此次實際探訪觀察後的心得卻是十分樂觀的。我認為，藝術市場的表現原本就與世界經濟相生相依，高低起落皆是正常現象，毋須因此產生過大反應。反倒在此次展會中，能夠因為低迷景氣影響，端看出美國本土藝術市場的高度成熟，一個體系的完整與否，便在於是否因應環境變化而有所對策。各家藝廊在參展中，能夠因應時局推出不同層級的藝術作品提供收藏選擇，維持交易活絡，背後所代表的不僅僅是藝廊實力，而是整體市場的成熟度展現。且藝博會的目的，並不僅侷限於作品交易，對於他國的參展商而言，若有心深耕市場，更應該將交易置後，全力經營在地關係網路，如此才是長久經營之道。另外參展藝廊對於自身的市場目標也應明確，藝博會中的交易，並不僅停留在個人藏家，其他如公共美術館與私人基金會亦是機會選項，參展前更應該內部分析自身藝廊與作品的定位與優勢而制定推廣方針。因此十分感幸我並非在其高峰時期來訪，而是透過如此機會，看見各家藝廊面對低迷時操盤全球的經營策略。



Esther Schipper/Johnen Galerie 聯合展位



紐約藝廊群

分層 ⊕ 制度 ⊕ 企圖

■ 概述

作為世界藝術首要競技場的紐約，無論時間地點皆能夠遇見藝術事件的發生，商業藝廊空間的密集度亦是世界首位。而藝廊空間的設立往往取決於基本成本計算，房租成本便是首要考量。例如當原為早年曼哈頓中原因房租低廉而吸引藝術家扎堆的蘇活區SOHO，因其特殊人文份為足見興盛而逐漸受世界精品青睞而入住後，地價房租隨之水漲船高後，便排擠因低廉房租而擇居於此的藝術家與藝廊空間，近年更全面轉變為高端精品與餐飲的集中區域。

目前紐約藝廊空間雖仍散見於各區，但最為集中且興盛者，莫過於曼哈頓城中的雀兒喜（Chelsea）與布魯克林的布什維克（Bushwick）。而此兩個集中區域，正能夠表現紐約藝廊體系與市場的成熟分層。

位於曼哈頓西南的雀兒喜，沿空中鐵道花園HIGHLINE，自位於肉品包裝區（Meatpacking）的惠特尼美術館（Whitney Museum of American Art）新址為起點，北上17街至30街中，集中了世界一級藝廊空間。首度探訪時正逢紐約斐列茲開展前夕，各畫廊為搶得宣傳先機，紛紛於此時開辦重要展覽，各街區路口佔滿大型貨櫃車與箱櫃，提前收到預覽通知的貴賓藏家，穿梭在車陣木箱中，頓時成為一副極為有趣的景象。

布魯克林的布什維克則是截然不同的風景，相較於曼哈頓而低廉的房價與原為工廠倉儲的空間結構，近年布什維克吸引了大量不再能夠負擔曼哈頓昂貴生活的青年藝術家入駐，位於布魯克林最為前沿興盛的地鐵L線上，交通十分便捷。因此亦成為另一個藝廊設立的熱門區塊。不同於雀兒喜，此區的藝廊多為年輕一代經營的新興空間，代理合作的藝術家作品也相對低價。更有新興趨勢是小型藝術家工作室或者藝廊單位合作群聚的共居大樓，或者是由藝術家們合作自營的藝廊空間，頗有新一代蘇活意味。



■ 分層

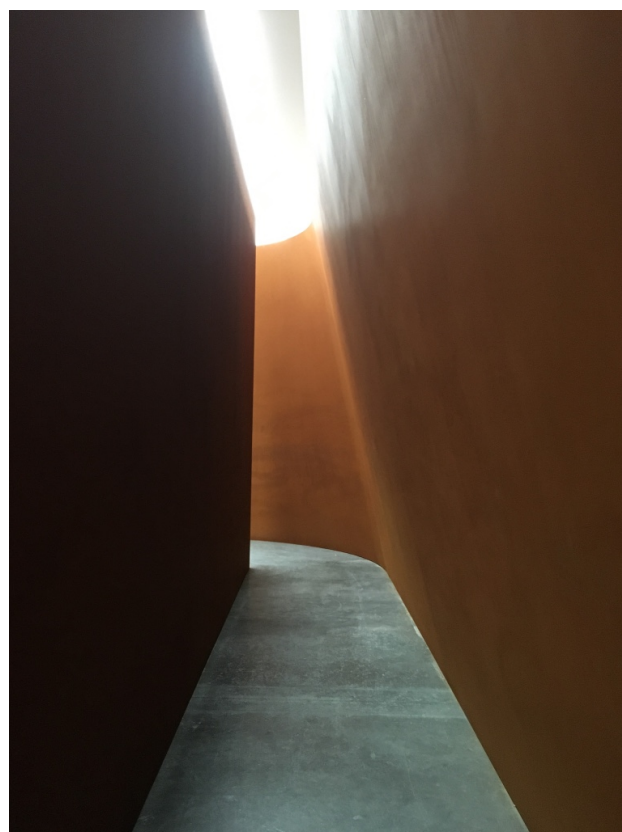
商業藝廊確實自成一格，有其門檻存在。就個人服務於商業藝廊的經驗端看，曾接到各種來訪意向不同的賓客，從資深藏家至藝術專業學生，甚至是媒體或者純粹欣賞的愛好者。大多普遍有著同樣的疑問：如何與藝廊開啟對話？即便是簡單的詢價，似乎都存在著非常人所能夠了解的潛規則。甚至有些具有一定收藏資歷與經驗的藏家，也僅與自己熟悉的藝廊往來，而在接觸不熟悉的藝廊時，彷彿一切人際規則與認知都必須重新建立起。個人在紐約期間，便多次被同在觀展的陌生人搭訕，詢問如何才能夠順利向藝廊詢問進一步的作品資訊與價格。當然，如人際往來般，各家藝廊普遍因循各自的商業模式與負責人風格，各有其不同的脾性與氣氛，必須建立起一定的交往後才能夠逐漸了解。但是回歸原點討論，藝廊畢竟仍是商業空間，就個人觀察，依然有其標準應對模式。真正有所差異的，其實是因為各藝廊間市場層級不同而產生的企圖與需求不同。



位於雀爾喜區的 PACE Gallery 與其 James Turrell 個展

台灣藝廊發展自八〇年代隨經濟成長發展至今，在亞洲區域中已是相對成熟穩定，但因為各家藝廊內度管理制度不盡相同，且各種不同市場層級的藝廊交雜並立，對於有意進一步了解藝廊生態的新進藏家而言，不免增加其資訊統整分析的困難度。此次探訪紐約，最直接感受到紐約身為世界一級藝術市場，由整體外圍環境至藝廊內部系統皆具有清楚的分層結構，對於有志進入藝術市場的生產者與消費者，其實是相對有利的。簡單來說，在資本競爭激烈的環境中，前述所提之空間租金的壓力結構，已先行為藝廊群做出基礎背景的區分，就前文所提到的雀爾喜與布什維克兩區，能夠負擔雀兒喜區內租金與人事成本的藝廊，其所代理之藝術家作品定價必高於布什維克，而形成所謂經濟

分級的現象。相對而言，兩區藝廊對於客戶的需求必然不同，因為需求不同，因此對外的客戶關係自然不同。以設點於雀爾喜的國際一線藝廊來說，代理藝術家作品定價高而數量少，市場需求高，且藝廊的品牌效應與歷史背景，經營上已有穩定而龐大的客戶名單，自然對於外界探詢的需求相對低，且多數有較為嚴謹而隱性的客戶審核檢擇。而設點於布什維克的年輕藝廊，代理藝術家作品定價低，且取代性高而市場需求較低，再加上藝廊品牌影響力仍低，泰半仍處於積極尋求銷售機會，建立穩健客戶群的狀態中，因此對於外界探詢的接受度相對高出許多。在與藝廊接觸之前，除了個人對於藝術作品的喜愛偏好外，若有志進入收藏體系，個人則會建議必須前置了解所接觸的藝廊在市場中角色與定位，以此了解該藝廊與客戶間的關係需求，再進一步接觸，以避免產生不得其門而入的尷尬情況。如此反思，紐約的藝術市場，便有如一所分區指標清楚的百貨商場，高端精品與庶民百貨皆各有其位，且蓬勃發展，就商業行為上，消費者可以就自身狀況快速地掌握狀況進而找尋到合適的商品。



位於雀爾喜區的 Gagosian Gallery 與其 Richard Serra 個展

■ 制度

對藝廊從業人員而言，在紐約雀兒喜「逛」藝廊，能夠獲得的樂趣與體驗，是至高無敵的。除了能夠親身接觸到市場頂端的重要作品與展覽外，更能夠快速地了解潮流前鋒的趨勢新寵。另外，此行收穫最豐的，莫過於直接與當地藝廊同業直接交流，甚至是以顧客身份進一步體驗紐約藝廊員工的行事風格。如前述所言，雀兒喜集結了世界一流的頂尖藝廊，各自擁有其悠長歷史背景與營銷策略。

每年的五月至六月，以紐約斐列茲藝博揭開序幕，緊接紐約春季藝術拍賣季，再以瑞士巴塞爾藝博做終，可視為上半年度國際藝術市場的高峰期，各家藝廊無不在此時推出極具份量的重要展覽。在紐約設有四處分點的高古軒，即開辦以大型金屬雕塑聞名於世的美國當代極簡主義代表Richard Serra個人展覽，展出兩件曾於MoMA其個人四十年創作回顧展中出現的大型作品，展覽推出後即占盡各大媒體與社群網站版面。更一連推出三檔藝廊主捧當代金童Rudolf Stingel系列展覽。其他藝廊亦不遑多讓，近年表現突飛猛進的卓納藝廊（David Zwirner）便以德國出身被譽為二十世紀最重要的實驗藝術家的Sigmar Polke重要作品回顧展，與近年深受關注的紐約本土當代新秀Jordan Wolfson的最新大型裝置作品，經典與新作雙強並立，成為本季另一個關注焦點。



位於雀爾喜區的 David Zwirner Gallery 與其 Jordan Wolfson 個展

Jordan Wolfson作品展場效果強烈，除了深受藝術圈討論外，開展首日更吸引了許多時尚名流要角到場觀展支持，如紐約著名男體時尚攝影師Rick Day便於少見地在個人Instagram上推發展覽現場照片，引發熱烈迴響。這些藝廊內部幾乎均設有專業策展部門負責展覽規劃與執行，高古軒更將佈展工程獨立成部，招聘一群僅須負責現場工程與維護專門人員，專業分工之細可見一斑。再者，當全球現當代藝術仍以西方體系為顯學的此時，展覽的學術系統準備，對這些藝廊來說，更是信手捻來並非難事，因此展覽程度之高確實是可預期的。

令個人感到折服的，則是藝廊在處理客戶訊息的分層分工與流暢緊密。藝廊現場，其實並不常見展覽執行人員出現，平時能夠接觸的除了現場的保安維護外，便多半只有櫃檯的基礎接待與作品銷售負責。探訪期間曾多次以客戶角色像畫廊探詢作品價格等資訊，發現知名藝廊對於員工分層的資訊

控管與掌握相當精準，而資訊的傳達也十分快速流暢。簡單舉例，若觀展民眾有意購藏作品而向櫃檯詢價時，一般櫃檯行政（也就是常見的Gallery Girls）其實是不能夠隨便透露除作品基本資料外的其他資訊，價格更是大忌。通常櫃檯人員會依照當下的對話判斷是否需要通報負責銷售的上級同仁（也就是所謂的業務或者銷售經理）。因此，現場作品交易的成功與否，首要要素便是通報消息的傳遞是否即時正確。是否真有需要通報？（也許並非每一個詢價的訪客都是真有意收藏，或者更有可能是同業刺探消息。）如何通報？通報的內容等等，都可能影響當下交易的促成與否。近年由於中國經濟起飛，華裔收藏家崛起，因此同有華人面孔的我們，在參訪藝廊時或多或少帶有些許優勢。在幾次的實際經驗中，屏除個人風格不論，可以感受到這些知名藝廊銷售人員與客戶間談話交際間，皆同時保有強烈的交易企圖心與不失格調的悠然自在，這是必須對自身藝廊與作品擁有極高自信與信任才能夠體現，是一種體制完備而有的強大，這才是產業，一靠近就可以很清楚地辨識出每個角色和位置。因為彼此各有專業，所以角色與角色間的銜合才能夠流暢不滯，因為尊敬彼此專業，才能夠支撐完整的分層分工。



企圖

相較於雀兒喜藝廊群內部階級的嚴謹分層與面對客戶的冷靜分析，以年輕一輩甚至是尚未正式進入藝術市場的藝術家為聚落的布什維克，由為藝廊經營成本較低，因此在結構組織上也較為扁平。藝廊成為多半維持在三至五人的小規模，更甚者還有藝廊總監一人代表，將大部分工作外派包商的經營模式，亦有由藝術家們自發組成的藝術家自營空間，由藝術家分工負責畫廊的行政業務。這樣的藝廊群，面對市場所選擇的策略便截然不同於雀爾喜一線藝廊，而更為積極主動接觸所有可能的潛在客戶群。

此次探訪，令人在意的是布什維克藝廊群對於社區的組織活動力。若自市場需求的角度思考，卻爾喜藝廊群所代理之作品自有其相對穩固的市場需求，且需求經常是大過於供給，因此在客戶策略賞經常處於被動的選擇與判斷。而新秀在面對市場，自身的不可替代性較低的情勢下，更需要利用各種不同的推介方式，主動製造甚至是提高市場需求度。布什維克的藝術家群，由於自身的生活與工作空間緊密結合，面對市場更是利用群聚扎堆的方式先行提高整體的市場能見度與活動力，藉此希望提升個別的發展空間。本次計畫中原訂參與的Bushwick Open Studios(BOS) 便是由紐約當地藝術家所組成的志工非營利組織 Arts in Bushwick(AiB) 所主辦，自2006年開始，歷經10年發展現已成為

全球規模最大「開放工作室」藝術活動之一，亦是極為成功的社區改造與商業推廣運動。雖然本年度活動由六月改至十月，因此探訪期間未能如願參與。但還是有幸參與其分支的例行活動Community Day，活動型態本質上近似於不同領域藝術家間交流與聯繫，有如小型的園遊會與交誼會，雖然仍對大眾公開，但較傾向於社群內部的聯誼性質，以此交換彼此的近況資訊。



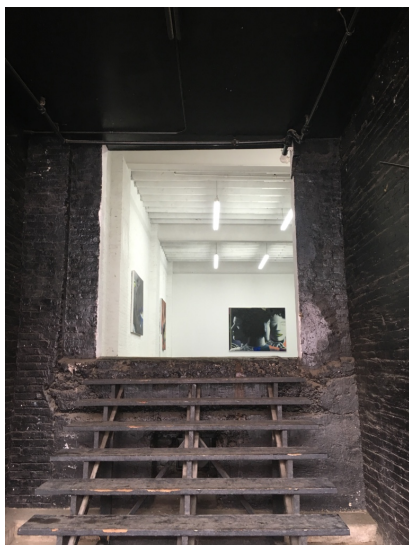
另外值得關注的是布什維克中位於地鐵Morgan L Train Stop出口的Bogart Building，五層樓面空間由於集聚了本區的多數藝廊（第一、二層），與藝術家工作室（第三至五層），因此也經常被作為BOS活動之中心。如前所述，策略上以群體帶領個人提升的活動方式，更直接落實於藝廊的展覽規劃，例如以聯合開幕的方式，串連並延長開幕活動時間，使曼哈頓市區內或其他各地的藏家，能夠減省跨區交通的不便，並提升個別的市場能見度，在個人多次探訪的週末活動期間，便經常看見駕程高級轎車的資深藏家與策展人蒞臨參與，另外更曾以訪客身份探詢空間租售價格，約三十台坪的空間每月租金約新台幣六萬元，相當低廉。



Bogart Building 外觀與內部空間

■ 後記

體驗紐約地區的藝廊活動，對我而言，展覽與作品其實已是排序末位，更領我感到刺激與撼動的，是整體藝術市場的龐大規模與緊密分層。在商業藝廊工作所累積的經驗，使我堅信藝術生產必須同時依賴學術與市場力量支持，兩者缺一不可。歐美藝術學術系統的高度成熟（甚至主導世界發展）已不在話下，以此為基，作為市場前端的藝廊發展便能夠不受限制地極致而多元。深刻地彰顯著資本作為藝術發展的力量，其實並不亞於學術，且兩者並不互斥。商業行為可以不受污名，更重要地藝廊作為藝術發展的環節之一，是可以充分展現其商業性的專業與能力，不受他者干預且有其可尊敬之處。反觀目前的臺灣發展，也許在各方結構尚未至正軌之際，藝廊的角色發展便顯得桎梏且混雜，而此其實是一個多方相互影響牽制的綜合結果，並非一方之罪。



紐約博物館群

受眾 ⊕ 符號 ⊕ 制度

■ 概述

紐約有著傲視全球的博物館規模與密度，大小博物館各處林立，以中央公園旁譽為世界三大博物館之一的大都會藝術博物館（Metropolitan Museum of Art/ the Met），官方資料所示館藏數量便超過二百萬件作。此次探訪，遊走於各博物館間，除了再次震懾於各館館藏之豐富外，更重要是的是深刻體驗到紐約博物館企業化經營所展現出的不同台灣主要公立美術館的面貌與風格。傳統上對於博物館的認知，經常是博物館作為機構所應具備的典藏、研究、展示、教育等功能，美國學者 George Brown Goode (1851–1896)，在19世紀末便認為，博物館應該是「啟蒙大眾的主要機構」，並呼籲「傳統的博物館應該被摒棄，必須從收納古董的墓場，重組、轉型成孕育思想的苗圃」。由於個人經驗的緣故，在探訪時亦更為在意不同博物館間，面對公眾所採取的策略與立場。



自惠特尼美術館室外平台遠眺紐約市景

■ 受眾

以布魯克林美術館（Brooklyn Museum）為例，館址座落於布魯克林展望公園（Prospect Park）與布魯克林植物園（Brooklyn Botanical Garden）相鄰，結合周圍的歷史建築群，成為布魯克林中發展成熟的文化休憩區塊。雖號稱為紐約是第三大綜合性歷史藝術博物館，但若與大都會藝術博物館或現代藝術博物館（MoMA）相較，其聲望與展覽規模實際上卻是略低許多，亦非公眾遊歷首選項目，卻是本次探訪行程中最令個人感受啟發的一個。



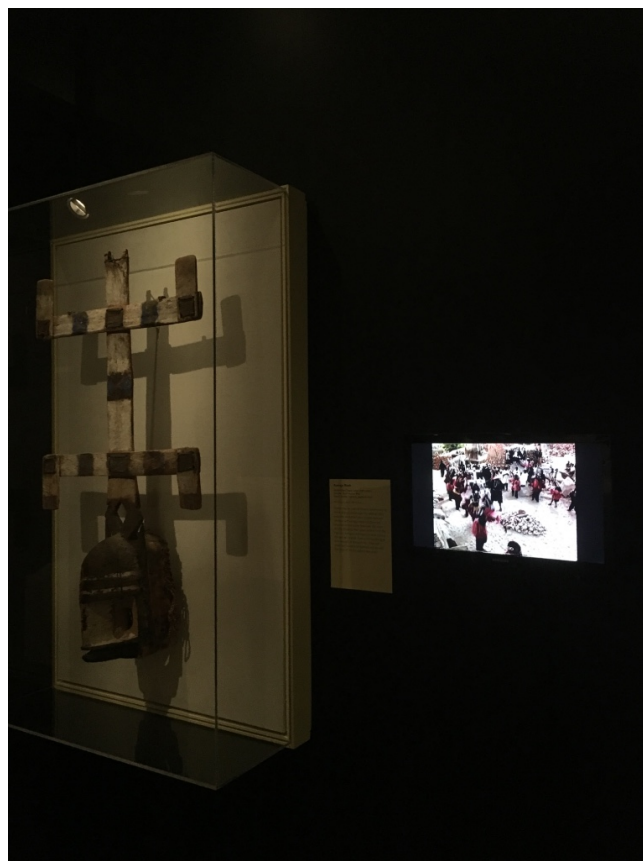
入夜後的布魯克林美術館外觀

的確，若論學術地位的成就度或館內典藏的豐富性，布魯克林美術館似乎皆不在首位，亦無其不可替代性，館內所藏的歷史文物與藝術作品，均可在其他博物館與美術館中面見更更代表性的精品，近年更因營運問題雖屢生爭議，而自九零年代試圖轉型，將藝術自展覽比重中提高，並重新定位為美術館取向後，館方似乎確實營造出不同於其他博物館的個人面貌。

探訪過程中可感受館方對於受眾定位是十分清楚的，不同於大都會藝術博物館或現代藝術博物館等世界知名博物館，參訪公眾多半是來自世界各地的朝聖觀光客，展覽的規劃與藏品的呈現方式中，個人猜測布魯克林博物館採取了全然不同的策略將目標受眾鎖定於美國當代家庭群眾（確實在個人多次探訪的過程中，顯見觀光遊客，館內參觀群眾經常是以家庭為單位，或者是青少年團體。）。。

例如以布魯克林人口組成多為非裔美籍人士，該館的非洲藝術展廳，不僅獨立於其他展覽項目至於一樓主要大廳，更不同於其他各博物館只做傳統經典的選品式陳列，而是更具教育系統性地鋪陳引導公眾進入學習與瞭解，設定各種不同主題，如織品、圖騰等，將展品依其文化脈絡分門別類，由非洲部落起源至當代藝術表現，隨時間推演，並設有豐富的影音系統輔助說明，展品的說明文字用字簡易但十分清晰，並不追求展品的量，而是轉作更為細緻的文化梳理，採取一種更適合公眾理解的方式規劃展覽。

這樣的設展方式，不僅僅屬於非洲藝術的表現，更落實於館內其他展覽中，在館展的過程中，能夠明顯地感受館方是以一種邀請民眾親近了解藏品的方式，也許展覽在學術設定上略顯粗淺，但確實成功地達成公眾基礎美學教育的目的。另外館方自去年引進iBeacons線上系統，參觀民眾可直接利用手機或平板硬體下載博物館APP (ASK Brooklyn Museum)，在參觀過程中若有任何疑問，小至動線指引，大至館藏作品資訊，都可以經由APP線上發問並即時獲得解答，人性化的設計更加深了民眾參觀時的趣味性與親近感度，個人便曾多次利用此系統與館方人員進行問答，所獲得的反應與回饋始終精準有效且十分親切。另外，館中更另闢有開放庫存的典藏展區，讓民眾近距離自行翻查各種典藏文物，如尋寶般十分具有巧思。



Ask Brooklyn Museum

We are open today. 11 a.m. to 6 p.m.

ask about art
and we'll answer
right now.

GET STARTED



布魯克林美術館展覽側拍

■ 規模

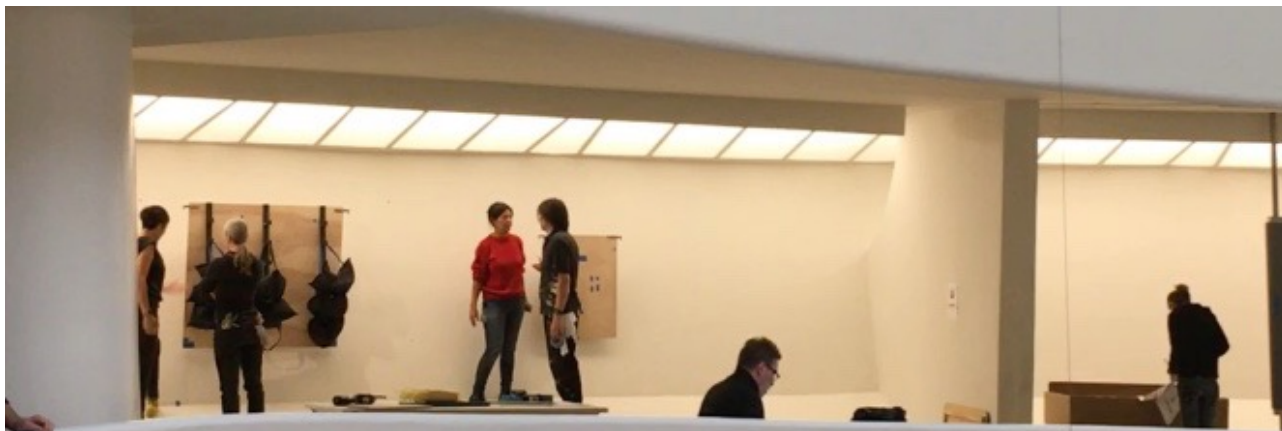
此次行程中另一個驚喜便是所羅門·R·古根漢美術館（The Solomon R. Guggenheim Museum），位於上東區的古根漢與中央公園及紐約豪宅群為鄰。初次探訪時，剛抵達時黑衣保全便已親切提醒館內正在進行László Moholy-Nagy回顧大展的佈展工程，因此僅小部分開放常設典藏展區，主要的環形走廊展區全面關閉。也許是館方面對的是全球慕名而來的觀光遊客，因此館內包含保全在內所有的工作人員幾乎全面執行，無論在各個角落都能聽到這樣的提醒，以避免訪客因不明細節而感到失望。

對我而言，反倒是一次近距離觀察頂級美術館的工作狀況，因此格外地令人興奮。紐約古根漢美術館自開館便以獨特的建築構造備受討論，特別是內部螺旋而上直達建築物頂端的主要環形展覽空間，圓形弧面甚至傾斜的展牆、兩側近似壁龕的展出走道與高度不足的天花板遮蔽，對於作品的陳列其實相當具有挑戰與局限，但在一次次成功的展覽呈現後，這樣的空間限制似乎更也成為另一種佈展創意的激發來源。

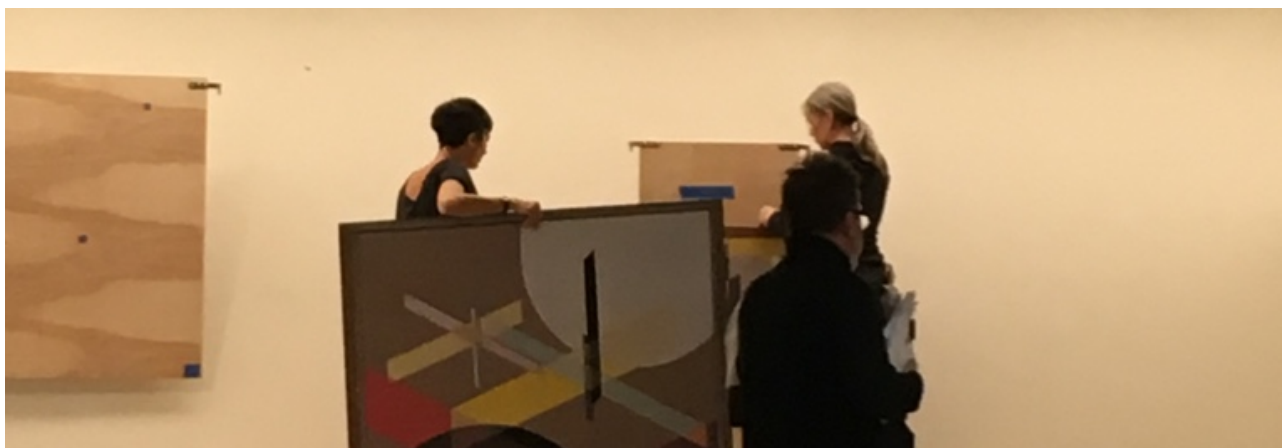
首先觀察到的，是集中於一樓大廳的作品運輸木箱，其作品來源除古根漢分散於各地分館的自有典藏外，更有不少是來自世界知名的公、私立藝術典藏機構，緊密的頂級藝術機構合作網絡，便可自此細節窺得一二。佈展團隊層層分級，木箱旁臨時設有管理倉儲與初步檢視作品狀態的工作站，館內由策展人領著工程團隊（幾乎都是女性）四散進行工作。就個人觀察，工程中有幾項特別之處值得分享。



- A. 由於展牆結構傾斜且具弧度，因此大部分平面作品陳列皆須訂製獨立的延伸牆架，牆架除了必須依照作品尺寸精算外，為了作品安全無虞，現場可見佈展人員利用特製沙袋銜掛於牆架上，以實際測量牆架的荷重狀態。



- B. 佈展現場，除了可見佈場人員手持策展前置所繪製的三維空間模擬圖以確實執行策展規劃外，全部展出作品，無論尺寸媒材，均有一比一與原作等尺寸的紙板模型，依照策展規劃先行陳列於預定展牆，以便確認實際展出效果。不單純依賴模擬繪圖，同時也考慮實際作品在真實空間的感官效果，同時也避免珍貴原作在佈展過程中可能受到的傷害。



- C. 佈展現場為維護原作安全，並未將原作移至工程或佈展現地，而是以模型替代外，為了維護空間狀態，若有不得不進行木作或油漆等大型工程，皆以霧面透光塑料完整包覆施工點，以避免影響其他空間。

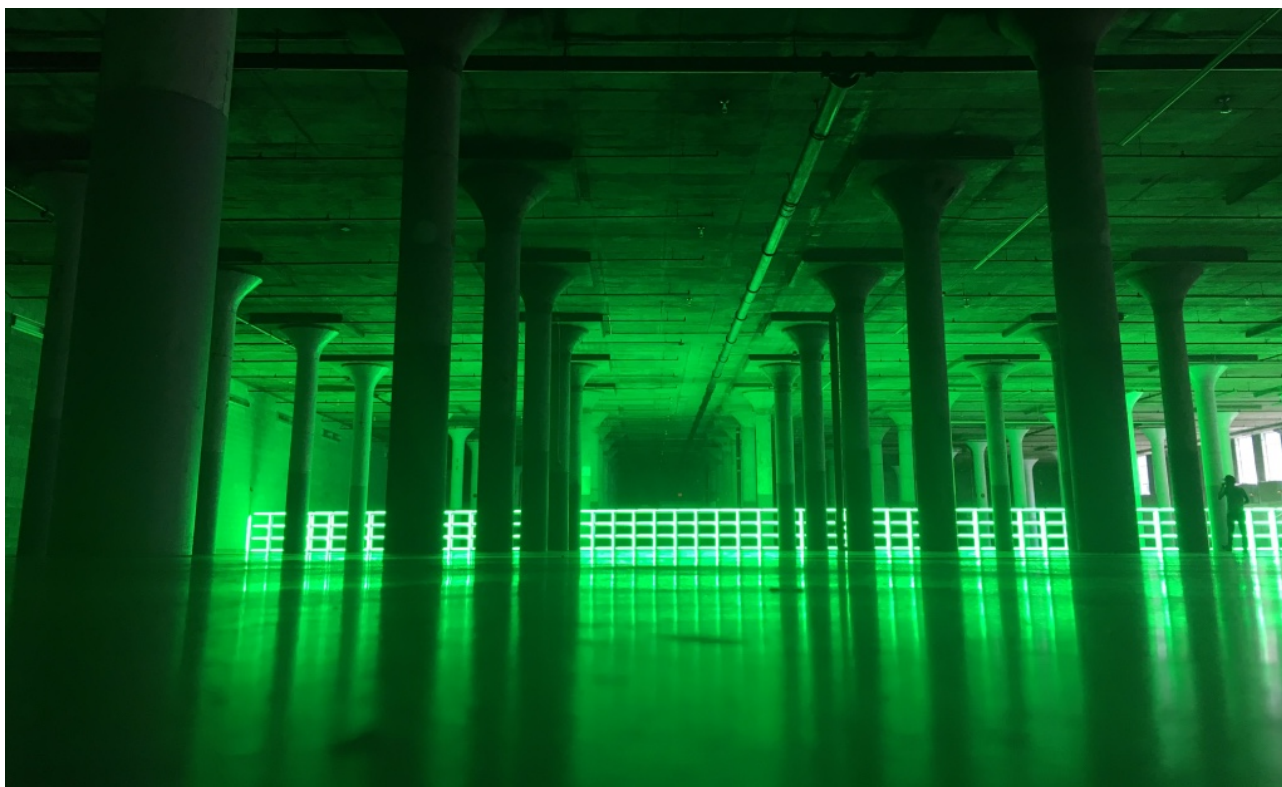


■ 型態

紐約博物館數量之多，除了依照收藏與展覽主題各有特色外，此行另有關注的是私人藝術基金會下的收藏與展覽機構，以成立於1974年的Dia Art Foundation為例，除為國際知名非營利的當代藝術的推動者外，旗下組織更設有展覽與典藏之用的專門美術館，其中尤以座落於紐約上州（自裝央車站搭乘火車約80分鐘車程）的Dia:Beacon最具代表性。原為餅乾包裝印刷廠房的空間，經過空間設計後成為極適合展出大型雕塑與裝置作品的夢幻展覽空間。

雖館內展出作品百分之八十至九十約為永久典藏與展出，不易有更替機會，但仍值得當代藝術研究者一訪。原因無法，在於其典藏作品的獨特性與代表性。此次探訪，發現大部分的永久典藏作品，來源多為藝術家餽贈或委託藝術家依照館內空間現地製作，除了體現出Dia Art Foundation之於當代藝術的極高影響力外，更重要的是這些作品也因此具有極高的獨特性，不易於其他美術館中所見所藏。以館內所藏之Michael Heizer作品〈North, East, South, West〉為例，直接將建築結構改造作為作品的本體與呈現，直接面視所感受的作品力量，與其背後所代表基金會對於當代藝術的付出與支持，以及基金會與藝術家間的緊密關係，令人肅然起敬。還有，Dan Flavin 創作於1973年的生涯重要作品〈untitled (to you, Heiner, with admiration and affection)〉更是直接佔領個整個美術館的地下空間，完整體現其作品精神與力量。就Dia Beacon所藏作品與其基金會本身在當代地數中所扮演的角色，不同於常見的藝術典藏機構，已然體現出資本作為藝術發展中不可或缺的重要環節之一。





Dan Flavin, 〈untitled (to you, Heiner, with admiration and affection)〉

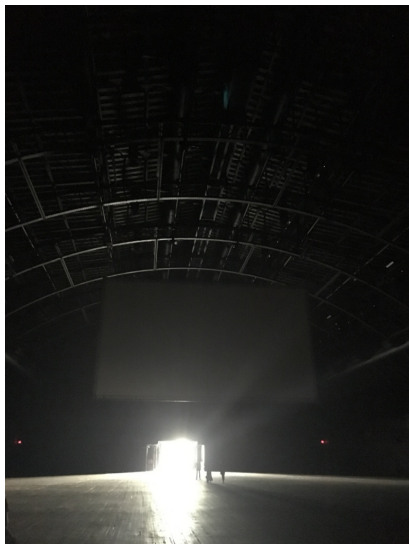
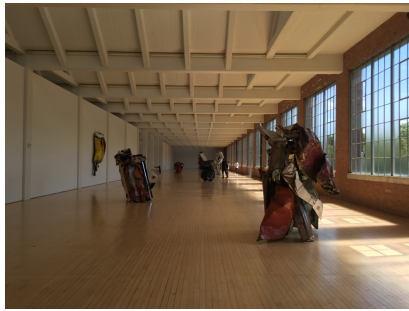
■ 後記

紐約博物館不僅在數量上具有壓倒性的優勢，各館所展現出的主題與內容、型態與層級，更是多元。如前所述，更令人折服的是多數具有私人企業化經營模式的博物館，其在公眾展覽與學術研究上的企圖心，更是超越想像與理解：MoMA除了典藏作品外，利用頂層空間所開辦的重要藝術家回顧展，是我首次理解到展覽如何能夠作為完整梳理並表現藝術家個人的方式之一。而館方特闢用於兒童藝術教育（當然成人也歡迎參與）的 Art Labs 空間，更是衍生品設計部門外的一大亮點，利用重要典藏作品的基礎媒材，鼓勵民眾進一步親身使用這些媒材體驗創作，而空間內所設的藝術家介紹影片，



更是特別為兒童所設計而清晰易懂。作為分館的MoMA PS1又是如何在週末夜間化身最受潮流人士喜愛的類夜店空間。在首次參訪the MET的期間，意外碰見館方封鎖享譽國際的丹鐸神廟區（Temple of Dendur），因為出借場地給紐約知名貴族女校作為校慶晚宴使用而前置準備，讓人再度直視博物館背後最為實際的營運問題。





Date With Muchi

首次分享會，因考慮紐約行程內容龐雜，不易同時面對來自不同領域的對象以傳統形式發表，且希望能夠先行了解對於此次海外藝遊有所興趣的朋友個別又有哪些關注，因此採取以一對一交談的形式，更親密且深入地和朋友談談我的紐約經歷，依著個別對於紐約的想像以及疑惑，就我這兩個月的探訪與之分享，像是一場約會。分享會擇定台北市大安區老木咖啡作為「約會」地點，時間自下午五點至晚上十一點共六個半小時。與會的朋友共11位，皆為不同專長的藝文工作者，其中包含劇場服裝設計、出版行銷人員、藝術評論、藝術媒體編輯、藝廊公關行政，與專職藝術創作者。每個人



所提出的疑問皆有其異同，主要分項整理如下：

海外藝遊專案的申請與準備 / 紐約藝術市場現況 / 台灣與紐約藝術市場結構之比較 /
台灣與紐約藝術生產者所面臨的問題 / 個人職涯經驗的轉變 /

會中與不同朋友的分享交流激發出許多新的想法，讓我不斷重新檢視個人在進行此次海外藝遊專案前後的改變，以及面對台灣藝術市場現況的心態調整，獲益良多，因此除了其他各場分享會外，將持續進行此一約會計畫，預計累積50人次的個別面談。



「剛開始的時候，我們皆不約而同地被那牆內未知的風景所吸引。」

