



# 美術館是……

## 美術館是服務業

—用藝術服務人民的服務業。

## 美術館是製造業

—為藝術製造價值的製造業。

## 美術館是倉儲業

—為優質藝術提供優質空間的倉儲業。

## 美術館是行銷業

—把藝術的價值行銷到社會的行銷業。

## 美術館是預言業

—為當代藝術預言未來價值的預言業。

## 美術館是仲裁業

—為藝術品定位提出仲裁的仲裁業。

廣東省立美術館館長  
李俊賢

# 藝術認證

NO.6

發行人的話

李俊賢

## 非常報導

- 04 王朝秘寶—古中原考古文物展  
◎蔡幸伶
- 06 非傳統復刻版的美術館守護神—土地公爺爺  
◎羅潔尹
- 10 新意識、新使命「2005傳統與實驗書藝雙年展」  
◎林麗真
- 14 公民美學座談紀實—三地門(下)  
◎黃培宜
- 20 我思故我在《新公園運動—自然拓印》  
◎蘇鈴琇
- 24 俄羅斯的藝術文化行銷印象  
◎李小芬

## 議題特賣場

貨櫃藝術節

- 32 高雄國際貨櫃藝術節的深切參與者—李俊賢  
◎採訪：李幸潔
- 36 以「貨櫃」之名——關於「貨櫃藝術節」的隨想  
◎陳水財
- 40 記「高雄國際貨櫃藝術節視覺藝術展」  
◎魏瑛慧

## 人民美學檔案

44 超越原始功能—旗津踩風大道路標 ◎雨杉

## 市民生活美學

46 城市的顏色 ◎耳冬陳

## 鹹濕打狗棒

48 麻雀與鳳凰—從「高雄獎」輻射出的一點想像 ◎李思賢

## 人物特寫

52 游擊的藝術人生—希細勒·歷瓦厄繞 ◎洪健元

## 經典歷程

56 似實似虛 剛柔並濟—謝棟樑《訴與求》 ◎魏鎮中

## 最新典藏選粹

60 李俊陽《迷魂妙畫人》、劉丁讚《螺絲羊》 ◎陳秀薇

## 兒童美學

62 七手八腳—讓孩子們在遊戲中發現身體力量的行走 ◎方逸琦

## 街頭談藝錄

66 都蘭山麓，女妖在說畫！  
◎吳慧芳

# 以「貨櫃」之名 關於「貨櫃藝術節」的隨想

文/陳水財

「貨櫃藝術節」自2001年舉辦迄今，已邁入第三屆。2001年以「貨櫃的 101 種想法」作邀請，2003年，則以「後文明」作為策展主題，兩屆都在港邊的「星光碼頭」舉行，今年轉移陣地，改在美術館東側空地上，主題定為「童遊貨櫃」，往日的海洋口味轉換為快樂兒童餐。

歷經兩屆的累積，並出版專刊，匯集了許多論述，關於「貨櫃藝術節」的意義與參展作品已多所討論，本文只是做為一個市民對歷屆「貨櫃藝術節」走馬看花的一些記憶與隨想。



●《一圈就有一種快樂》-方米廣告設計工程公司（攝影：林佳禾）

## 貨櫃與高雄是利益和生命共同體

首屆「貨櫃藝術節」以嘉年華會的型態開幕，吸引了各地的藝術家及滿坑滿谷的市民，氣氛之熱烈，在高雄的藝術活動，誠屬空前盛況。以「貨櫃」之名，匯集了舞集、管絃樂、歌手、劇場、海上煙火、法國飛行異人等的表演，市井小民／達官政要、藝術家／群眾、工業經濟／文化休閒……在此交會。原來這些人與事是可以互相聯通的，藉由「貨櫃」編織起的網路，拆除精緻藝術的藩籬，為市民尋找新的藝術可能，開創了一個全新的都市美學面向。在此，藝術沒有性別、年齡、觀念、時空的限制，實踐了「沒有圍牆的美術館」的構想，體現了藝術與生活、產業、空間之間的高度連結。「貨櫃」從冰冷的運輸容具，轉化為熱烈的文化載體。



●2005高雄國際貨櫃藝術節開幕暖場活動，樹德家商啦啦隊表演（攝影：魏鎮中）

貨櫃與高雄，可謂命運共同體。60年代第一貨櫃中心於中島區內興建，70年代則快速蔓延，陸續興建了第二、三、四、五貨櫃中心，到2003年高雄港貨櫃吞吐量已達849萬個的貨運量，約為高雄市現有人口數的6倍，估計每天有兩萬多個貨櫃進出。如此龐大的數量，塑造了高雄鮮明的都會景觀。這不僅是生產層面，「貨櫃就在你身邊」，成了高雄市民生活中無可逃避的現實。貨櫃、市民、產業、生活，交織為一片繁忙的高雄人文景觀。

從高處眺望或行經貨櫃場，會忽然發現，貨櫃不僅是高雄的外表，也成了城市的內裡。到處都是相同的景觀，都是貨櫃。貨櫃以無性生殖的方式自體繁衍，每個貨櫃都具備相同基因，長相千篇一律，無限蔓延、擴張，似乎要吞沒整個港口、都市。外表的確難以辨識，標籤是最唯一的識別證；每個貨櫃都遵循著一定的軌跡運作，而人的行動和建築物則又複製了貨櫃的秩序。貨櫃的聚集一如人的聚集，全憑「機緣」——天涯海角不期而遇的機緣。而每一個人對貨櫃都可以有自己的解釋，在解釋中找到可能的存在，雖然有時候解釋並不完全，也互相矛盾，可能還有一些讓人失望的理由。每一個高雄人，不管你已察覺或未察覺、同意或不同意，貨櫃都是視覺上、觸覺上、聽覺上甚至是性格中的重要的一部分。

## 文化公民權——「職群」的權益與多元文化價值

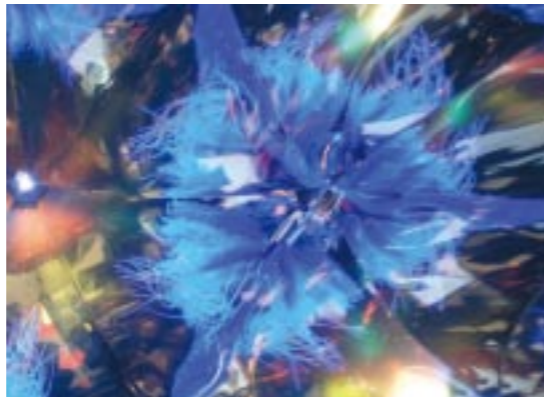
九〇年代以來，由舊建築再利用衍生出許多藝術村、鐵道網路、藝術特區等的新興藝術場所，也落實了「場域·互動」的觀念，藝術不再只是個人的創作行為，而是一種社會行動。藉由新興藝術場所的運作，連結了人群與社會，營造出一種更為開闊、開放的社區美學。以「貨櫃」為名的藝術節，延伸了上述的理念。以「節慶」的快樂氛圍，凝聚市民的目光，以地域產業特徵為焦點，吸引各式各樣「職群」的介入，不僅解開了過去藝術的封閉形式，也突破「社區美學」的格局，成為更為擴張的「都市美學」。「貨櫃藝術節」是一個無疆界的人文場域，藉「貨櫃」之名，開拓藝術領域，也以「藝術」之名營造城市風格，提供「藝術」與「城市」之間相互營造的絕佳機緣。

「藝術產業化」是近幾年頗為氾濫的概念，如果貨櫃產業是高雄的主要命脈，以「產業介入藝術」作反向思考，則「貨櫃藝術節」可以視為啟動高雄都市營造的一根鑰匙。文建會2002提出「文化創意產業」的施政要點，思考經濟生產與消費部門的關聯性；2005年再提出「文化公民權」，回應台灣多元族群與政治社會建構的展望。從「文化創意產業」轉向「文化公民權」，明白宣示官方對文化事物的態度已從「產值」迷思轉向更為文化本質的「文化共享」概念，並提出「以文化藝術作為不同個體、族群與國家之間彼此溝通的公共領域，追求一個審美的生活與思想共同體的台灣。」的施政訴求。文化公民權的倡議，方向正確，但台灣文化現實面一個更為迫切的問題——「職群」之間的文化差異及其所衍生的「文化公民權」問題卻從不曾被觸及。

文化施政著重「多元族群」思考，其政治意涵遠大於文化意涵。擺脫政治操作，文化在現實面上並無明顯的「族群」問題，倒是呈現出嚴重的「職群」落差。如以都市營造觀點來看「貨櫃藝術節」，應該思考的是「職群」而非「族群」問題。「貨櫃」意象原本應充滿「勞動」意味，但「貨櫃藝術節」卻少有「藍領」氣息。顯然，「貨櫃」並未打開疆界，把「藝術」對佔高雄人口大多數的「藍領」開放。



●李孟龍-《海洋意象》(攝影:林佳禾)



●《海洋意象》-藝術的萬花筒(攝影:林佳禾)

## 城市的可能

在眾多貨櫃中，唯一嗅到的一絲「藍領」氣息，是2003年第二屆中由「新濱碼頭」提出的「黑手打狗 勞工陣線」。該貨櫃由鄭明全策展，參展者包括暱稱「黑手藝術家」的楊順發、吳寬瀛、林正盛、洪政任、劉丁讚、洪龍木、黃吉祥、王有邦等，算是兩屆「貨櫃藝術節」一片「白茫茫」中的一絲「藍光」！策展中特別強調參展藝術家的「基層」屬性：「成員皆為任職中鋼、中油、南亞塑膠或獨立焊工、磁磚工人等的藍領藝術家。他們強調了高雄大都會向來以勞工為城市主要命脈的歷史與發展。藉由這些勞工階層的藝術家所創作的作品理念，發揚大都會中基層生活美學觀。」並標榜：「對基層人文藝術與勞工美學觀的探索與重視，並企圖凝聚出21世紀大高雄新形態的城市風格。」李俊賢並在作品評析中明確指出藍領的「黑手風格」，謂：「草莽粗獷是最大的特色，由非學院背景的藝術家組成的團隊，表現更自然直接的風格，製作傾向於「重機械、重勞動」，也表現區域性格。」頗能凸顯「貨櫃藝術節」對高雄都會的意義。」



●2003年新濱碼頭作品《黑手打狗 勞工陣線》(攝影:張俊明)

藝術向來似乎都只是「白領」階級的專利，而與「藍領」無涉，這是文化推動上的死角，限制了文化風貌的開展。「貨櫃藝術節」其實有機會掃除死角，催生更為普羅性格的「藍領美學」，開啓未來的都市風格的新走向。德國藝術家波依斯主張「擴張的藝術」概念，認為「人人都是藝術家」，強調藝術的社會性與開放性之「社會雕塑」觀點。「貨櫃藝術節」的推動似乎有意呼應波依斯的觀點，建構一個不設疆界的文化場域，為「藍領」提供一個可以介入的契機。

我們對文化參與的人口一直缺乏「職群」的分析。且不提「人人都是藝術家」這種充滿理想性格的高概念，但人人都可以是、也應該是藝術的參與者。因此，「貨櫃藝術節」如何為廣大的「藍領」市民開啓參與的大門，就成了一個必須嚴肅思考的課題。以「人頭」論斷文化活動的成敗可能是一種迷思，但開啓各種「職群」參與的契機，是對城市一個美好的想像；「貨櫃」是勞動都市的象徵，「貨櫃藝術節」對「藍領高雄」而言，實是未來「城市可能」之所寄，以「藝術」之名，為高雄的未來尋覓一種更為海洋本質的都市型態。

## 流動不已的文本

第一屆貨櫃藝術節計邀請十六個國家、二十位國外藝術家，並且從五十四件徵展作品中挑出十六件藝術家作品參展；第二屆展出二十七組件約計四十三只貨櫃作品，參展藝術家包括來自美國、奧地利、英國、德國、希臘、香港、冰島、日本、馬爾他、挪威、俄羅斯、瑞士、瑞典及台灣的國內、外藝術家。貨櫃不論作為載體、創

作的媒材或作為一種象徵，就藝術層面來看，「貨櫃藝術節」無疑開啓了一個無遮蔽、無國界的開放藝術空間，也以「高雄」與「貨櫃」之名，開拓「藝術」的諸種可能。

貨櫃是一個流轉不已的文本，有多少貨櫃就有多少故事，有多少故事就有多少憧憬與慾望、多少人與多少年事。在眾多貨櫃之間，有一條看不見的線相互聯繫著，交織成為錯綜的網路，一如海圖上的航道一般。這些線將網路線上這一端的人同另一端的人綁在一起——不論是相關的或不相關的、相識的或不相識的、自願的或非自願的，將所有文本聯結在一起，讓全世界都隨著貨櫃在移動的空間中伸展，流通、移轉、交換，交流著不同的產物與文明，也流瀉著各種異質的眼光與話語。

每一只貨櫃都有一個訴說不盡的文本，貨櫃為藝術創作所開展的機緣，絕對不止於「101種想法」，有多少人就有多少貨櫃，藝術形態的貨櫃，既是現在式，也是未來式，更可能是奇想式。藉由貨櫃，藝術家有機會跳離創作慣性，以鮮敏的觸角伸入文明現實，從新面對一個正在蔓延的新都市內裡。每一件《貨櫃》都在這個外表封閉的長方體模具中，架設一個頻道，通向任何方位與任何時空，尋求任何可能的交流與對話——不論是私密的或公然的、幽微的或顯明的。

## 貨櫃 藝術 都市 未來

將「貨櫃」置於高雄意象的中心點，不僅承載「經濟物流」，也承載「人文物流」。「貨櫃藝術節」閃亮耀眼的嘉年華般節慶氣息，雖然短暫，卻以熱烈火花拆除許多都會中長期存在的圍籬，不僅是城市與港灣的界籬，也包括產業／藝術、大眾／精英、地域／國際等多邊疆界的泯除。當然，將來文化上「職群」圍籬的拆除與否，將會是觀察「貨櫃藝術節」成效的一個重要指標。

今年「貨櫃」的規模明顯縮水，叫人擔心的不是預算的刪減與嘉年華氣氛的衰退，而是一個都市對自己未來的期許不在，也讓人懷疑當初標榜舉辦「貨櫃藝術節」的目的與意義——所謂型塑「城市藝文風格」，原來只是簡單的「政績」考量，更遑論「提昇國際視野，體驗海港的獨特文化與優勢」的雄心企圖了。「貨櫃藝術節」原本就是一個正在成長都市的形塑行動，其定位目前仍游移未定，活動的方式、形態、內容都有待試探與調整。部分人士對過去兩屆的「貨櫃藝術節」或許有一些不同的意見，都可視為「都市參與」的一部分，但不能因此冷卻「都市形塑」的熱忱，讓高雄變成一個看不見未來的都市。

今年的「童遊貨櫃」規模雖小，但在會場充斥的天真眼神中，似乎也閃爍著高雄未來的一絲希望。



●《對話》-徐瑞憲(攝影:林佳禾)



●《聲音黑盒子-高雄2005》-巫義堅(攝影:林佳禾)



●《雪落》-蘇子文(攝影:林佳禾)

非傳統復刻版的美術館守護神—

# 土地公爺爺

文、攝影 / 羅潔尹



●創作者李俊陽頂著大太陽，在鷹架中靈活地爬上爬下進行彩繪。



●矗立在高美館前廣場上的土地公爺爺，精神抖擻，光鮮亮麗。

高雄市立美術館在2005年的11月初，悄悄地從屏東南州租來一只496公分高的土地公水泥塑模，立在面向美術館右側的旗桿前方。之後沒多久，在土地公的四周圍築起三層六角型的鷹架，一位頂著光頭的青年藝術家，就這樣開始在鷹架上爬上爬下地彩繪。一直持續了近三個星期，原本是土灰色的塑模披上五顏六色的水泥漆，再加上每日逐步出現讓人驚豔的圖案描繪，就像在觀看廟宇樑柱上的敘事性圖騰，一齣齣的故事慢慢地在祂的身上展現開來。

那位爬上爬下的藝術家，就是最近出現在雄獅金屬色奇異筆電視廣告中，拿著被小朋友畫上了金屬色的雞蛋，誤以為是金雞蛋而欣喜狂奔的李俊陽。在藝術圈中，李俊陽的特立獨行是出了名的，閒時喜歡拉拉二胡，與朋友天南地北地聊開來。而以往的工作經驗與創作大多與宗教性的圖騰相關，讓他在彩繪土地公塑像時，充滿了熱情與靈感，一發不可收拾。

在高雄市立美術館展覽「五行·五形—當代常民劇場」中表現不俗的李俊陽，畫過電影看板、劇團看板、布袋戲舞台，也畫過外銷畫的他，後來從事布袋戲人頭及小木雕的雕刻。不同

於民間藝師，長年以常民符號創作的李俊陽，在用色上大膽中呈現優美的協調，塗鴉式的隨興構圖中卻有著高度的完整陳述。他所使用的視覺符號多半來自常民文化中的圖騰，但也喜歡隨意結構自周遭的人、事、物。

像位流浪漢般，經常帶著簡便的隨身行李，到處進行創作的李俊陽，最近身兼現代劇團「金枝演社」的美術設計之一（這個頭銜對他來說好像有點嚴肅）。看似靦腆沉靜的他，其實是一個人來瘋。當他與金枝演社的同伴們聚在一起時，那群知己朋友，看起來就像孫悟空身上拔毛幻化一般，是一群活脫脫李俊陽的分身，個個活靈活現。與時下許多年輕藝術家不同，像他這樣漂的人，心中總有著一股勁勁與野心，想知道在沒有固定收入來源或經費贊助下，「創作」這種東西，究竟能持續多久。

回想起當初在辦「非信仰：美術館的守護神土地公公彩繪」活動時，筆者心中充滿了百般顧慮，而外界也給予不少壓力。終究這是一尊人人均能輕易辨識的神像塑模，在它身上進行彩繪，如有不慎可能會招致不少批評，而當批評與民俗禁忌連結時，最是讓人難以招架；畢竟，將一件



●寫上「見×才×發才」，不知會不會有樂透彩迷前來上香祈求號碼？



●在廣場上成群學溜輪鞋的小朋友們，幻化成李俊陽畫中開心可愛的小人偶。

與社會宗教信仰緊密結合的神像，從社會脈絡的當下試圖顛覆或作部份抽離並不容易。

但美術館的考量當然不僅止於批評而已，要為周圍的人群進行「常民文化藝術化」的心理建設並非易事；果不其然，彩繪才進行到一半時，就有人投書指責這尊神像不應出現在美術館這樣的藝術展示空間。從民俗信仰禁忌出發，對本案提出警告的人不在少數；大家總認為這尊神像該依習俗進行開光點眼以去除邪氣的附着，而更有多人對他手上拿的不是玉如意頗有微詞。要將人們對這尊「神像」的態度，扭轉為將它視為一件「藝術品」，只能端賴藝術家的詮釋功力。

在這件彩繪作品中，李俊陽將「土地公」這樣再具體不過的形象，提昇到更高層次的意境，點出了人們內心對這尊神祇的期待與寄託。這位土地的守護者，樂善好施是祂給人的印象，拐杖是法器，利用它，土地公可以隨時變成各種各樣的人。彩繪這尊守護並看管大地上萬物的神祇塑像，李俊陽花了很長的時間思考，思考如何讓祂跳脫根深蒂固的民間神祇意象。

原本讓人擔心李俊陽會如以往一般，用陰氣較重的圖騰與色系去營造詭譎氛圍，但看他開始著手身邊的人、事及物。在廣場上最常圍繞在他周圍的是一群打太極的民衆，還有成群學溜輪鞋的小朋友



●爺爺身上的金元寶與寫滿波羅密多心經的拐杖，是樂善好施的象徵。

●李俊陽稍加創意，勾出彎彎眼眉和開心上揚的唇，改寫了土地爺爺原本看似嚴肅的心情。



●爺爺腳下蹬的鞋，是一雙咧開嘴笑的綠水牛與黃老虎，牠們可是跟爺爺一般精神。

們，都是他畫中少不了的人物。塑像上原本看起來不太開心，甚至有些嚴肅的眼睛與嘴唇，他稍加創意，勾出彎彎眼眉和開心上揚的唇，就改寫了土地爺爺的心情。手杖上寫了波羅密多心經，代替了道教符咒，帶來比恐嚇更多的安心與祝福，不拿「玉如意」又如何？這位面向東方昇陽，眯著眼，帶著慈藹微笑的土地公爺爺，像吃過陽光黃金豆般，散發出無比的親和力。

土地公爺爺的左手上拿著一只金元寶，上面被畫滿了錢的記號，這是人們對土地公再世俗但也是再現實不過的祈願。衣袍上有山、有水、有雲，有龍，下擺是高美館園區的荷花池與林正仁的石雕作品「生」。藍得有點搞怪但卻又很另類的大長鬍鬚，綠色的眉毛、手掌。裙擺下方是十二生肖，再下方是高雄市立美術館的館體剪影，上方寫著大大的「見Xㄟ發才」。爺爺腳下蹬的兩雙鞋，乍看之下以為是左營蓮池潭的龍虎塔，但近看卻是一雙咧開嘴笑的綠水牛與黃老虎，牠們可是跟爺爺一般精神。

在他的創作過程中，土地公爺爺每天都不斷呈現出新的面貌，靜默地俯視在廣場上或美術館中進進出出的人群。天性親切、老是帶著憨笑的李俊陽，常常畫著畫著就跟在園區散步或運動而好奇趨前的民衆聊了起來。許多原本對這尊出現突兀的神像充滿訝異的民衆，在跟他聊過後都很能理解藝術創作的特性與趣味，也很能體會「喔！這也是藝術呀！」的趣味。

正如李俊陽自己所述，這位土地公爺爺的身上承載了大地所有存在與發生的生命與事物，

因此在祂的身上，他記錄了曾經發生於這塊土地上的故事。而其中也包括了下檔不久的「五行·五形」展中，曾跟李俊陽共同展出的黃進河、李明則、洪易與黃博志，他們畫中最讓人印象深刻的人物圖騰，都被他以破筆悄悄地描繪在爺爺的衣背，栩栩如生地將風格迥異的圖像結合，成為一幅讓人莞爾的景致。

李俊陽相當敘事性，但卻不按牌理出牌的創作癖好與思維邏輯，時而嚴謹構圖上色，時而隨性，看似未完成的草草勾勒，意在顛覆我們對常俗神像的觀感與對美術館廟堂般硬體的疏離感；坦白說，他的創意已超出館方對彩繪內容原先預想效果的期待。透過「非信仰：美術館的守護神——土地公公彩繪」活動的過程，讓筆者心中有了很深的體認。體認到當我們希望一事物，不想被附加怪力亂神的說法時，將之以「藝術化」處理，不失為一個好方法。但藝術化後的成果呈現，是否能將一般群眾的觀念帶往更理智、更開明的方向，還是帶回更多的風雨傳說，藝術家永遠是美術館握在手上，但卻無法預知的一張牌。

對李俊陽，我只能說：「好樣的！」  
(2005.12.27)



●爺爺的長袍外長出像樹枝般的連綠線手掌，是為了襯出袍上傳統布面大紅花的冶豔。

議題 **特賣場**

# 童遊貨櫃

## 2005高雄國際貨櫃藝術節

「貨櫃藝術節」以貨櫃為主要創作元素，從2001年「關於貨櫃的第101種想法」，初引藝術家對貨櫃的思考，2003年「後文明」構築出貨櫃藝術村文化交流場域，2005年則以「G (Game) Box：童遊貨櫃」為創意發想主題，創作出屬於聽覺的、視覺的、或遊戲互動式的童趣作品，展場中不時可見不分男女老幼把玩貨櫃的歡樂畫面。

歷經3屆的演練，承辦單位逐漸累積經驗，其中有許多值得肯定之處，也甚多可再成長的空間。為策勵將來，在此，除了本屆視覺藝術呈現內容之評述外，亦就「貨櫃藝術節」的辦理略作回顧檢討，可為日後續辦之參考。



# 訪高雄國際貨櫃藝術的 深切參與者——李俊賢

採訪：李幸潔 2005.12.4

地點：第三屆貨櫃藝術節「G Box (Game Box)：童遊貨櫃」現場～  
高雄市立美術館東側草地

●小朋友於徐瑞憲作品《對話》歡樂的聆聽另一方的聲音（攝影：魏鎮中）



●眾多小朋友在《搶單Game Box》玩得不亦樂乎（攝影：林佳禾）

## 前言：

高雄國際貨櫃藝術節每兩年舉行一次，自2001年起至今已舉辦第三屆，本刊特別專訪貨櫃藝術節催生者暨策展人～現任高雄市立美術館館長李俊賢，暢談他與貨櫃藝術節的淵源。

## 一、貨櫃藝術節的源起

Q: 最初舉辦貨櫃藝術節的概念是如何成形？

A: 早在1990年代中，高雄藝術界一直有關於以「貨櫃」為藝術表現的討論，覺得很有高雄當地特色，大家都覺得這個議題值得推動。當時的高雄市秘書長姚文智，可以說是貨櫃藝術節的始作俑者，後來他就委託我規劃貨櫃藝術節，並選定了十九號至二十一號碼頭的海洋之星，當作第一屆的場地，就此揭開貨櫃藝術節的序幕。

Q: 第一屆貨櫃藝術節遭遇到什麼樣的困難？

A: 因為都是初次經驗，在半年緊密的籌畫後，由國內六位經驗豐富的藝評家、藝術家、藝術行政者所組成的評選會，邀請十六個國家、二十位國外藝術家前來參展，並且從五十四件徵展作品中挑出十六件台灣藝術家作品參與展出。

不過真正困難還是行政上的部份，高雄沒有大型國際性藝術活動經驗，在行政上、法令上都在摸索下進行，還好當時姚文智算位高權重，即使常常覺得很混亂，最後還是如期開展了。

## 二、貨櫃藝術節的海港城市風格

Q: 貨櫃藝術節的特色？

A: 全世界都在舉辦相關的藝術節活動，目前全世界有一百多個藝術節，但是很少人能夠列舉出五種藝術節的名稱吧！曾經舉辦類似活動的有日本、丹麥等國家，但大多只舉辦一屆而已。台灣因為文化因素加上社會的期待，才能越辦越有趣。台灣文化有一種很強烈的拼湊性格，就以貨櫃來說，很少見到對貨櫃資源再利用像台灣這麼多樣化的，例如：工寮、檳榔攤、橋墩等功用。就因為生活方式和貨櫃自然的結合，所以能將貨櫃藝術節持續的舉辦下來。



●米倉藝術家社區協會進行《搶單Game Box》創作（攝影：經典商業攝影工作坊）



●2005高雄國際貨櫃藝術節場域如火如荼的進行建構的情景（攝影：經典商業攝影工作坊）



以前幾屆貨櫃藝術節的經驗來說，因為過去台灣是處理貨櫃的地方，因此修復和整理貨櫃的專業人員也多；台灣藝術家處理貨櫃的時候，總是東拼西湊的，這邊切下來一截，那裡接補上一塊；而國外藝術家在創作貨櫃藝術時，就比較維護貨櫃的完整性，這裡就呈現出台灣特有的文化風格！



●徐瑞惠專注的進行創作（攝影：經典商業攝影工作坊）

### 三、貨櫃藝術節歷屆的發展與比較

Q: 貨櫃藝術節舉辦以來的發展情形，第一屆的舉辦有什麼困難嗎？

A: 第一屆的主題是關於「貨櫃的101種想法」，邀請許多國內外藝術家共同參與。第一屆舉辦還沒有經驗，許多部分都還在嘗試階段，因此也發生很多狀況：像是許多國外的藝術家從未出現，觀眾無法見到創作者本身，令人感覺很失落；借來的自動控制機器也多數出狀況，軟體硬體因為經驗沒那麼多，總是一再出問題。但是那是一個開始，也是貨櫃藝術節逐漸發展的開端，雖然在摸索中成長，也是一個基本經驗。後來的貨櫃藝術節都是這樣一點一滴累積經驗，還有各方資源的匯聚。

Q: 第二屆和第一屆有什麼樣的差異？

A: 第二屆我擔任策展人，邀集許多藝術團體共同參與，例如：嘉義鐵道藝術村、米倉藝術村等，還有經過徵選出來的件作品。第二屆是以「後文明」為主題，主題策展讓藝術家的介入更深，讓來自國內外不同文化背景的藝術家，將人類對文明的省思，透過視覺語言在貨櫃藝術節中展出，參與視覺藝術展出的二十七組件作品，計四十三只貨櫃，來自國內外不同文化背景的藝術家，在同一個地方聚集形成「貨櫃藝術村」！第二屆貨櫃藝術節有別於第一屆的部份，還有貨櫃造鎮～以貨櫃堆疊出一個販售紀念品、享用美食小吃的大型空間，有來自各地的特色商品駐場販售。除此之外，也研發出貨櫃藝術節周邊產品，例如：貨櫃CD收藏盒、貨櫃鐵盒餅乾、文具用品等等，都算是創新的開發。配合密集的音樂、舞蹈表演，營造出節慶的歡樂氣氛，這也讓貨櫃藝術節更廣泛的發展，形成整體的行銷意向。

Q: 第三屆的主題「G Box：童遊貨櫃」，「G Box」的涵義是什麼呢？

A: 今年舉行的第三屆「G Box：童遊貨櫃」，場地選定在高美館東側的綠色草地上舉行。「G Box」就是「Game Box」～一個遊戲的盒子。配合高美館全台灣首創的兒童美術館為活動主題，希望營造出一個童趣、遊樂場般的場景，邀請大人、小孩一起攜手同遊貨櫃藝術節，尋回失落的純真與歡笑。決定舉辦第三屆貨櫃藝術節的時間有些晚，一直到八月底市政府才確定要繼續舉辦，因此經過密集的籌備與徵選，共有八十件作品報名參加甄選，最後決選出十二件優秀作品。現在他們已經在現場創作，許多有趣的作品逐漸在成形當中，我原本因為時間緊湊而擔憂整體呈現的效果，今天在現場看來，情況還滿樂觀、滿好的。

關於議題的產生，應該要慎重審思，也應該是長期觀察社會脈動之下的產物，應該順應世界潮流、國際形勢等普世價值，對藝術家來說，比較有說服力也更加促發思考與連結。

### 四、貨櫃藝術節策展機制總檢討

Q: 關於貨櫃藝術節的策展有固定的模式嗎？

A: 貨櫃藝術節從第一屆舉行以來，並沒有固定的小組在策劃，都是由市政府方面下決策，再由各相關單位配合執行；若是能有固定的小組負責統籌計畫，長時間的經營，應該可以將貨櫃藝術節辦得更加精緻。像國外的藝術節都有固定的群組負責統籌策劃，可能在正式活動舉行前一年、二年，就已經開始準備了；除此之外，民間團體的加入也是值得考慮的。集合藝術相關團體的菁英，將可以使藝術節更加生動活潑。

前兩屆其實承受非常多的意見與批評，像是被認為花了很多錢，卻沒有很多人潮，其實因為場地很大，相對的人看起來就比較稀少。而且以前經費很多都是用來整理場地，另外，藝術活動有時還是要不同於一些比較群眾性的活動，才能使參與者真正感受藝術的內涵。

貨櫃藝術節有別於其他藝術活動，只要如期順利舉行即可，貨櫃藝術節需要經營，若有一群人持續的關注與推動，將會更有深度。單單倚賴官方單位很難，但民間團體可以做到。如果貨櫃藝術節有官方和民間團體共同長時間經營會更有穩定性，那麼藝術家就無須擔憂政黨輪替之後，貨櫃藝術節是否會繼續舉行？而能排除外在不確定的因素，專注在藝術創作本身。

### 五、貨櫃藝術節的期許與未來

Q: 您對貨櫃藝術節有什麼樣的期許？

A: 貨櫃藝術節的國際能量其實還沒有發揮，在宣傳操作上對國際行銷需要逐漸去進行；如今已經第三屆，仍未對國外媒體行銷，但是目前國外藝術家仍然很關注貨櫃藝術節的舉辦。雖然沒有行銷卻仍受到注目，如果經過行銷將會形成一個好的循環，主辦單位提供更完整的創作條件，讓參與藝術家獲得全額補助。像國外藝術節主辦單位也只提供有限的補助，藝術家也必須承擔部份材料費，如果能將貨櫃藝術節推廣得更盛大，藝術家也更願意投入心血、共同承擔藝術品的品質更高。

貨櫃藝術節至今已舉辦第三屆，所營造的藝術節特色已讓觀眾留下深刻的印象，甚至當我拿著貨櫃藝術節的作品集向國外藝術家介紹時，都可以感受到他們的驚奇與高度興趣。因此，我希望貨櫃藝術節能夠逐漸建立一個專業團隊，長時間的投入並做更縝密的規劃，結合更多民間力量，整合相關資源，讓象徵高雄地方特色的貨櫃藝術節能夠持續的舉辦下去，也能夠更精緻的呈現出結合貨櫃精神的視覺藝術。

### 後記：

貨櫃藝術節有別於一般的展場空間，視覺藝術作品本身須和貨櫃～既定的材質、尺寸規格做結合；除此之外，整體展出空間在戶外以及如何和觀眾互動的考量，策展工作人員和參與的藝術團隊都必須具有堅韌的精神和耐力，才能克服準備工作的重重難關。換句話說，這也是貨櫃藝術節之所以迷人的地方，當我們進入一個戶外的貨櫃藝術展場，腳下踩的是真實的黃土或草皮，頭上頂的是白天的晴空或是夜晚的星空，同樣是回歸自然的心靈呼喚。當我們以自然人的角度觀賞貨櫃藝術的經驗，也令人吸取了活動的精髓，彷彿參與了集體的藝術嘉年華，超脫了世俗的經驗。

採訪李館長的過程中，一面觀看藝術工作者在空曠的場地上創作，幾天前還是統一形式的貨櫃盒子，已經一一變身、色彩變化、或掏空、或傾斜擺置不復相同，我們可以期待第三屆貨櫃藝術節～「G Box：童遊貨櫃」藝術作品與表演節目同樣精彩。



●被鐵金鋼踩到的小汽車進行裝置中（攝影：經典商業攝影工作坊）



●方米廣告設計團隊準備帶給人們踐行於雲彩中的快樂（攝影：經典商業攝影工作坊）

# 俄羅斯的藝術文化行銷印象

文、攝影/李小芬

闊別十二年，2005年盛夏二度拜訪已被公認因經濟雄厚而名列金磚四國之一的俄羅斯，由於此行不須肩負採訪任務，玩得輕鬆自在，但比較二趟行程，固然俄國也已脫離共產制度十多年，致社會氣氛不再嚴峻，人民生活看似好多了，但景觀卻沒有什麼改變，只是為什麼能夠吸引大批觀光客前往旅遊？一路上成為我的觀察重點，卻發現，他們似乎不刻意做什麼觀光行銷，和台灣大不同的是，不論在美術館、宮殿、廟宇、古蹟，都沒有台灣常見的旗幟飄揚或醒目的標示，刻意的採用嘉年華式的手法加深印象，深怕大家沒有注意到這裡有什麼？在旅遊旺季也看不到有所謂的觀光季、文藝季活動，只在當地的報紙看

到大大一篇密密麻麻各劇場、博物館的展演表。

當下，藝術文化資產豐富的國家常配合行銷手法爭取觀光旅遊收入，行銷之首在確立顧客認同的價值，俄羅斯曾經是個極權統治的國家，共產始祖列寧甚至有名言「新聞就是事實的煽動」，可見得對俄國來說設計煽動的行銷手法不是難事，但短短幾天的行程，結合前後二次印象，我沒有看到這方面的煽動，我想，能讓觀光客蜂擁而至，並不是因刻意製造的行銷事件，而是這個國家不知是有意、還是無意的很自然的敞開了悲壯雍容的歷史人文和古蹟，滿足了觀光客探究這個民族的好奇心。



●東正教喜用金飾裝置，構成金碧輝煌的宗教藝術。



●俄羅斯的街頭藝術家

## 國際的省思：找回文化資產的無形價值 台灣的沈醉：熱熱鬧鬧行銷以凸顯價值

適逢成大教授傅朝卿於2005年十月十八日在中國時報藝文版發表了一篇文章「文化資產不是殭屍，實在無形的價值」，談的是同月十七日起在中國大陸西安舉辦的「國際文化紀念物暨歷史場所委員會」四十週年大會上，全球文化資產領導者出席討論的一個重點「重新定義文化遺產的意義和價值」，他們的共識是應把無形的文化

遺產納入有形的文化資產一併受到保護。對照目前以文化資產吸引觀光客的各國作為，雖不盡相同，但能激發大量遊客的觀光勝地，部份因素應該就是受到無形資產的吸引，包括俄羅斯在內。

話題稍微轉回台灣，最近幾年正全力投入文化藝術觀光行銷，我卻深感熱鬧有餘，紮根不足，參考傅教授的文章，只耽心無形資產的價值在日益誇張的行銷手法中被忽略？回想二十多年前，政府才開始宣示推廣文化，靠的是媒體宣傳，然當時媒體仍以政治和社會新聞為重，並不重視藝文活動的報導，直到民國七十七年解嚴之



●高更的14歲妻子《帶水果的女孩》

後，社會言論開放，報紙張數增加，廣電媒體加入競爭，隨後經濟日漸繁榮，藝文圈開始競爭資源，台灣的藝文新聞才熱鬧了起來，但時隔不過十年，置入性行銷這種新聞和業務結合的報導方式開始盛行，於是，台灣到處都有、時時都有的各種文化藝術季活動，都懂得結合媒體極盡報導之能事，只是活動過後民衆評價如何？文化觀光產業發展了嗎？是創造了內需市場？或創造出國際市場？或只是曇花一現？建設被充份利用了嗎？文化素養提昇了嗎？有關這些，社會大眾或許想知道答案，但由於媒體大多接受了置入行銷的業務，失去傳達真相的角色？

其實很多人都有經驗，趁興參加後，只能說是看了一場熱鬧吧！因人文、藝術之名設計的什麼「季」、「祭」的活動，「價值」成了配角，主角反變成歌舞表演、鐳射燈光、焰火表演，千篇一律的。

### 俄羅斯風情充滿東方味

到俄羅斯路途遙遠，而且該國的安全風險性還是有的，所以，台灣的觀光客並不算多，不過，歐美和韓國日本的觀光客還真的是多得不得了，大陸客也逐年增加；俄羅斯跟亞洲大有關係，國土占亞洲三分之一範圍，鄰蒙古、中亞、西域，也占歐洲二分之一土地，連接北歐和東歐，九世紀時由俄羅斯民族在莫斯科一帶建國，十三世紀時，成吉思汗的孫子拔都侵入到基輔，建立欽察汗國，能持續統治二百年，是因為容許東正教信仰，不干預各公國內政。

●俄羅斯文化資產保護區內常駐的藝人



由於和東方的淵源，該國主要宗教東正教堂內喜用金飾裝飾，有朝拜者奉上香油錢的儀式，也有取祈福泉水飲用的習慣，在十七世紀彼得大帝強行歐化之前，女性也都是憑父母之命結婚的，彼得大帝歐化奏效，俄國成為歐洲國家。

### 冬宮人潮如織 賣相是內容

台灣的藝術界對俄國最注意的當然是在聖彼得堡號稱全世界四大美術館之一的冬宮，冬宮的收藏，從古埃及、古中亞、古中國的器皿，到古典、浪漫、寫實、印象、結構主義、抽象、野獸畫派的繪畫作品都有，總共有二百八十萬件藝術品，走完冬宮的一千零五十七間房間的展示動線，等於走了二十四公里，每件收藏品看一分鐘，每天看八小時，就得花十五年時間才能看



●本團的行程中包括創作俄羅斯娃娃，大夥玩的很開心，但因頗為費時據說就此打住。



●林布蘭特的「達那厄」曾被嚴重毀損，是參觀群聚的焦點

完，最有趣的是，據說至今只展示部份可以拿上檯面的，也就是俄國在攻城掠地侵入他國所獲的藝術品，如果不方便拿出來展示的，迄今寧願深鎖在收藏庫中。

如果說俄羅斯不刻意作行銷，冬宮的規劃就變得很有意思了，大批觀光客進入之後，幾乎都是靠導覽介紹，這個大博物館，進口不見醒目的衍生性商品販售區，也不見隨手可索取的導覽資料，據說有電腦可讓遊客按圖索驥，不過，旺季時遊客流量太大，裡面擠得空氣品質不佳，遊客根本無從去找電腦，排了好久的隊進入後，導遊只介紹幾個景點就大半天了，看完後，就是沒辦法把冬宮的展示規劃有系統的存入腦海裡，得靠自己在街上購買的書籍才稍做了解，好笑的是，我們這團進入時，據說賣門票的館員外出用餐，看完後，還沒有回來，於是也不知門票付了沒有？由於多靠導遊對各國旅客導覽，冬宮會對導遊每半年集訓一次。

高美館曾經在十年前辦過印象畫派的展覽，到了冬宮，果然名不虛傳，印象派畫作比法國奧塞美術館還多，也特別吸引我，莫內、雷諾瓦、塞尚、高更、梵谷的風采再度映入眼簾，其中包括梵谷死前三年所繪的「紫丁香灌木」，以及高更的年仅十四歲的大溪地的妻子的畫像，馬蒂斯

的著名作品「紅色的房間」，和畢加索幾何圖形的「農婦」等作品，均置於展示的重要地位，此外，一幅1636年林布蘭特的作品「達那厄」，曾經被一位遊客視為價格最貴的館藏，故意潑硫酸企圖毀損，事後冬宮花了二十五年時間搶救，也不過修復百分之七十，倒是令人對修復精神的毅力印象深刻。

參觀人潮絕不會錯過這些藝術精品，甚至是衝著專程前往，如此說來，即使不刻意行銷吧，擁有這些精品也就夠了，台灣的美術館要是能集中全力收藏一些名家作品，不也能什麼都不做照樣吸引觀光客。

### 聖彼得堡文化能量驚人

聖彼得堡處處可見彼得大帝的歐化成果，造就強盛的國力和文化能量，目前五百萬人口就擁有一百二十多個博物館、四十個劇場、五十多所大學。而在十七世紀到十八世紀之間，也造就了歷史上一段時期最多的女皇帝，相繼有凱瑟琳一世、安娜女皇、伊麗沙白女皇、凱瑟琳大帝，這些女皇帝是相當有魄力的，生平故事亦極為動人，其中德國嫁來的女子凱瑟琳二世，據說是不滿皇帝老公的無能治國，暗中把老公作掉了而登基，是她承襲彼得大帝的志向完成國土擴充的豐

功偉業，後人稱她為大帝，當之無愧，不知是否因此，與其臨近的北歐國家近代頻頻出現女總統。

### 莫斯科地鐵是歷史與藝術的結合

旅遊回台後，泰勞暴動餘波盪漾，牽動高雄捷運工程成為台灣的焦點，捷運的公共藝術裝置也被拿出來討論，不管後續如何，莫斯科的地鐵藝術裝置獨領風騷，被譽為地下宮殿，很可以被高雄捷運工程參考，該地鐵一九三五年啓用迄今七十年，已完成十一條線一百八十個車站，每個車站都有自己的風格，以繪畫、彩繪玻璃、雕塑、馬賽克鑲嵌畫等不同的藝術方式裝置，表現俄國立國以來的故事，且因為是史達林政權下完成的，除了有皇室的建築風格之外，幾乎都是共產制度的圖騰，有獨裁者的肖像，和農人工人運動的寫照，建材則是採用二十多種俄國各地所出產的大理石和礦石，從地面上向下進入車站的電

扶梯，長度都有數百公尺之深，據說是史達林下令要具有能在戰時防核的功能，才有如此深度，如今夏季運輸量能達八百萬人，冬季可達九百萬，只要十五盧布（一元美金相當二十八盧布上下）可以逛遍所有車站，成為觀光客的熱門景點。

莫斯科的地鐵由獨裁決定如何建設，並不宣示公共藝術的概念，卻因充分反映該國的歷史風情而受世人喜愛，到了今天，似乎也不必為觀光客刻意做什麼，站在那兒，聽到不時有一列列車進站時的轟隆隆聲，和觀光客發出的讚嘆聲，看到進出的旅客訓練有素的抓緊時間上下車，來自台灣的我，以台灣經驗請教地陪妮娜「你們現在已經是民主國家了，不會想到把地鐵裡的帝王的或共產的圖騰改掉嗎？」，年輕的妮娜回答我「為什麼要改，歷史就是歷史啊！」



●冬宮內的參觀人潮



# 麻雀與鳳凰

## —從「高雄獎」輻射出的一點想像

文／李思賢

1990年，由好萊塢巨星李察吉爾 (Richard Gere) 與茱莉亞·羅勃茲 (Julia Roberts) 領銜主演的《麻雀變鳳凰》(Pretty Woman)，講述一位風塵女子在一次被企業大亨「包養」中假戲真作、搖身變為名媛的故事；女主角茱莉亞·羅勃茲從此爆紅，從默默無聞的演員擠身好萊塢一線紅星的行列，並贏得「鳳凰女」的稱號，是銀幕外現實版的「麻雀變鳳凰」。《麻》片之所以風靡全世界，除兩大巨星生動自然的演出和溫情浪漫的愛情轉折之外，戲劇性故事張力恐



●1725年首次將沙龍展移至「方形大廳」(Salon carré) 展出的場景，是「沙龍」之名沿用之始 (圖片提供／李思賢)



●郎世寧 (Giuseppe Castiglione) 於1861年所繪的〈方形大廳一隅〉(Vue du Salon Carré) 世界知名 (圖片提供／李思賢)

怕還是扣人心弦的主因。麻雀要變鳳凰，靠的不但是機緣和運氣，更是小「麻雀」所蘊含的“pretty”實才與魅力。帶有競技性質的美展和獎項，就像麻雀變鳳凰的跳板一般；對得獎者個人而言，的確可以讓人一夕之間身價飆漲，而就美展本身來說，也可因某種特殊而驚世的創舉或精確而權威的風向，使該項美展成為眾所矚目甚而引領藝術風潮的先聲。

### 鯉躍龍門的天梯

和所有的美術展覽競賽無異，高美館的「高雄市美術展覽會」和「高雄獎」作為地方的美展有其必然的需求與宗旨。舉辦至今23屆，「高雄市美展」當算是南台灣最重要的美術展覽，尤其自1997年(第14屆)以打破媒材劃界的複評而增設「高雄獎」以來，得獎作品有了更準確的藝術維度，使得競逐「高雄獎」成為北美館的「台北獎」之外另一件普受青年藝術家關注的藝術賽事。年輕藝術家注意「高雄獎」，無非是想在競賽機制的突出表現中獲取魚躍龍門的機會，以此獨占鰲頭的想法古今中外皆然。

話說在十九世紀時的法國，對一位畫家來說，官方辦理的「沙龍」(le Salon) 宛若登天的天梯般，只消畫作通過審查入選「沙龍」，非但身價扶搖直上成為明日之星，同時還可能因此獲得被國家購藏的機遇，沒有比這種出人頭地的方法還要來得迅速而有效了。相同地，台灣美術史中大名鼎鼎的「台展三少年」，也是在昭和2年(1927)時擊敗許多藝術前輩，入選第一回「台展」而聲名大噪，進而使林玉山、陳進、郭雪湖三人成為日治時期台灣人共同的光榮。由此可見，在美展中獲獎，看似小事一樁，實則有牽動個人命運乃至於國家、民族地位的能耐，不容小覷。因此不難想見，一位藝術家若能獲得國家級甚而是國際級的藝術桂冠，那不僅是項獎勵，更是向其個人藝術成就表達致敬之意。如此的光芒四射、耀祖光宗，對後生晚輩頗具激勵作用，動見觀瞻，影響甚鉅。

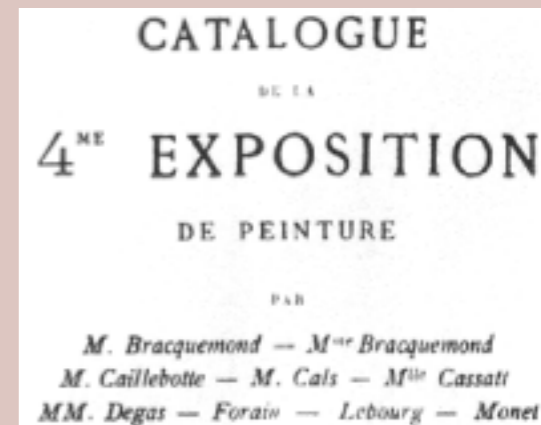
回頭審視「高雄獎」，或許我們可以提問：過去的獲獎人在贏得榮耀之後，小麻雀是不是真的從此飛上枝頭變鳳凰？此外，「高雄獎」是否業已穩佔台灣藝壇一席之地，並吹出一定準度的藝術風向？如上述二者，將是組成「高雄獎」能否提升為某個特定時空下足以牽動藝術脈搏之展的必然要件；換言之，獲獎人的後續表現以及「高雄獎」的權威加持，將是一窺「高雄獎」究竟之關鍵。前者建立在創作者個人的專業努力之上，是想當然的人生必然。但後者所關係



●分別以馬蒂斯(左)和畢卡索(右)作品為封面的第10、11屆「五月沙龍」展覽圖錄(1954、1955) (圖片提供／李思賢)

的，是「高雄獎」在台灣藝壇中所取得的相對位置、重要性、權威性和公信力。此二者有如鎖鍊般環環緊扣，相應相生。

綜觀過去幾屆「高雄獎」得獎藝術家的分佈組成可以發現，除有各式媒材的運用，亦有多樣的呈現形式和表現主題，儼然已具備當代藝展的標準性格。然而，儘管在過去數年之間，「高雄獎」的籌備已能由決選打破媒材、評審跨域聘請等規劃中，看出欲以突破傳統的積極作為，但從得獎者屬性在不同屆數間輪番交替的現象來看，此種妥協性格使得「高雄獎」



●1879年舉辦的第4屆「印象派展」圖錄封面 (圖片提供／李思賢)

仍留在傳統美展的型態之中。舉例來說，比對2001到2004年之間的落差，獲頒「高雄獎」者，竟可由前兩年的油畫、版畫、攝影、金工、空間裝置和複媒陶藝，全數改換為石版畫、書法、水墨、漆藝與石雕登場(第21屆)，不同媒材間「換人坐坐看」的補償心理在此昭然若揭。此番妥協性與自律性的出現，雖符合各類型態、各種媒材「輪流」得獎的「公平」原則，但從另一個角度解讀，卻也未嘗不是扼殺了整體藝術創作的公平性，不無有政治正確凌駕了專業評量的疑慮。以往的官式美展，莫不如此。

### 傳統機制的延續

基本說來，承載著「高雄獎」的「高市美展」一類的官辦美展，全都源自於法國的「沙龍」展，是官方制度下的藝術桂冠。「沙龍」於1667年在羅浮宮的「方形大廳」(le Salon Carré) 舉行首展，原是為了展出皇家院士的作品，因此改換 "salon" 一字原有意涵並從此沿用作為「展覽」的代稱。然而，只要行之有年必生保守與積弊，「沙龍」亦復如此。過去，「沙龍」也因歷史陳因而歷經過多次重大事件，例如：1791年革命政府取消舊皇家學院的特權，而首次將參展權一視同仁地開放予所有藝術家，其後又因件數暴增而設「評審委員會」作為門檻，卻又出現評審獨大現象。再如：為撫平藝評、畫家和媒體不滿評選結果的怨怒而另設的「落選沙龍」(le Salon des Refusés)，雖一度在1863年中斷辦理，但卻在1873年因無力抵擋來自多方的撻伐壓力而重啟，此一事件的漣漪蕩出了翌年「會外展」的籌辦，而那就是美術史中使「印象派」從此聲名大噪的展覽。印象派的「會外展」啓示了官方制度之外的可能，直接刺激了1884年「獨立沙龍」(le Salon des Artistes Indépendants) 的產生。美展保守、評審權攬、新派藝術遭殃、另闢蹊徑抗衡...，一、兩百年前的法國「沙龍」，已顯現



●首設「綜合媒材」類便獲得首屆「高雄獎」的作品〈從綠色→灰色的軌道痕跡〉(黃金福, 1996), 已呈現飽足的藝術能量與開闊性

與今日相同的傳統與創新間的扞格。

從日系的「帝展」、「文展」、「二科展」到台灣的「台展」、「台陽展」、「省展」、「國展」...，多少都有因內、外在因素而激發的內化或質變。無可諱言地，這些台灣美展系統的前驅，讓「高市美展」有延續傳統的歷史宿因，但問題在於被承繼的傳統到廿一世紀的今天，是新時代精神注入後的掘土翻新？或仍是拷貝過去機制的舊瓶新酒？從「高雄獎」歷次得獎作品的質素來看，作為一時之選自是無庸置疑，然而卻未有奠立相對穩定的藝術權威，或和某種延續傳統、消極的展覽機制有關。這裡不妨以徵件簡章中的「宗旨」和「分類」為例，與一般觀點中較為保守的「省展」並置比對：

「為推行美術教育鼓勵本省美術之研究與創作，以提高美術水準起見，特訂定『臺灣省第四十屆全省美術展覽會實施要點』。」(第40屆「全省美展」「實施要點」第一條, 1986)

「為推行全民美育活動，鼓勵國內藝術創作者對美術之創作，提升美術水準，特辦理『2006高雄獎暨第二十三屆高雄市美術展覽會』。」(第23屆「高雄美展」暨「高雄獎」宗旨, 2006)

如此結果無須說明，看來也著實令人傻眼；前後相距20年，宗旨卻依然如此相似，不禁叫人懷疑這樣的「宗旨」對推動當代藝術創作的適切性。反觀堪稱執台灣當代美展牛耳的「台北美術獎」，從「呈現當代藝術新貌，獎掖作品深具個人獨特藝術風格與當代精神之藝術工作者。」(2005)作為設立宗旨看來，相對有較高內心對未來入圍作品的期待。在徵件分類問題上，「省展」分為國畫、膠彩畫、書法、油畫、水彩畫、版畫、美術設計(工藝)、雕塑、攝影、篆刻等十部；而「高市美展」雖在複評「高雄獎」時打破媒材劃分，以較優的作品出線「代表」該類角逐大獎，然徵件時仍以水墨膠彩、書法篆刻、油畫、水彩粉彩、版畫、雕塑、攝影、工藝、美術設計、複合媒材等十類收件，顯然高度延續了傳統分科的劃分法，這在當今打破創作媒介與形式藩籬、時興「跨領域」的今日，不無保守的意味。既保留傳統，又嘗試前衛，「高雄獎」似乎還在前進與否的思維上踟躕著。

多年前，藝評家黃海鳴曾在〈對藝術館推展現代藝術活動的觀察〉一文中評論北美館的「現代繪畫新展望」時認為：「有一些批評針對美術館欠缺主動性，無法對台灣美術發展做深刻的抽樣，亦即深刻的展現。競賽只是『被動地』等孤立、零散的作品送上門來，展覽欠缺理論的眼光，也沒有對台灣有所追蹤。」他同時表示：「當初新展望必定有許多理想，希望一舉刺激創新，並集中展現台灣最新的創作，但似乎沒有方法，以致淪為二年一度的大拜拜，這似乎是台灣所有比賽型大展最後的歸路...」(註1)而面對如此積弊，藝評家倪再沁亦曾說：「以往地方美展都以『國展』、『省展』的模式，以國畫、油畫、水彩、版畫、雕塑...等慣性分類來徵選作品，長久以來，使官方美展的風格也形成一種慣性模式，[...]這種類型化風格使地方美展成為『國展』、『省展』的二軍，既沒有突出的風格，也缺乏地方特色。」(註2)這也就是為何當年印象派畫家們獨立於「沙龍」之外，另以一種新模式、新思維辦展的主因。「高雄獎」高質量得獎作品的光芒，一定程度上便是抵銷在此種消極而保守的展覽氛圍中，而無力相加相乘地為「高雄獎」累積出可定於一尊的能量，最終使得飛上枝柯的鳳凰折翼，而靜默無語。

### 引動風向的鼻息

事實上，若以「地方美展」的姿態辦理，「高市美展」的妥協性格是可以理解的，然而這並不同就擁有「偏安」的永久豁免權；歷史經驗裡不乏許多成功打造金身的案例，其實都足供參考、以為借鏡。先說國外，由法國建築師Frantz Jourdain於1903年發



●「第22屆高市美展暨2005高雄獎」評審現場

起的「秋季沙龍」(le Salon d'Automne)，在甫成立的第三年(1905)，就出現了現代美術史中以馬蒂斯(Henri Matisse, 1869-1954)為首的五位新銳畫家，因展出色彩強烈明亮的畫作，被諷稱為「唐納太羅被關進野獸籠裡了」(Donatello dans la cage aux fauves.)而使得「野獸派」(le Fauvisme)之名不逕而走的故事；無獨有偶地，「秋季沙龍」亦在其後催生出「立體派」(le Cubisme)一詞。由此可見，儘管「秋季沙龍」在今日已顯現日暮西山的龍鍾老態，但它所曾帶動的繪畫新表現、開創的藝術新境界，均在美術史上寫下重要的一頁。再者，1943年5月，法國批評家卡斯通·迪葉爾(Gaston Diehl, 1912-1999)帶頭創立的「五月沙龍」(le Salon de Mai)，因參展畫家們的藝術滋養多來自於印象派、立體派、野獸派等現代繪畫體系，並以抒情抽象為表現，而奠定出新的時代風格。「五月沙龍」的代表性和開創性，成為前衛的象徵，甚至因此激發了台灣「五月畫會」的仿效定名和發展方向的確立，可見其影響之巨大。

再從「獎」的權威與風向來看，舉世聞名、由英國泰德現代美術館(Tate Modern Museum)主辦的「泰納獎」(Turner Prize)，不因它有高額獎金，更是由於該獎不時在世界藝壇率先指涉某項命題的準確判斷，而成為歐洲最具代表性的當代藝術大獎。「泰納獎」的權威性，更因此成了有心以給獎的權威提升自我文化地位的「古根漢基金會」的藍本，模仿設置了古根漢博物館大獎：「Hugo Boss獎」。此獎的設置呼應了前文所述之得獎者、獎項(甚至連主辦者)相

應相生關係的說法，它們都在權威性的制高點上相互加持著。(註3)

至於國內對美展的變革，首推北美館於1984年創立、是今天「台北雙年展」前身的「中華民國現代繪畫新展望展」；首屆大獎由藝術家莊普和陳幸婉獲得，而隨後參展與獲獎者，均成為今日台灣藝術界頗具代表性的要角，在風潮的引領上有其重要性。此外，新型態的美展機制則以「台北縣美術展覽會」最受矚目。為使藝術創作空間更寬廣，主辦單位首先在1993年的第五屆北縣美展中，將原來的七大類媒材的傳統劃分法濃縮為「平面」和「立體」兩類，當年得獎和入選者中不乏如吳瑪俐、袁廣鳴、李明盛、侯俊明等近年曾任「國家代表隊」的藝術家；進而，在翌年的第六屆美展中，除合併平面和立體類成為「一般徵件組」之外，將該縣在「文藝季」行之有年的「環境與藝術」系列活動「擴編」，以現今盛行的策展方式另設「環境藝術組」，並推倪再沁擔任「策劃人」，這是國內史無前例的美展變革，極獲重視和好評。這兩個案例都在在顯示了傳統的堡壘並非無法撼動，事在人為而已。不過，從最新一屆的「高市美展」增加了「戶外」作品設置一事來看，試探性的第一步已悄悄邁出，至於後續的發展與效應如何，便仍有待觀察。

由以上案例不難看出，一個有引動藝術風向能耐的美展或獎項，本身就已具「鳳凰」之姿，而能從這成鳳成龍關口掙出的小麻雀，未來的成就肯定也是值得期待的。其實，再多些想像的話，結合前述國內、外展(沙龍)與獎的經驗法則，「高雄獎(展)」或可借用威尼斯雙年展的模式，分為徵件展和主題展分進合擊。徵件展可直接以現行複評「高雄獎」的方式，打散各類媒材創作、混合評選；而主題展則邀請國內、外策展人，先透過文化辯論機制提供策展思考，再進行符合(或趨近)期待的主題策劃。相信在策展人敏銳的學術主持下，不消幾屆，便可為「高市美展」開創全然不同的面貌與視野，而這，也可與當屆徵件展出線的「高雄獎」得主，產生不同藝術樣態上的內在呼應。徵件展以鼓勵創作與拔擢青年菁英為旨，而主題展則擔負起高雄美展的文化塑形，兼顧獎掖、教育和文化累積，不可謂不是使「高雄獎」成為睥睨天下的鳳凰和獨占鰲頭的另類想像。若不，就當作是筆者天花亂墜的南柯一夢吧！

【註釋】：

註1：見《1994台北縣美術展覽會「一般徵件組」專刊》，頁9-10。

註2：〈讓藝術回到人間大地：訪台北縣美展「環境藝術」策劃人倪再沁〉，載《藝術家》雜誌228期。

註3：關於歐美當代藝術獎的介紹，可參閱「畫廊協會電子報」第05039期(2005.10)，「藝術界樂透—綜覽全球藝術大獎」專題：〈鏡頭下的歐美當代藝術獎〉一文。網址：[http://www.artsdealer.net/AGA/e\\_paper/20051011/20051011.htm](http://www.artsdealer.net/AGA/e_paper/20051011/20051011.htm)