

三分天下，逐鹿中原

—台灣三家主要美術雜誌混評

文、圖／李思賢（藝評人、獨立策展人）

十幾廿年前，曾聽說過這麼一段話：「如果你要害一個人，就叫他去辦雜誌。」雖然掌握媒體發言權、宰治輿論視聽導向有著誘人的至高利基，但從這句話中卻也不難體會辦雜誌、特別是小眾的藝術雜誌的辛苦。在台灣美術發展歷程中，媒體不僅是藝術新聞與脈動的推介者，同時更是學術性筆戰中的主要平台，——從六〇年代「現代畫」論辯的《文心》雜誌，到九〇年代「台灣美術」論爭的《雄獅美術》，在在都扮演著推動藝術甚或是書寫歷史至關重要的角色。然而歷史的更迭無非是殘酷的，再重要的雜誌、媒體最後都會因自身的某種因素而收攤，或是財力窘困、或是看破俗塵，儘管階段性任務完成，但回想其全盛時期的風華卻也不禁叫人唏噓。如今檯面上的台灣美術雜誌以《藝術家》、《典藏》和《CANS藝術新聞》等三家為最主要，成為碩果僅存自有其歷史或環境成因，也有其意志與體質使然；在台灣，它們彼此間交互競爭卻也相互補充，它們像極了魏、蜀、吳的三國鼎立，進而在中國快速崛起的今天，共同地從台灣出發……逐鹿中原。

專業與分工

文化影響藝術、藝術體現文化，雜誌內容的規劃和方向的帷幄因此與其存活年代的時代品味間有著唇齒相依的高度關連，《藝術家》、《CANS》和《典藏》雖各有獨立運行的傳統與脈絡，但卻也可由其間閱讀出所屬時代的興味以及各自的特性。同樣都是美術雜誌，面對相同的時代和藝術資訊，此三家雜誌媒體所走出的風格確有著天淵之別，這或與雜誌本身的「年齡」相關，但更準確地講這全然是雜誌主導者（老闆或主編）主體意志的顯現。

先從最老牌的《藝術家》雜誌談起，相信沒有人會否定三十餘年來《藝術家》對台灣藝術界的卓越貢獻，由它過去所做的新訊內容的推介、專業書籍的出版、藝術風氣的引領、甚或到使廣大群眾浸淫的藝術氛圍等成就來看，它可說是繼《雄獅美術》之後又一次台灣藝術媒體的榮光再現。然即便如此，近年來《藝術家》卻因跟隨藝術範圍無端的擴散而逐漸顯現藝術脫焦的狀態。當「美術」成為「藝術」，又當「藝術」不再只有裝置、地景、觀念、行為等當代藝術手法，美術館也不只是在「展畫」時，《藝術家》開始蒐羅了建築、設計、城市、時尚、數位、甚至是航空飛機展等過去不納在「藝術」範疇而如今似有似無地成為「藝術」的內容，《藝術家》因此

有些像「阿婆ㄟ咁嬾店」，有煙有酒、有雞蛋有麵粉、有糖果餅乾也有彈珠玩具，要什麼有什麼，一應俱全、琳瑯滿目。儘管齊全但卻凌散，除了每月專題之外，現今《藝術家》雜誌的主體性予人一種混沌感，不大符合當今社會專業分工原則之外，同時也因此分散了專注的力道。

相對於《藝術家》雜誌，《典藏》和《CANS》則按讀者意象的不同，以較明確的拆發行方式在商場上分進合擊，其中又以前者最為完備。《典藏》雜誌系列包括職司當代藝術的《典藏·今藝術》、專營古典文物書畫的《典藏·古美

術》、意圖與世界華人脈動共振的英文版雜誌《YiShu》、連接生活美學雅俗共賞的《典藏Style》、深入淺出寓教於樂的《小典藏》等，同時由《今藝術》和《古美術》中精選的文章為主體的《典藏藝術網》，成為對外進行無線拓域的主力，讓國內藝文資訊得以藉由網域鏈接而得到更廣泛的注意；若再加上「典藏藝術家家庭公司」的圖書出版，這個同屬老品牌的「典藏家族」自千禧年改版至今的區區數年間，已然在擺開龐大的全武陣式後擁有更高競爭力和續航力的態勢，因而使得《典藏》的未來變得更為可期。

無獨有偶地，《CANS》亦在2005年伊使改版為《CANS藝術新聞》和《CANS當代藝術新聞》，此二者所執掌的區塊分別與《典藏》系列的《古美術》和《今藝術》相仿，儘管書本厚度薄了許多，但卻已然彰顯當代專業分工不可或缺之傾向之一。

新聞與專業

對一本月刊型雜誌來說，新聞性與專業性當是其內容所首重，在這個層次的評比上，台灣坊間的三本主流美術雜誌可謂是各善其長。新聞性與專業性分置於天平的兩端，彼此有相互消長或拉扯的作用，——這裡所說的專業性指的是藝術專業裡的學術性而言；畢竟雜誌內容的「餅」就這麼大一塊，新聞性與專業性幾乎是難以兼得的。此乃文字性格使然，新聞性文章多重介紹與解釋，筆調淺顯流暢；而專業性文字要求理路與辯證，文辭彎轉晦澀。二者彼此互擠板塊的明顯情況是，當某雜誌呈現較多新聞現場的消息或目擊報導時，它在學術考量上便相對淡薄；相反地，一篇具有深度評論、引經據典的文章，通常很難同時兼顧具新聞鮮度的消息傳送，文脈語調中亦難顯現平易的輕巧感。台灣三本主流美術雜誌多有上述特性，也正以此成為區隔彼此風格的主要因素。

長年來作為台灣對外窗口的《藝術家》雜誌，在向內引進國外展訊、向外推介台灣藝術的任務上，其效能無疑是積極而有效的。它的新聞傳播性在網路時代來臨之前曾扮演過絕對關鍵的角色，是台灣讀者認識歐美主流藝術的絕佳管道。然而在物換星移下，當新訊息的來源透過網路便能即時取得的情況下，單本雜誌的新聞作用已退居到二線；非但是《藝術家》，就是連《典藏》或《CANS》都難逃E化所帶來或多或少的衝擊。但所幸及至今日，E化仍有其使用族群與讀者年齡上的特定侷限，對中、高年齡層的讀者來說，實體紙本的雜誌所帶來的藝術訊息仍有所影響。

先就《藝術家》雜誌來說，儘管老字號使之擁有傳統讀者數量是其他二家雜誌社所無可比擬，但坦言之，若非大批因閱讀慣性而產生



●銳變的《典藏》雜誌家族，擺出龐大陣式面向世界。



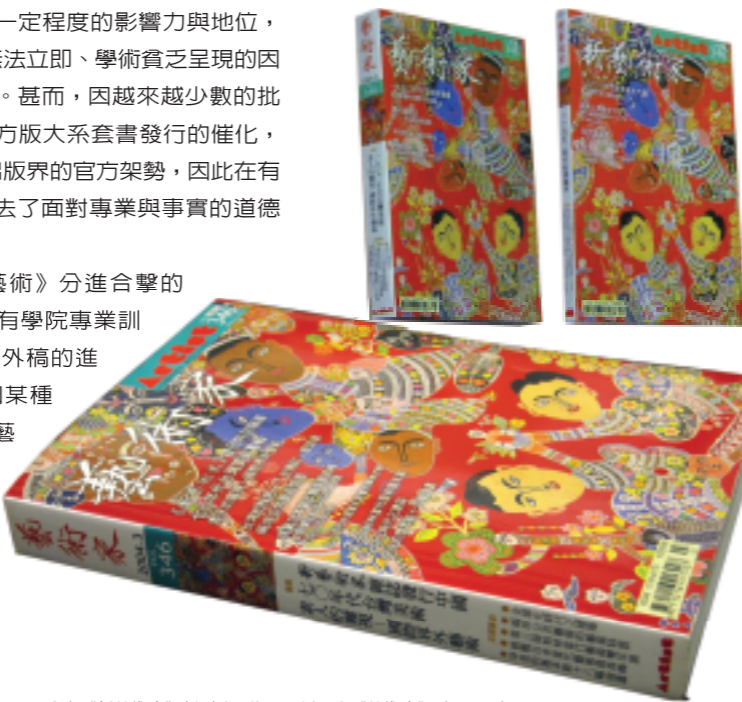
●老字號的《藝術家》雜誌，歡喜走過30年。



●《CANS藝術新聞》與《CANS當代藝術新聞》主打華人市場。

高忠誠度的讀者群讓《藝術家》維持一定程度的影響力與地位，《藝術家》在其主體日漸脫焦、新聞無法立即、學術貧乏呈現的因素下，事實上已出現些許龍鍾的老態。甚而，因越來越少數的批判性藝評文字刊載和愈來愈多量的官方版大系套書發行的催化，《藝術家》已出現某種儼然是媒體、出版界的官方架勢，因此在有了更多政治正確作為的情況下，而少去了面對專業與事實的道德良心和媒體應有的社會責任。

相對地，以《古美術》和《今藝術》分進合擊的《典藏》系列雜誌，因網羅了多位擁有學院專業訓練的藝評新生代作為編輯班底，加上外稿的進入，而刊載了較多的深度藝評文字和某種針對拍賣市場行情的分析報導。許多藝術專業上的實情在此得到宣洩的出口，無論是批評論述的針砭或新聞現場的呈現均讓人感受氣象一新、活力無限。但也可能因為大量藝評文字而使其學院性格相對鮮明，同時減低了某種新聞所應有的淺顯與平易，然而這或許非病而是風格罷。而標榜專營「藝術新聞」(Art News)的



●與《新藝術家》創刊號同期、同封面之《藝術家》(2004-3)。

《CANS》，在新聞鮮度及其比重上遠比另外兩本雜誌要來得高出許多，在藝術展演信息以及藝術市場熱度多有著墨。大比重的新聞登載，讓讀者可在毫不費力的情況下擁有多量信息的進入，實為一大特點。但《CANS》那強烈批判的文風，雖使《CANS》帶有作為一位知識份子不流於俗的傲骨和指陳社會弊病的良心，可惜因稿件來源的單一性，使得部分言論的涉事觀點略嫌偏狹和武斷，實為一大病也。

版圖與中國

從上述分析可以見得國內三家美術雜誌不同的風格屬性，分佔了三個不同的版塊，版圖本身或有大小之別，但唯一有一點是相同的，就是因面對日益強大、無法令人輕忽的「中國因素」而出現的「西進現象」。大陸的廣大市場、世界華人的主要舞台以及國際競爭力，每一個項目都緊緊揪動著意圖更上層樓的台灣人的心；從企業家到文化人，幾乎可以說，誰放棄大陸市場誰就等於去掉一大半未來發展的希望。三家美術雜誌如今就像赤壁之戰後三分天下的魏、蜀、吳三國，看是三強鼎立但卻仍有強弱之別，各自依循著曹操、孫權和劉備的性格投射出治理與攻略的特性，進而窺伺中原、問鼎中原、逐鹿中原。這裡沒有誰是曹操、誰是蜀國等對號入座的問題，只有面對大陸那令人蠢動的誘因時，《藝術家》、《典藏》和《CANS》心裡各自盤算著自己的「中國經」的卡位中國的事實。

如果「廿一世紀是中國人的世紀」這句老話成真的話，那麼以「中國一定強」為前提的所有舉動都將回收絕對加倍的投資報酬，而從中國發展至今的結果看來，這將會是個趨勢，台灣三本美術雜誌對大陸進行的卡位戰實際上早已於十數年前便已悄悄運作。就拿《CANS》來說，雖然在台灣發行，但該雜誌的市場著眼其實打自一開始便未圈限在台灣島內，其英文刊名 Chinese Contemporary Art News 無非是在昭告世人他們以海外華人為鎖定對象、特別是中國大陸的立場與目標，也因此《CANS》所登載的與大陸相關的內容比重和其他二家雜誌相比顯然是高出許多。然而這個情況在近幾年大陸熱的吹拂下已渲染成一片風氣，《典藏》和《藝術家》雜誌對大陸藝評的報導、評論都逐漸分配了愈來愈多的版面。

《藝術家》雜誌為了擴張版圖、搶進大陸使出了大膽的招數，就是到對岸新創一本《新藝術家》雜誌。2004年3月號的《藝術家》聲勢浩大地對外宣告了《新藝術家》雜誌的發行，許多大陸的重量級藝文人士都寫了發刊賀詞，前途一片光明似錦。當期兩岸的這兩本姊妹雜誌選用了七〇年代素人畫家洪通的作品為封面，除了有確立台灣藝術主體性的宣示意味外，以紅色為底的圖畫也讓整本雜誌洋溢著歡欣喜慶般的洋洋喜氣。令人氣結的是，



●不幸早夭的《新藝術家》，至今在大陸的書店架上仍見蹤影。

這樁值得期待的美事、兩岸藝術交流的平台，在半年之後卻因某種兩岸間法令上的原因而夭折。事實上，《新藝術家》的嘎然而止應當視作是一次台灣藝術界登陸的殲滅戰，必有值得反省與檢討之處，只可惜台灣藝術界對這件事全無反應，包括《藝術家》雜誌本身。是全身麻痺渾然不知呢？還是此般鍛羽而歸無顏見江東父老？總之，《新藝術家》的這麼來去一遭，讓我們錯失了一次認知兩岸現實的機會。

根本說來，媒體或雜誌的經營畢竟還是商業，說到骨子裡還是「在商言商」那麼一回事兒，市場信息導向、市場機制考量必然都是媒體經營者心之所繫。再如《今藝術》所規劃的封面，所推介的藝術家(或專題)，近年已經以大約3:2的比例凌越了與台灣相關的藝術主題；加上《今藝術》的績效卓著，所引入大批的廣告刊登，使得《今藝術》在書本厚度上、內文與廣告的比重上都有明顯「《藝術家》化」的傾向。無論是《今藝術》或《藝術家》，沉甸甸的書本捧在手心裡著實讓人感覺有些銅臭、有些齷齪。這似乎仍是媒體賴以生存不得不然的無奈。

除上述內容外，此三家藝術媒體仍有很大可以深入探求的空間，礙於篇幅只得以此混評做出雖不失整體但仍籠統、雖無法深入但已清晰的概括式比較。吾人以為，比對此三者存活於當今藝術語境下之種種，其目的並不在區分誰與誰的優勝劣敗，而在於有著足窺台灣美術發展在某一特定時空下的特殊面貌與性格，同時以此反映出藝術的時代切片的積極意義。

三本雜誌得以流通於市，必有其得到之處；然即便如此，我們不能遺忘過去曾經陪伴過台灣美術走過滄桑歲月的所有美術雜誌，包括《雄獅美術》、《藝術貴族》、《炎黃藝術》(《山藝術》)、《新朝藝術·Art China》、《南方藝術》...的貢獻。因為今天的三本雜誌，是承繼在它們所鋪設好的基礎與成就上，繼續為台灣藝術延續香火。逝者已矣，來者可追，為使有更專業的未來，我們批評、鞭策它們...。鄉親吶，嘿就是愛台灣啦！(2006/7/8 成稿於北京)



●近期由大陸藝術家躍上封面的《今藝術》。



●陪伴台灣美術走過悠悠歲月的各式藝術雜誌，功不可沒。