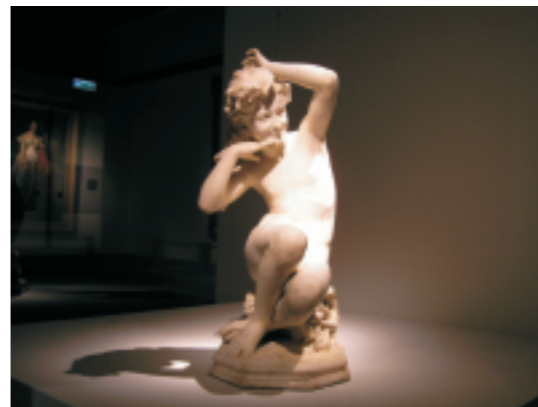


「榮耀之門」

文 / 李小芬 (資深媒體工作者) 作品圖片提供/財團法人台南市奇美文化基金會



●<聖母子與施洗者約翰> 威廉·亞杜夫·布葛赫 1863年沙龍展



●展場一隅，前為尚一巴普提斯特·卡波之作品<女孩與海背>。(攝影：林佳禾)



●馬賽洛<蛇髮魔女高爾根>於展場之陳列及照明設計(攝影：林佳禾)

由奇美博物館珍藏的一批自1783年至1906年法國法蘭西皇家美術學院所舉辦的沙龍展入選作品，即將在11月26日結束在高雄市立美術館的五個多月展期，趁暑假結束前往參觀，意外的，享受到極大的欣賞樂趣。

說意外，是本來預期在早秋時分天氣漸涼，參觀的人數應該不少，但當天早上展場觀眾不到五位。一踏入展場，舉目四望，感覺有無數眼神交集過來，不由得伸直了身子，悄悄移步，深怕驚動了什麼，定下神來，發覺只是巧妙的燈光設計，造成畫中人物的情緒被反射出來的幻覺。展場中的每件作品幾乎只有一個小小照明，角度選得十分好，投照在畫中最淺色的部位，畫面呈現晶瑩透明的立體感，氣氛逼人，偌大空間則依靠投照的餘光照明，正因為只有寥寥幾位觀眾和作品，二百多年前的時空、人與神的愛恨情仇在此與觀者親密的交錯！

展出的作品繪畫居多，加上少許雕塑共六十三件，是以當時官方展的演變區分為八大主題，包括：

古老神話、近代歷史、宗教、文學、肖像、風俗及農民生活、俗世及平民生活、風景，創作年代延續150年之久。奇美博物館為了此次北、中、南三大美術館的巡迴展特別請來法國奧塞美術館的研究員多明尼克·羅伯斯坦 (Dominique Lobstein) 策展，不得不要佩服所有籌備人員的用心，此項展覽跳脫了只作藝術性傳達，展覽所提供的文字意義具有極大的格局，可以讓對藝術史不是很清楚的觀眾了解美術運動和時代變遷的關連，反而顯現份量。我一一走過他(她)們身旁，仿佛，一個大社會就在眼前滾動。

台灣於解嚴後十九年來，民眾亦頗能感受到政治、經濟、社會環境變化帶來的影響，將心比心，看法國在十九世紀之初，帝制崩潰，共和政體興起，其間還發生帝制復辟、二次共和事件，可以想像社會的動盪。由於是官方的沙龍展，必須遵從不斷更迭的政權，雖然在1791年終於開放給所有的藝術家參加，但這個時期的藝術家們要斬露頭角，作品風格難免得識時務的投皇家學院所好，和為政治服務。若一旦入選，則名利雙收，享有至高無上的榮耀，本次展覽之為「榮耀之門」，據說就是因為要跨過這道窄門不易，獲選者隨即榮耀上身，是從入選藝術家的立場來考量的。



●<暴風雨> 皮耶·奧古斯特·考特或其工作坊之作 1880年沙龍展

當時皇家美術學院的主流為古代神話故事、歷史啓示，以及宗教的題材，此次展出之作品在比例上也以此類作品居多。一部份原因為受到十八世紀模仿希臘藝術的風潮，和龐貝古城被挖掘出來的震撼，產生了新古典主義，另一部份原因則是擁有政權者要藉著光榮的歷史和戰績為宣揚，看到展出作品〈誓言〉、〈暴風雨〉、〈聖母子與施洗者約翰〉等作品，雖非原創畫面，依舊典雅的懺人。此外，肖像畫也是官方和貴族們喜愛的收藏，此次展出發生了一段感人的插曲，一幅作者自畫像，其後代子孫最近才查獲被奇美收藏，專程從法國飛到高雄拜見先祖。

至十八世紀後半時期，皇家藝術學院也許順應了藝術界的自我風格的追求，甄選標準有所轉變，在風景畫的部份，不再崇尚僅視風景為裝飾，風景可以成為主題，畫家們更走向大自然，揮灑大地之美。不過，當畫家們看到城市和鄉村的生活全貌，有富裕美好的一面，也有困苦貧窮的一面，部份畫家透過畫筆作了忠實的紀錄，這段歷程是官方沙龍展無法預期的，卻因此發生了的寫實主義、自然主義、巴比松畫派、印象派的作品，畫家們不再拘泥官方的榮耀，美術運動此後的發展更和社會運轉息息相關。

但此次展出的作品並不多見底層人民生活的真實，是奇美博物館本身對那個年代的收藏作品，本來就比較缺少嗎？我沒有去查證，很直覺的，就覺得奇美會收藏什麼作品，完全符合奇美企業的創辦人許文龍的風格，記得以前閱讀過他的傳記，他很早就在企業實施週休二日，平常他釣魚、玩賞音樂藝術，不太盯著公司，但奇美照樣賺大錢，學術界以「觀念」這本書探討他的企業治理方法，但我總覺得有人就是有獨特的個人風格，可以運籌帷幄，加上他關懷員工有加，賺到員工的心，員工自然為他效力，如此仕紳會喜歡什麼樣的藝術品呢？

僅見的少數幾件傳達社會觀察力的作品，畫家很真實的去描繪城市和農村的底層生活狀況，據說，這些真實的作品在當時引發廣泛的爭議，但反而促成了寫實主義的產生。有一幅名為〈麵包〉的作品，我只把眼光撇了過去，腦海裡就只有麵包這兩個字，和百餘年前畫者的想法一樣，陰沈的空間，一位母親手中拿著一塊麵包，正仔細的剝開，打算分給身旁三位子女，那是個不容易忘懷的場景，換作任何一個年代，這樣的場景都會引發討論。和其他幾件均以貧民生活為背景的作品，居然可以入選當時的法國官方沙龍展，仔細觀察年代，正是偏向十九世紀後半時期，顯然，法國的民主體制是形成了，否則，不容易呀！

同樣的場地，九年前，有同個時期的印象派畫作



●〈男士肖像(自畫像)〉 賈克·尼古拉·白牧·德·蒙達貝 1802年沙龍展 (畫家子孫聞訊專程從法國飛到高雄觀賞此畫。)

從奧賽美術館飄洋過海而來，以「黃金印象」之名展出，那是台灣美術館接洽歐美大館作品來展的濫觴之舉。有別於官方沙龍展，印象派畫作是民間藝術家和官方沙龍展別苗頭，自行聚合起來形成的一派風格，描述的是民間的生活百態，看過黃金印象畫展的觀眾，和榮耀之門作比較，就會很清楚的發現差別。

參觀「黃金印象」在九年前可是時尚，展場每天人潮擁擠，觀眾的熱情互相感染，在高美館創下三個月五十萬人的參觀紀錄，比台北市立美術館的觀眾人數要多。而「榮耀之門」，據了解在暑假的參觀人數約為五萬人，人數僅及十分之一，為什麼？一般的觀察認為，類似的展覽在台灣展出多了，觀眾不再稀罕乃其一，社會經濟力的減退乃其二，主辦單位沒有強行行銷乃其三。

三個原因其實是重疊的，黃金印象展出時，台灣經濟條件不錯，大家都在說物質超越了精神，生活品質無法提昇，應求其平衡，印象派作品描繪的多是法國在社會動盪之後中產階級興起的生活，頗為吻合時台灣人的胃口，加上媒體的大力行銷，於是花錢觀賞亦在所不惜，衍生性的商品賣得嚇嚇叫。民國八十九年之後，台灣的經濟能量明顯的開始退縮，所謂溫飽無虞才能談閒情逸緻，即使政府和民間不斷引進很好的作品來台展出，但效果卻很難說了，在高雄

尤其明顯，這幾年發現有些展覽已不把高雄列在其中，美術館的網站都有人叫屈了。

媒體的中立角色雖然受到質疑，置入行銷的功夫卻一把罩，只要密集的傳播，都有起碼的效果，若是精心設計，效果還挺不錯的！而此次榮耀之門展出，既無藝術大使，也不花錢買版面，只在舉辦之初辦記者會說明，這是最粗略的宣傳方式，況且從六月份展出之後，就無後續的階段宣傳。我沒有問原因，推想這又是許文龍式的風格吧，在他的傳記中就說，他成立基金會收藏藝術品是為著教育，雖然如此，十多年下來，奇美博物館的收藏聞名遐邇，奇美基金會早已成為奇美集團最閃亮的一個部門，為企業品牌和形象加分不少，想必如此，不願意刻意的宣傳，只要默默的耕耘。

我倒覺得該怎麼宣傳？應視展覽內容而定，不必過度，也不要順其自然不作，應給一個恰如其份的宣傳方式。其實並不難作，比方說高美館已經運作得極為熟練的到學校、社區辦藝術講座，利用廣播電台節目輕鬆談，或者高美館比較沒有去打出的通路，和旅遊業合作，搭配為南台灣旅遊的一個景點，還可以加上當前的休閒時尚，享用高雄風味餐或法蘭西風味餐等，這些都是中規中矩的行銷方法，問題在作與不作？誰來作？怎麼作？以高雄市立美術館和奇美博物館的人才濟濟，難不倒的，只能說還是「觀念」問題！



●〈麵包〉 亞爾柏·巴托洛美 1884年法國藝術家協會沙龍展



●〈客棧內部〉 萊昂·奧古斯汀·雷荷密特 1881年法國藝術家協會沙龍展