

兩岸視野：當代藝術批評的 藝術社會化與商品化¹

Both Sides of the Strait: Art Socialization and
Commercialization of Contemporary Art Criticism

胡懿勳 / 台灣藝術史研究學會監事

Hu, Yi-Hsun / Supervisor of Taiwan Art History Association

摘要

藝術社會學理論對藝術生產參與藝術社會機制運作分為社會化與商品化兩種途徑：社會化指向透過非營利機制的傳播以面向藝術消費的接受過程；商品化則指向透過營利中介機制的藝術消費（交易）過程。藝術中介機制的評論、展示掌握藝術生產通向這兩條途徑的取向，因此，評價與銷售共構為經銷體系直接或間接引導藝術消費對藝術生產的認知，藝術評論者扮演經銷體系的守門人與消費代理人的社會角色。此即表示，藝術評論在當代藝術社會機制裡，不再只是挖掘藝術生產的創作思想論述與價值，完成其獨立評價的任務，這些評論的立場與觀點往往指涉其背後的藝術社會機制與生態之間的相互作用，甚至有目的地直接引導藝術消費取向。兩岸在一海之隔的地緣環境中，受相同的經銷體系輸送經過篩選的資訊作用，當代藝術評論對藝術價值的評判同時反映其背後有關體制、經濟利益乃至藝術生態的面相，顯現出藝術評論在藝術社會化與商品化過程中，相互拉扯的混沌狀態。從幾個兩岸交雜著營利與非營利目的的藝術事件做為有效案例進行分析，可以發現當代藝術批評面對日益複雜的環境因素，在相近的地緣與時間進程中變遷有其共通與差異所在。

關鍵字：當代藝術批評、藝術社會化、藝術商品化、論述

¹ 本文根據筆者，〈市場和學術的共生——從拍賣與雙年展看兩岸當代藝術的差異〉，《藝術收藏+設計》23期（2009.08），頁18-21；〈藝術市場的藝術批評〉，《藝術收藏+設計》37期（2010.10），頁32-35；〈中國大陸藝術批評的兩反現象〉，《藝術收藏+設計》38期（2010.11），頁58-61，三篇的案例內容修訂增補。

收稿日期：111年4月13日；通過日期：111年6月24日。

Abstract

The theory of the sociology of art divides the participation of art production in the operation of the social mechanism of art into two ways: socialization refers to the acceptance process of art consumption through the dissemination of non-profit mechanisms; commodification refers to the process of art consumption (transaction) through the mechanism of for-profit intermediary. The critique and expression in the art intermediary show the orientation of art production in these two paths. Therefore, the co-constructing of evaluation and marketing has guided the art consumption directly or indirectly to the cognition of art production. And those art critics play as a gatekeeper or a surrogate consumer in the marketing system. This also means that in the social mechanism of contemporary art, art criticism is no longer merely about excavating the creative ideas and values of art production, but also stand out to show its independent evaluation. The viewpoints of these comments often refer to the interaction between the social mechanism and the environment, even lead the art consumption strategically. In the geographical location separated by the sea, effected by filtered information from the same marketing system, the art evaluations valued by Taiwan and China's contemporary art critics also reflect the system, economic interests and even the environment status behind it, showing the chaotic state of art criticism in the process of art socialization and commercialization. According to the analysis of several cross-strait art events which mixed with for-profit and non-profit purposes, contemporary art criticism has its differences and common points in the similar geographical and time zone when facing complex environmental changes.

Keywords: contemporary art criticism, art socialization, commercialization of art, discuss

一、前言

回看戰後華人美術史的歷程，隨著二十世紀末國際政治對壘的鬆動，從因政體隔絕而各行其道，逐漸轉向在藝術交易、國際性展覽的場域相互會合，也由此自二十一世紀的前十年，華人藝術創作的種種，多

數反映在以亞洲為論述中心的樣態。我們以二十一世紀以來的二十年歷程觀察，除了各國本地的藝術發展之外，共同進入國際視野的藝術交易、展覽、論壇等交集場域，則顯示出不同地區對華人藝術創作的著重點以及論述背後的影響因素。在這些中介機制裡，藝術批評總是較為直接反映當下藝術創作實況與價值論述，同時也是在本土美術史與美術理論基礎上的綜合提煉。

二十世紀末由於全球華人藝術品交易熱絡，兩岸地區也成為亞洲的藝術交流重心。2000年，中國大陸占全球藝術市場的份額不足1%；2011年，總成交額在全球藝術品市場佔30%比例，超越英、美國，位居當年度全球藝術品市場第一。²大陸藝術市場的崛起背後是一股強大的臺灣、香港畫商與藏家的推動力量，尤其是京滬等大城市一級市場的建構，幾乎是依靠臺灣畫廊業西進建立該地區經營模式，加諸國際拍賣行業炒作華人藝術品話題，以致使二十一世紀前十年加速兩岸三地成為全球華人藝術品交易的重心。³隨著兩岸藝術品經銷體系的交互推介，當代藝術批評也產生交互作用，同時在兩岸甚至亞洲地區有目的地廣泛應用在各種交易場合。

戰後的二十世紀後半葉，兩岸的藝術批評多數是以藝術創作的主體評介為主要目的，透過展覽形式引導受眾的觀賞，我們視之為藝術社會化的作用。然當藝術品進入交易機制之後，藝術評論不僅是展覽的引導，亦在藝術交易時成為價值引用的資訊，並可能成為價格的引導，我們視為藝術商品化的作用。從藝術品的社會化與商品化兩條脈絡看待藝術批評的作用，藝術評論者在藝術社會學領域中擔任將作品推向消費階層的中介者角色，中介者同時也扮演守門人的角色，他們過濾藝術生產進入消費機制，並試圖影響藝術趣味的取向。當我們要在藝術社會化與商品化的領域中討論藝術批評的議題時，必須注意它在藝術社會中實際發揮

2 〈中國超越美英成為最大拍賣市場，國寶從西方回國是重中之重〉，《藝術與設計》，網址：<http://www.artdesign.org.cn/article/view/id/66921>（2022.5.14 瀏覽）。根據歷年大陸官方媒體報導習慣，所謂「總成交額」包含各類藝術品拍賣及文物類拍賣，古代書畫類拍賣列入文物拍賣範圍計算，當代書畫則列入現當代藝術品成交範圍。

3 二十一世紀開始，國際拍賣業針對如張大千、齊白石等書畫吸引大陸買家進場之外，針對具有大陸政治性話題的藝術品也極力推動國際買家出手，香港與臺灣藏家趁勢提供相應競買物件。一批歐美與大陸買家在國際市場購入華人近代書畫與當代藝術品是為大陸藝術市場崛起的重要原因。

的作用力強度和感染力範圍。過去討論藝術批評多從學術理論的領域，希望將其自身的學術見解和議題論述，投入發掘作品（或創作歷程）的內涵、意義與價值，藉藝術社會化的途徑提供觀者深入了解。而現今以藝術市場為內核的藝術創作多重語境中，藝術批評的學術主張和價值發現對藝術交易或市場機制產生的作用，則顯得更為複雜。

藝術評論與批評所可能引發的作用，從營利與非營利的公私機構舉辦的展覽會，延展到拍賣會、藝術博覽會等實體交易場域，更重要的關鍵在於，藝術批評發表的管道從平面媒體，擴張到透過相關網站的圖文、影音傳播，使受眾更方便獲得藝術資訊。藝術評論者的社會角色也從學者、藝文記者、報章雜誌撰稿人擴大為策展人、網站編輯、自媒體（We Media）、畫廊業者、藝術博覽會、拍賣會主辦單位等個人或群體，使得藝術批評的社會角色與定位益發模糊。

若從近二十年兩岸與當代藝術、藝術活動、藝術市場有關聯的事件、現象觀察分析，則可以檢證藝術社會學中極為重要的市場機制互動關係，落實在現實的環境和現象中，觀察當前藝術社會存在的事實。「近二十年」一詞也恰如其分地表明本文對「當代」的時間表述意旨，此期間的藝術活動、事件的評論、批評與敘述均可視為藝術批評的型態；無論是否直接針對創作者或藝術品的針砭，它都將反饋到藝術價值的層面，也可能成為牽動作品行情的動因。

二、當代藝評的社會角色轉化

不同於以往較傳統的藝術批評是以作者創作歷程、作品風格特質或展覽內容為重心，當代藝術批評的重點從對作品和作者的論述擴大到藝術事件、活動以及特殊現象的議論。然而，當藝術批評不僅只在傳統平面媒體發表觀點，透過網路的即時擴散傳播，當代藝術批評的內容以凸顯事件引發的負面問題刺激消費者的點閱率，同時刺激網路上各種同行聲量的回應。近二十年以來，商業與官方，主流與非主流等多樣的展覽種類擴張，藝術媒體的形態伴隨消費者的閱讀習慣產生變化，藝評人的社會角色也不再單純。藝術社會的中介機制複雜化促使當代藝術批評的樣態隨之產生變化。

（一）臺灣藝評的守門人角色

在臺灣表面看起來，學術理論建構與市場的推廣似乎有各自的分工，實際上既沒有純粹理論性的建構，自稱為藝術評論的學者對商業性展覽也好像避而遠之，早期的報紙副刊承擔藝術批評的功能，以1972到1976年中國時報副刊主編高信疆邀集一些文化人士全力掀起了一股洪通熱，繼而帶起洪通作品的收藏浪潮，可以算是藉由報紙的評論宣傳創造畫家神話的典型例子。到了1980年代末期，藝術市場達到空前興盛，運用平面媒體的報導成為畫廊業者最方便的宣傳方式，藝文記者超越報導的範圍也開始從事價值判斷和評論的工作。以藝術收藏為導向的專業媒體擴大規模，一批較為專業的編輯人員投入營利事業舉辦各種活動的報導，也提供商業性展覽的評論文章發表空間。⁴

時間轉進二十一世紀之後，藝術消費者對藝術批評者的角色認知越來越弱，受眾透過各種網路管道接觸大量的公私展覽簡介訊息，直觀地從展覽中尋找作品與作者的訊息，使得「策展人」取而代之成為中介展覽的關鍵人物。Victoria D. Alexander 轉引 Hirsch 1972 年的組織社會學觀點，就經銷體系過濾篩選藝術產品提出其觀點：「守門人 (gatekeeper) 過濾產品 (或過濾人員)，決定其在這個體系中的去留。」；兩位學者都認為，社會大眾所接觸的藝術品原是經由經銷體系的守門人過濾之後的結果。⁵ 除了媒體主編採納藝評文章進入編輯序列視為守門人角色之外，評論者的再次過濾進入社會大眾視野，則成為消費代理人 (surrogate consumer)，同時也是守門人。⁶ 策展人如同第一線的守門人一般，先行過濾了一場展覽裡的展品，報導、評論者根據經過守門人過濾的展品再行銷給藝術消費者；大部分的作品在引起消費者注意之前，已經通過幾層守門人的過濾篩選。「所有文化產品，不論是精緻藝術、通俗藝術或民間藝術都必須通過某一體系進行經銷。所有經銷體系也都在某些層

面上受到守門人的影響。」⁷

在藝術市場帶動之下，商業藝術雜誌是臺灣的藝評發表重要平台，有別於官方、大學主辦的藝術期刊，這類商業雜誌的受眾對藝術消費與市場動態的反應較為迅速直接，作者或展覽的報導和評論融入在經銷體系之中，對藝術消費有所助益。表1所列臺灣的商業藝術雜誌發行歷程，基本上反映了臺灣1990年代延續至2010年的藝術社會的傳播途徑的變化，也是臺灣當代藝評重要的傳播平台；這些媒體培養了許多在營利與非營利中介機制的守門人和消費代理人。平面媒體隨著藝術大環境也有興衰更迭，網路媒體更加擴增一批撰寫評論的群體。守門人角色從經銷商 (畫廊) 和評論人的分層篩選，演變為許多自由撰稿人在部落格、自媒體、社交網站、藝術網站等發表藝術的評論；他們往往受雇於展覽機構、畫廊、創作者、經紀商 (broker) 或媒體本身，在不同的網路通路發表自我見解。

我們可以為這種演變的過程做出歸納：對臺灣現代美術史的研究者的傳播作用，和藝術評論 (批評) 的作用有明顯的區別；前者對歷史的軌跡和藝術創作的風格進行系列、主題式的書寫，為創作者在美術史中的定位做出評價；後者對當下發生的藝術事件、活動結合創作特色進行不連續的評價，他們的評價試圖刺激消費者的審美選擇；前者是靜態的書寫，後者是即時的動態側寫 (profile)。當然，兩者都扮演著守門人的角色，但是，當代藝術的藝評人、策展人則多了一重「消費代理人」的社會角色。這是因為他們的評論側寫往往應用在營利與非營利展覽行銷，其傳播取向有直接引導受眾的消費作用。

4 胡懿勳，〈藝術市場的藝術批評〉，頁33。

5 Victoria D. Alexander 著，張正霖、陳巨擘譯，《藝術社會學：精緻與通俗形式之探索》（臺北：远流圖書股份有限公司，2008.11 初版），頁74。

6 Victoria D. Alexander 著，張正霖、陳巨擘譯，《藝術社會學：精緻與通俗形式之探索》，頁74。

7 Victoria D. Alexander 著，張正霖、陳巨擘譯，《藝術社會學：精緻與通俗形式之探索》，頁74。

表 1：臺灣商業藝術雜誌發行歷程略表

名稱	創刊時間	變更	備註
雄獅美術	1971 年 3 月	1996 年 11 月停刊	
藝術家	1975 年 6 月	2007 年另創《藝術收藏 + 設計》	
藝術貴族	1990 年 5 月復刊	1993 年 12 月停刊	
炎黃藝術	1989 年	後改名《山藝術》 1997 年停刊	
典藏藝術	1992 年 10 月	2000 年 4 月改為《今藝術 & 投資》與《古美術》；目前還有網路媒體	
CANS 藝術新聞	1997 年	2005 年另創《CANS 當代藝術新聞》	華藝文化事業有限公司所屬
新朝藝術雜誌	1998 年 9 月試刊	27 期停刊	1-20 期楊人凱發行
大觀雜誌	2009 年		雅墨文化
藝外 ARTITUDE	2009 年 10 月	2015 年 7 月停刊	雅墨文化

胡懿勳製表，2022。

（二）大陸當代藝評的出路

在近二十年兩岸交流頻繁的時間範圍內，中國大陸的藝評人角色在平面媒體掛帥的時期與臺灣的情況有相同的基調，當市場因素介入當代藝術的領域，臺灣的藝評對大陸創作者與作品的評介在本地商業雜誌屢見不鮮；大陸境內的媒體則僅針對兩岸市場熟知的創作者或有評論，或引用臺灣藝評文章。體制上，大陸的商業藝術雜誌的發行不如臺灣自由，為因應大環境的制約，大陸的媒體的形態也有自身的適應方式。

《芭莎藝術》於 2011 年 1 月創刊，是大陸少數由私人企業發行的商業藝術雜誌，2016 年宣布停刊，最終轉手國營事業中國商務出版社有限公司，並於 2018 年復刊以網路型態為主。同樣也以商業取向的《新視線》藝術雜誌 2002 年於上海創刊，經歷實體雜誌的衰落，2016 年停刊；2008 年左右，臺灣的《典藏》藝術雜誌曾經在上海開拓業務，依然是受到大陸市場接受度的考驗，短短幾年即結束業務。若以發行實體雜誌受到諸多政府的監管和限制比較，中國境內的網路藝術媒體的廣告化營運審查較為寬鬆，趁著大陸當代藝術中介規模擴張，大批的網路藝術媒體應經銷體系的需求蓬勃。⁸

8 較有全國性規模的網路藝術媒體諸如，庫藝術官網、VART 藝術頭條、雅昌藝術網、牆藝術、藝術眼、藝術中國、翰墨千秋等，其他各地方的網路藝術媒體也積極參與本地的藝術交易、活動則不勝枚舉。近年來還有網路直播平台，庫藝術直播、藝次元 APP 等。

即使近年來網路媒體在中國大陸十分地活躍，商業藝術雜誌也確實是隨著市場的熱度興起。但從藝評的傳統脈絡上看，藝術類雜誌的主流仍然是以體制內發行的期刊，並且幾乎是達到無可動搖的地步。究其原因，這些期刊雜誌才是大陸藝評主流力量發表的重要載體。（參見表 2）由官方機構發行的藝術雜誌是大陸「計畫經濟」時代的產物，任何的刊物均由官方機構經營，並有體制內認定的學術機構為言論背書方得以公開發表；另一方面，在這些雜誌上發表文章也是評論者在體制內的一項有效業績證明。2000 年之後大陸「改革開放」政策較全面鋪展，多數有大學教職背景（理論或創作皆然）的藝評人在官方發行的藝術雜誌發表文章依然是主流方向，不同計畫經濟時代的是，這些雜誌的發行需要自負盈虧時，它們以出售版面的方式增加收入。⁹創作者或畫廊業者可以透過雇傭藝評寫手購買版面來行銷展覽或者藝術活動；雜誌社也向創作者收費配以圖文出售版面。

由於體制內雜誌的經營方式改變，大陸的藝評人角色逐漸複雜多元，也因為體制內核准的雜誌有諸多限制，間接給予網路藝術媒體的發展條件。此即為何大陸藝評在當代藝術的評判議論，總是網路的聲量數十倍於平面媒體，換句話說，藝評人更願意在網路發表演論，是可以避開平面雜誌的種種審查限制，更以站在體制外自居發起對體制的攻擊；當代藝術圈各種身分背景的人發表議論時，也成為守門人或消費代理人。

對藝術的單一事件與即時發生的狀況給予褒貶的評價，這個藝術批評的通則更適合網路的即時性和靈活性，也使得「藝評人」不再是必要的頭銜，更重要的是對事件的即時反應內容是否能吸引人點閱及回應。然各種跡象顯示大陸的當代藝術批評現實目的太強，學術依附在經銷體系內，卻失去可以客觀中立的獨立空間。大陸的當代藝術批評不外乎兩個目的，其一，為一個當代藝術理想的信奉群體代言，反對受到體制內

9 根據 1949 年通過的《中國人民政治協商會議共同綱領》，凡屬有關國家經濟命脈和足以操縱國民生計的事業，均應由國家統一經營。凡有利於國計民生的私營經濟事業，人民政府應鼓勵其經營的積極性，並扶助其發展。應鼓勵私人資本向國家資本主義方向發展。1993 年，中共中央召開十四屆三中全會，通過《關於建立社會主義市場經濟體制若干問題的決定》，為中國的經濟體制改革制定了總體規劃和行動綱領。資料來源：〈社會主義市場經濟〉，《通識·現代中國》，網址：<https://ls.chiculture.org.hk/tc/idea-aspect/192>。

的收編；其二，為一個無法成為商品化過程中的受益者群體代言，反對藝術商業化的全面鋪展。如同站在棋盤兩端，這兩種群體的對面恰巧站著兩組人馬，一組是代表體制發言的當代藝術領軍人物；另一組是在當代藝術市場上獲利甚豐的既得利益者。當然，兩組人馬也有左右逢源的重量級超級代表，反之，對面的那兩組群體也有在當代藝術的好處全沾不上邊的衛道人士。¹⁰

表 2：大陸藝術評論相關專業雜誌略表

名稱	創刊時間	發行單位	出版地
美術	1950	中國美術家協會	北京
美術研究	1956	中央美術學院	北京
美術界	1972	廣西文學藝術聯合會	南寧市
畫刊	1974	江蘇省美術出版社	南京
中國油畫	1976	天津人民美術出版社	天津
國畫家	1979	天津人民美術出版社	天津
世界美術	1979	中央美術學院	北京
藝術工作	1980	魯迅美術學院	瀋陽
美術觀察	1981	中國藝術研究院	北京
美術之友	1982	中國美術出版社	北京
藝術百家 雙月刊	1985	江蘇省文化藝術研究院	南京
中國藝術	1985	中國美術出版社總社	北京
美術導向	1986	中國美術出版社總社	北京
上海藝術評論	1987	上海藝術研究所	上海
藝術廣角	1987	遼寧省文學藝術界聯合會	瀋陽
美術大觀	1988	遼寧美術出版社	瀋陽
中國畫畫刊 季刊	1996	浙江花鳥畫家協會	杭州
榮寶齋	1999	榮寶齋（隸屬中國出版集團公司）	北京
美與時代	2002	河南省美學學會；鄭州大學美學研究所	鄭州
藝術市場	2002	中國文化傳媒集團	北京
藝術評論	2003	中國藝術研究院	北京
中國美術 輯刊	2005	新華出版社	北京
藝苑	2005	福建藝術職業學院	福州
美術論壇	2007	黑龍江美術出版社	北京
當代藝術與投資	2007	內蒙古日報社	北京
中華書畫家	2009	中央文史研究館	北京
公共藝術 雙月刊	2009	上海書畫社有限公司	上海
藝術品鑒 旬刊	2011	陝西出版傳媒集團	西安

胡懿勳製表，2022。

10 胡懿勳，〈中國大陸藝術批評的兩反現象〉，頁 59。

三、藝術批評的反對與迴避

大陸藝術界對當代藝術的關心達到普及化的程度相當高，從大學的學者、美術館研究人員到藝術市場從業人員、網路的部落客、創作者、買不起藝術品的愛好者、自詡是當代藝術的策展人等等，普及面之廣闊、參與人數之多，在網路的推波助瀾之下，熱烈討論的話題隨處可見。所有的矛頭都指向了當代藝術的範圍，藝術批評內容跨越作品風格轉向藝術事件所反映的背後更複雜的議題。在迥然不同的政體和本土藝術生態差異之下，兩岸在當代藝術批評的內容方面各有側重之處，我們從藝評面對藝術事件的處理態度上也可察覺其中異同。

（一）反體制與遵循體制

2009 年 11 月 13 日，中國藝術研究院附屬的「中國當代藝術院」正式掛牌成立。成立的典禮儀式在北京中國藝術研究院舉行。來自中宣部、文化部、中國文藝聯合會等中央各部委的領導以及美術界、文藝界的專家學者、當代藝術各個不同領域的藝術家們會聚一堂，參加中國當代藝術院的成立典禮儀式。¹¹ 中國當代藝術院是 1949 年以來首次成立的專門研究當代藝術的學術創作機構，隸屬於大陸唯一的國家級綜合性藝術科研機構——中國藝術研究院。首批獲聘的 22 位藝術家聘書上印的頭銜則是「院士」，充分顯示對大陸當代藝術的收編態度；22 位都是大陸藝術市場最具代表性和影響力的創作者。院長由羅中立擔任，另外獲聘的還有當時在任的中國美術學院院長許江、魯迅美術學院院長韋爾申、中央美術學院副院長徐冰，以及周春芽、蔡國強、方力鈞、王廣義、岳敏君、張曉剛、邱志杰、汪建偉等人。

大陸的記者採訪過院士之後的報導這樣寫著：「在人才輩出的中國藝術界，卻沒有像英國皇家藝術院或者法蘭西藝術院那樣的機構給傑出藝術家以院士稱號……日前，畫家葉永青表示，這一空白將很快被填

11 中國藝術研究院是中華人民共和國文化部直屬的國家級藝術科研機構，具有國務院首批公佈的授予博士、碩士學位資格的單位。2010 年之後，在大陸的網路已經沒有與中國當代藝術院相關的公開消息。

補。」¹² 當年，在大陸各個藝術類網站上可以查閱超過十萬筆的討論，更多的批評聲浪和文字此起彼落。程美信在他的部落格發表的《中國當代藝術「彎曲的緯度」——兼評「建構之維」院士畫展》說道：「中國當代藝術研究院士們的『建構之維』藝術邀請展，展出作品幾乎毫無新意，如同麥當勞套餐一樣尋常乏味。特別是三大美術學院的院長作品，像三十年裡不曾擺動過的老爺鐘。相比之下，昔日反權威、反主流、反體制的草莽英雄，顯得極為難堪，他們與朝廷官員一起似乎矮了一截，……；江湖上則是罵聲一片，當年被官府攆來逐去，落草京郊荒野，如今歸順卻那般彎曲的緯度，實在辱沒了前衛藝術家的反叛個性。」¹³ 關鍵就是院士名單和市場的熱門人物完全重疊，自詡在野的江湖人士當然對這批過去在江湖，現在靠官方兩邊都想撈到好處的院士採取圍剿的態度。

中國當代藝術院成立的隔年，台灣美術院在臺師大美術系幾位資深教授的號召之下成立，巧合得是他們也自稱為「院士」。2010年5月，由院士王秀雄、廖修平、江明賢、鐘有輝、林磐聳和企業家廖修謙等擔任董事會董事，共同籌款向臺北市政府文化局申請籌組「財團法人台灣美術院文化藝術基金會」，正式登記為合法之民間美術研究機構。¹⁴ 台灣美術院的成立時隸屬由廖修平擔任董事長的巴黎文化基金會，如同臺灣各種民間團體旺盛的日常活動之一，即便成員都冠以「院士」封號，卻也波瀾不驚地未引起社會過多的騷動。隨後幾年所舉辦的國內外展覽也如日常行禮如儀地簡單報導消息，未引起太多媒體的議論。

2020年1月4日「台灣美術院10週年慶院士大展」在國父紀念館舉行，廖新田為文評論：「藝術前輩們的成就有目共睹，組成美術院之

12 羅中立，〈明天起22位藝術家可以叫院士〉，《藝術頭條》，2009.11.12，網址：<https://m-news.artron.net/news/20211226/n89882.html>。葉永青在2019年一次抄襲事件在國際間引起軒然大波，目前銷聲匿跡。

13 〈中國當代藝術「彎曲的緯度」——兼評「建構之維」院士畫展〉轉引自《鳳凰網時尚》，2010.8.30，網址：https://fashion.ifeng.com/art/comments/detail_2010_08/30/2357246_0.shtml。

14 鐘有輝，〈台灣美術院十年記事〉：「董事會推舉王秀雄為董事長，鐘有輝為基金會執行長。董事會並禮聘陳奇祿、王秀雄兩位為台灣美術院名譽院長，廖修平為院長，江明賢為副院長，鐘有輝為執行長。此後台灣美術院便隸屬於此財團法人台灣美術院文化藝術基金會。」《非池中藝術網》，網址：<https://artemperor.tw/tidbits/9518>。廖修謙在家族中排行第八，廖修平則排行第四，這個基金會應是由福華飯店的廖氏家族募資成立。

目的在於持續與國內外社會進行藝術對話，轉眼之間，已有十載光陰。不過，還是有不少人認為，以台灣美術院自居，未被公正單位授權，正當性稍嫌不足。成員頭銜為『院士』，似乎和研究機構的院士選拔之嚴謹性相比，還是有討論空間。廖修平表示，台灣美術院乃參照日本美術院的概念而來，希望以團體的方式來強化藝術的推廣與交流。」¹⁵

廖新田略帶保留溫和式的言詞是臺灣目前典型的藝評書寫方式，點出有爭議的問題，卻不發表自己對此議題的意見，似乎給讀者留下更多的思考空間。可惜的是，很少有回應的文章在媒體上此起彼落侃侃而論，也就無法成為公共議題引起社會或官方迴響。¹⁶ 從台灣美術院官方發表的言論裡，不難看到是以遵循體制的思維與態度推動院務，與大陸的院士相比，台灣美術院純粹是民間團體的自封活動，既不涉及官方體制變動也未有明顯圖利情事，更不會影響成員在藝術市場的行情波動。也由此反映，為何大陸的當代藝術參與者對由體制支撐的中國當代藝術院成立產生強烈反感。

（二）面對商業化的情結反應

在2010年前後，以北京為首的當代藝術圈子裡興起一陣討伐風，大致的模式是這樣：由知名策展人舉辦的一個當代藝術展開幕的那一刻起，隨即冷不防地在大陸幾個重要的藝術入口網站的論壇或專欄出現各種褒貶不一批評的互動言論。撻伐與捍衛的文章往來頻繁，夾雜著北京腔調的口語式文章裡也都能說理有序，每篇網頁文章還有或多或少的讀者各抒己見的評論（大陸的網路用語稱為「回帖」）。討伐的文章都有針對性、有目標、有對象，各自有擁護的讀者；雖有兩軍對壘的態勢，但是文章的內容更像街頭的幫派叫囂。在北京當代藝術圈子裡的人，若不會參與過打一場筆戰，似乎有即將默默無聞終老的命運般，這是北京當代藝術圈以大陸的整個當代藝術當作戰場，偶爾，廣州、上海、重慶的鬥士參

15 轉引自廖新田，〈台灣美術院十年續磨劍〉，《非池中藝術網》，網址：<https://artemperor.tw/tidbits/9518>。

16 臺灣的社交網站有類似專門批判藝術圈各種現象的社群網頁，例如，臉書（face book）的「靠北藝術」。由於內容多是簡短發言、情緒性、臆測、匿名等因素，較難在學術層面加以分析，故本文不擬將此狀況列入臺灣藝評現象評論之。

戰，這些帳還是算在北京的頭上。¹⁷

在北京頗具知名度的評論者程美信撰寫〈批評家與狂人辯詞——評王林呂澎的筆墨官司〉一文即是根據「改造歷史 2000—2009 年的中國新藝術」引發的網路論戰所作的裁判式評論。¹⁸ 根據此間具官方色彩的媒體《新週刊》的報導：有 291 位藝術家，1000 餘件作品，耗資 1800 萬元，「改造歷史 2000—2009 年的中國新藝術」展從醞釀到展出，都讓藝術圈興奮、爭議不斷。實際上，主辦者已聲明展覽本就帶有銷售目的，參與提名的青年批評家每人得到 5000 元（人民幣）論文稿費，而展覽銷售作品的收入，與青年批評家無關。

廖上飛在〈市場的蕭條同藝術家、批評家的崛起〉一文中針對創作者、評論者相互的裙帶關係做出分析：「一些商業機構為何會對青年藝術家、批評家的藝術工作表現出極大的興趣？原因不外乎此，青年藝術家的作品具有極大的增值空間，商業機構發掘優秀青年藝術家的作品必須依賴青年批評家，商業機構（拍賣行、商業—營利性畫廊等）、青年藝術家、青年批評家由此形成了（利益）裙帶關係。然而，無論是青年藝術家、新銳藝術家、美術新勢力等的界定，還是青年批評家、新銳批評家、第四代批評家等的界定都是極其荒謬的噱頭。」¹⁹

臺灣藝評在面對商業（品）化現象並非如同大陸從對抗體制層面進行突破，而是試圖讓藝術社會化與商品化兩條途徑涇渭分明。我們鮮少在專業媒體上看到對臺灣當代藝術種種現象，採取挖瘡疤、掀醜聞式的惡鬥文章，即使是批判意味強烈的文字也難得出現。試圖應用某種方法論或理論架構藝評的深邃探討藝術創作的內涵，這類文章出現在官方期刊、研討會等場合比比皆是，作者努力地展現保持中立客觀態度，使得

17 胡懿勳，〈中國大陸藝術批評的兩反現象〉，頁 60。

18 「改造歷史 2000—2009 年的中國新藝術」藝術展在北京國家會議中心、今日美術館和阿拉里奧北京藝術空間舉行。展覽由藝術史家呂澎、詩人和策展人朱朱、臺灣學者高千惠共同策劃，展覽分「主題展」及與之有歷史上下文聯繫的「特別文獻展」和「中國青年新藝術邀請展」三個部分。其中，「中國青年新藝術邀請展」在今日美術館和阿拉里奧北京藝術空間展出。「主題展」與「文獻展」則在主場館國家會議中心拉開帷幕。《鳳凰網》，2010.4.19，網址：https://fashion.ifeng.com/news/detail_2010_04/19/532790_0.shtml。

19 廖上飛，〈市場的蕭條同藝術家、批評家的崛起〉，《中國財富網》，2020.1.7，網址：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1655063117639126005&wfr=spider&for=pc>。

這類藝術社會化的守門人文章，在初始階段與市場保持相當的距離。商業雜誌或網路媒體的藝評兼顧消費代理人的任務自是不言可喻，以營利為目的的商業媒體，既不願得罪官家，也要避免批評花錢買版面的商家，使得批判性較強的評論只能在網路社交平台抒發情緒。臺灣的當代藝術批評的社會化狀態多數與非主流的展覽空間有關，有些藝評配合商業空間推動實驗性強的藝術創作，其藝術商品化的作用較低。總體上，體制內機構、商業空間，或主流、非主流可謂是一片祥和氣氛。

林林總總對當代藝術的批評論述是否對藝術消費者認識當代藝術有所助益呢？看起來是沒有太大的知識性幫助，卻給予更多的情緒鼓舞，讓消費者得到當代藝術靠向商業是種罪惡，不公不義的藝術商品化造成當代藝術的本質性損害，這樣的激情式結論也過於絕對的讓藝術商品化蒙上妖魔似的外衣。然而，我們將繼續追問，那些標榜非營利的藝術社會化舉措又是甚麼情況呢？

四、兩岸官展的市場與學術

2009 年兩岸官方美術館首度合作舉辦當代藝術巡展，加上兩岸各自吵鬧不歇的 53 屆威尼斯雙年展，時間上重疊、議題上重覆，以及創作者雷同，如果分析幾種藝術活動包含的因素和內在意義，可以知道當前兩岸當代藝術生態的些許實質差異，同時，對於紛擾的現象也能梳理稍有秩序的脈絡。

（一）各自表述還是共同講述

2009 年兩岸藝術文化交流熱絡，兩岸故宮破冰合作「雍正大展」六十年來首度合作。5 月 23 日國立臺灣美術館與北京中國美術館共同合作的「講·述——2009 海峽兩岸當代藝術展」，先在國美館展出，7 月 23 日則移至北京中國美術館展出。這個展覽以 1940-1970 年出生的兩岸藝術家為選擇對象，展現兩岸藝術加不同的藝術思維。緊接著 12 月 14 日由台北當代藝術館所策劃的「台灣藝術新世代」在上海美術館舉行，對應當時上美副館長張晴曾策劃的「果凍時代」於台北當代館舉行的交流展。此外，4 月方力鈞在北美館的個展由於有商業畫廊介入受到臺灣輿論頗多議論。

國立臺灣美術館、中國美術館以館際共同研擬主題、共同策劃方式，推出「講·述——2009海峽兩岸當代藝術展」，挑選兩岸58位當代的創作者，舉行一場頗具學術意涵的展覽。新聞稿表示以此展覽「呈現兩岸的多元文化」；「講·述」主要探討兩岸當代藝術在敘事面向的多元展現與特殊質地，規劃出「歷史與記憶」、「現實與反思」、「內溯與外延」等三大主題，雙方再各自挑選具代表性的藝術家及其作品。臺灣與大陸各29名藝術家，共58件組作品參展；創作者出生世代自上世紀30年代至80年代，作品涵蓋平面繪畫、雕塑、空間裝置、攝影、動態影像等不同的媒材。（參見表3）

可能讓觀眾最納悶和困惑的是在兩岸當代藝術生態與論述的內容大相逕庭之下（即所謂的兩岸多元文化），如何可以各自分類地納入三個主題當中？三個主題同時可以說明兩岸的當代藝術的樣態嗎？從參展作者的結構上看，臺灣老將多，大陸年輕化；臺灣創作者以官方展覽資歷多，大陸創作者與藝術市場較緊密。這裡所顯示的端倪可以這樣理解，臺灣的當代藝術創作者多數從官方美術館取得專業創作的資歷，其後轉戰商業畫廊，有相當初級市場資歷之後，出現在拍賣會的競標場上；此次參展的廖修平、董振平、郭振昌、盧明德、袁旃均屬這類的老將。

許多大陸的創作者沒有經歷官方具有學術背書的展覽資歷，即在當代藝術拍賣聲中竄起，對於當代藝術的學術性論述和寬闊的論證思辨十分陌生，他們的作品與身影普遍出現在大陸的拍賣會、畫廊甚至網路拍賣，卻讓許多藝術消費者弄不清楚，這些創作者究竟是屬於市場約定俗成的「當代藝術」還是「油畫」的類別。在大陸的藝術市場語境中，即使如何多苓、喻紅、冷軍從事油畫創作的當代創作者，在市場分類中未必能劃入「當代藝術」的範疇，在當代藝術的旁邊緊貼著「油畫」這個怪異的鄰居。

就創作者背景的不完全統計，大陸參展的創作者超過八成具有網路、實體等不同形式的拍賣與銷售作品紀錄與行情，臺灣參展作者則全數都有在官方與商業畫廊展出的紀錄，有市場成交紀錄的未及七成。這些數字未必能表示是策展單位的基本選人條件，但是，表示兩岸即使基於以「學術」論述為名的官方展覽，依然在不同生態環境之下，選出貼

近市場或者保持距離的結果。我們可以還從兩岸策劃第53屆威尼斯雙年展的選人與選件中，再度看到這樣的現象。

表3：「講·述——2009海峽兩岸當代藝術展」參展作者名單

臺灣創作者	大陸創作者
王俊傑*、郭振昌*、董振平*	羅中立*、喻紅*、邱黯雄*
廖修平*、盧明德*、吳天章*	李天元*、姜健*、徐曉燕*
洪易*、吳鼎武*、瓦歷斯*	楊少斌*、馬堡中*、何唯娜*
范揚宗*、袁旃*、張乃文*	陶艾民*、楊劍平*、崔岫聞*
莊凱宇*、洪天宇*、郭維國*	海波*、呂山川*、武明中*
陳擎耀*、游本寬*、趙世琛*	周滔*、劉曼文*、詩迪*
蔡志榮*、劉柏村*、梁莉苓*	閔博*、于靜洋*、劉韜*
邱建仁*、楊紅國*、陳敬元*	王之博*、時硯亮*、董媛*
周育正*、許淑真*、盧建銘*	孫遜*、劉鳴*、裘世明*
徐洵蔚*、朱芳毅*、邱昭財*	

說明：左欄創作者加*表示曾參加官方展覽；右欄創作者加*表示具有市場交易紀錄。

胡懿勳製表，2010。

（二）學術之下的市場性

臺北市立美術館「第53屆威尼斯雙年展臺灣館」6月7日到11月22日在義大利威尼斯的普里奇歐尼官邸舉行，以「外交」為展覽主軸，由謝英俊、陳界仁、張乾琦、余政達等四位作者的作品參展，探討全球化下，政治、經濟、社會的運作邏輯，跨地區與跨領域的藝術實踐狀況，以及另一種溝通互動的可能性。（參見表4）

表4：第53屆威尼斯雙年展臺灣館參展作品簡表

作者	主題	形式	媒體簡介
謝英俊	互為主體，怎麼辦	影像	川震與邵族社區兩個主題。突破在地侷限，將建築化為行動，以身體力行的直接行動回應其他地區，實踐「外交」。
陳界仁	帝國邊界—1	影片	討論帝國如何藉由細膩的治理技術，將帝國意識植入其他區域。
張乾琦	中國城系列	黑白與彩色攝影影像	記錄中國福州偷渡到紐約唐人街的非移民，讓移民者與家人於影像再現中，在不對稱的全球化現象與移動中人們不確定的未來。
余政達	附身「聲」者：梁美蘭與艾蜜莉蘇	記錄影像	透過觸及外籍工作者背後的文化認同機制，受訪者的身體變為微型外交場域，具體而微展現全球化下混合性文化的建構。

胡懿勳製表，2010。

威尼斯雙年展發展的態勢兩岸確實大不相同，大陸派出「國家隊」參展幾乎卯盡全力推銷中國當代藝術最受國際歡迎的創作者，從策展人到選擇參展創作者造成大陸輿論爭議（甚至撻伐）的背景，絲絲縷縷都和當代藝術的市場因素脫離不了干係。大陸當代藝術一直處於模糊渾沌的狀態，即便事過境遷十多年之後，「中國當代藝術為何要以西方品味與形式為標準」這樣充滿民族意識的公共議題上，任何人都很容易發現，當年幾個參展作者幾乎囊括當代藝術市場的翹楚。於是，輿論的批評針對這種學術和市場不分，以市場帶領學術的聲浪從未間斷過。

53 屆雙年展在上海召開的記者會時，記者當場提出葉放列入當代藝術，十分奇怪尷尬的作者和把「園林模型」當成作品出現在參展名單，讓策展人無言以對這犀利也凸顯選人、選件弔詭的問題。問題是，幾乎找不到一個具有客觀基礎的標準去說服輿論，相信這份名單具有普遍的學術性，所以，「宣揚國威和民族意識」成為最後的低限，無論是「給馬可波羅的禮物」或「知微見著」只能以這個足以讓媒體當作是正面意義的宣傳口號，結束記者會上眾人的疑問。²⁰

從兩岸威尼斯雙年展的主題以及作品的內容比較，可以看出大陸的「給馬可波羅的禮物」，是以「禮物」為主，「馬可波羅」可以理解成「義大利」（或當代歐洲）的代名詞，所以，客人為主人挑選的禮物，自然種類、樣貌都沒有拘束；作者對主題的認知也分散得厲害（參見表 5）。相較之下，臺灣參加威尼斯雙年展的「外交」更加整齊一致地集中在展覽主題之下訂製作品。無論臺北藝術圈子怎麼爭論，除了陳界仁之外，其他三位參展者與藝術市場頗有距離，輿論自然也無從找到爭論的口實；這是源於臺灣在長時間發展當代藝術的結果。

20 胡懿勳，〈市場和學術的共生——從拍賣與雙年展看兩岸當代藝術的差異〉，頁 19。

表 5：第 53 屆威尼斯雙年展中國館「給馬可波羅的禮物」參展作者

作者	主題	形式	媒體簡介
張曉剛	馬可波羅遊記	複合媒材	試圖撩開歷史和各種版本解讀的面紗與歷史對話，以尋找今天與過去之間的聯繫。書寫和圖像來自對歷史的閱讀和象徵性陳述。他借用那個被翻譯與詮釋了無數次的「遊記」內容試圖讓自己成為馬可波羅試圖與歷史對話。
周春芽	綠狗系列	雕塑、油畫	通過西方的材料以及材料所體現的文化象徵將人們熟悉的動物畫得那樣富於表現性和充滿生命。
何多苓	人體	油畫	兩幅人體油畫，表達了他對園林氣質的理解：既是陰柔的女性，又帶有隱私的色彩，還在暗示一種頹敗與感傷。
王廣義	圓明園	裝置	12 幅郎世寧的圓明園設計圖放在類似廢墟的空間裏試圖通過營造一個象徵性的歷史現場讓馬可波羅的後人理解歷史與文化的複雜。
方力鈞	縮影人生	雕塑	美好的可能性似乎呈現在畫框裏，可是美好的東西也許就像畫中的煙雲般的不確定，生命力倒有些像那些細菌與昆蟲，他們恆定地存在著。
岳敏君	迷宮	水墨	岳敏君說「藝術家在傳統藝術創作中的迷惘和探索，他們似乎迷失在自己營造的迷宮空間中，由一個迷宮進入另一個迷宮，陷入囚徒般的困境，永遠走不出來」。
張培力	聖馬可廣場	裝置	充氣裝置融入世界各地模仿的圖像，給馬可波羅提供一個有趣的景觀。這同樣是一個交流的物證，卻是一個問題重重、讓人難堪的範例。
吳山專	買就是創造	影像裝置	他將 TO BUY IS TO CREATE 高高架在威尼斯國際大學校園的牆上，試圖告知馬可波羅先生，威尼斯商人的歷史足跡給中國人留下深刻的印象，現在，「商」已經成為全球的共識。
托斯朵蒂爾		影像裝置	Inga Svala Thorsdottir 冰島女性藝術家，與吳山專合作作品放置在威尼斯 San Servolo 島。與中國館展覽所在位置不同。
葉放	庭園	模型	設計製作蘇州園林「達園」模型擺放在展場正中的展示臺上，牆上則懸掛著葉放繪製的「達園」鳥瞰圖及「達園」局部表現圖。

胡懿勳製表，2022。

1990年代，臺北的當代藝術氣氛在官辦展覽有限的情況之下，已經形成結合商業畫廊，或傾向走社會化非主流線路兩種脈絡，後者以「台北畫派」為最成功操作典範，楊茂林、吳天章、陸先銘、連建興等一輩以非主流創作自居，結合藝評積極提出論述為主線發展，他們與市場保持若即若離的關係。早期臺北的替代空間（alternative space）如，SOCA 現代藝術工作室、伊通公園、二號公寓、是以非主流自居的創作者發表作品的場域，比之於商業畫廊以銷售為目的的運作模式更加自由隨興，也由此更多樣態的視覺表現形式紛紛出現。

與由北美館為主導的威尼斯雙年展臺灣館比較，53屆威尼斯雙年展中國國家館的展覽由盧昊和趙力聯合策展。²¹以「見微知著」的主題，由7位大陸創作者參加國家館展覽，分別是方力鈞、何晉渭、何森、劉鼎、邱志杰、曾梵志和曾浩。若說方力鈞、邱志杰、曾梵志、張曉剛、周春芽、王廣義等人，在中國當代藝術市場名列前茅絕不誇張。²²大陸一般的媒體在經過官方說法的解釋之後，多數能接受這樣的安排，最無法擺平的當屬藝術類入口網站的當代藝術論壇上的各路英雄好漢，多是創作者、評論者、藝術教師和研究所以上的學生所組成的網路大軍，在正負面評價的失衡比例和抨擊內容觀察，恰好說明當前大陸藝術市場以拍賣行情馬首是瞻的後遺症，拍賣價格掛帥製造的明星受到藝評界強烈質疑。

大陸的威尼斯雙年展集合產、官、學三方力量推動本土創作者走向國際舞台，而這些創作者在國際當代藝術市場的舞台已經取得豐碩的成果，也算是達到推銷「中國當代藝術」的品牌效應，可謂是雙贏策略的安排。對臺灣而言，臺灣的當代藝術創作者受到過去積累的模式影響，比大陸創作者多兩道門檻，首先是接受官方展覽掌握的學術檢證，於此同時，還需要在初級市場為自己尋求專業定位。其後，或許受到拍賣會青睞，也可能在官展的主流學術場域中取得一席之地，登堂入室進入名利雙收的殿堂。然而，在54屆之後的威尼斯雙年展，臺灣館的策畫一次

21 《新周刊》報導：2009年第53屆威尼斯雙年展中國館策展人定為藝術家盧昊時，朱其馬上撰文質疑：「為何選一個二流藝術家當中國館的策展人？」朱其認為藝術批評家和策展人是需要長期學術訓練和實踐才造就的。〈策展人：藝術圈最後消失的職業〉，《新周刊》3期（2010），網址：<https://www.newweekly.com.cn/article/shp2039821948>。

22 2009年 Artprice 網站公布的全球當代藝術家拍賣價格500強名單，曾梵志名列世界第6、張曉剛名列第7、周春芽名列17。

比一次弱化本土的創作樣貌，挑選具有國際背景的作者代表臺灣，許是希望藉他們之名在歐洲提高能見度吧。（參見表6）

表6：第54-58屆威尼斯雙年展臺灣館參展作品簡表

屆別 / 年	作者	主題	形式
54/2011	王虹凱、蘇育賢、張鐵志、羅悅全、劉國滄、王福瑞、林其蔚、DJ@llen	聽見，以及那些未被聽見的——台灣社會聲音圖景	音象裝置、表演
55/2013	白伯恩 (Bernd Behr)、許家維、凱特里娜·色達十巴帖左·米齊陸 (Katerina Šedá + BATEŽO MIKILU)	這不是一座台灣館	影像、裝置、短篇小說
56/2015	吳天章	別說再見	錄像、雷射輸出
57/2017	謝德慶	做時間	行為表演、紀錄片
58/2019	鄭淑麗	3x3x6	影片、裝置

資料來源：臺北市立美術館。

（三）被侷限的光環

相較臺灣官方對海外展覽的規劃，2016年，五月畫會與東方畫會成立一甲子。2015年開始，國內的公立美術館舉辦畫會紀念相關活動較少，反倒是海內外畫廊、私人美術館較積極地接連舉辦與畫會成員相關的展覽。這種反應大致與五月、東方兩個畫會在臺灣美術歷程的變遷軌跡相吻合；畫會的影響作用逐步削弱，個人的光環勝過畫會的團體能量。五月、東方在二十世紀中期之後獲得臺灣美術史評論者的歷史定位與肯定之餘，二十一世紀則是明星成員在市場的累積收穫，與尋求本土以外更多的機遇。2015年、2016年5月，臺北長流美術館連續兩年舉辦臺灣五月畫會59週年與60週年紀念聯展，共計有畫會50位成員參展，兩屆都缺劉國松、李芳枝、郭豫倫等創始會員。巧妙的是，2016年4月23日劉國松在上海市中華藝術宮舉辦個人的回顧展，共展出60件作品，似乎有呼應五月畫會的60週年紀念的意味。

從第一屆「五月畫展」於1957年5月10日中山堂舉行，1960年代後，五月畫會的創始成員大多出國留學、旅居海外，原先團體展出的方式逐漸變為成員的個展。經歷六十五年之後，五月畫會在臺灣現代美術史的地位與價值大致都已經完善；這個繪畫團體對臺灣現代美術進程的貢獻也定格

在 1980 年代左右的臺灣現代美術史研究論述，畫會名號的延續則轉化為如劉國松、陳景容、郭東榮等人的個人表現；東方畫會的幾位創始成員亦然如是。換句話說，五月、東方畫會的論述與評價，出現在各種臺灣現代美術史相關出版物或學術期刊的書寫成果，最終也做為五月、東方畫會等明星會員的藝術背景資訊，提供日後藝術交易價格的重要參考。

我們在網路上可以輕易查閱關於上述提及的畫會創始成員的拍賣行情紀錄，在他們成交拍賣品或作者的網頁所見到的附帶說明，幾乎都是與曾經出版的圖錄、期刊文章十分雷同的敘述文字。一方面，圖錄等出版物提供拍品最佳的論述背書，另一方面，也為作者提供具有學術認證的痕跡。除了五月、東方畫會之外，對臺灣現代美術進程有貢獻的臺灣日治時期留學的前輩畫家，本土藝評、美術史研究均給予高度評價及美術史定位。然而，本土研究的豐碩成果，對這些貢獻厥偉的畫家們在藝術商品化的結果，也如同五月、東方畫會成員的景況。

我們繼續觀察 2016 年的臺灣畫家在亞洲拍賣會的結果，可以發現前輩畫家、五月畫會成員，只有陳澄波、劉國松兩位在亞洲佔前兩名，加上朱銘的雕塑與席德進的繪畫，大致表示臺灣 1930 到 1970 年代的美術代表。（參見表 7）前輩畫家廖繼春雖未進入亞洲前十排名，其作品在兩岸的拍賣會仍是搶手標的物，是少數能在海外拍賣取得成績的前輩畫家。與五月、東方畫會同世代的林壽宇，多數時間在海外發展較少參與臺灣本土現代藝術進程，也是在藝術論述的推波助瀾之下在亞洲地區締造銷售成績；高雄市立美術館於 2010 年及 2015 年為其舉辦個展，作品能見度提高，市場也開始有所回應。²³ 雅昌藝術網的市場監測中心與 Artprice 網站聯合發布的《2016 年度藝術市場報告》中「2016 年全球 500 強藝術家」統計的年度總成交額前 500 強的藝術家名單中，華人在世的畫家有 26 位上榜，臺灣有朱銘、劉國松、劉墉三位上榜，陳澄波與席德進掉出

23 2016 年景薰樓春拍的廖繼春《雲海》，以 1320 萬新臺幣成交，名列年度第 16 名；佳士得香港秋拍夜場的《窗外風景》，以 318 萬港元成交，為年度第 17 名。2013 年 6 月羅芙奧臺北策畫「席德進藝術專拍——摯友的三十年珍藏」專場，成交率 100%，其中《自畫像》成交價 2280 萬元新臺幣，刷新席德進個人最高拍賣紀錄，為該年臺灣排行第 5 名。從 Artprice 提供的數據可知，2015 年林壽宇的年度總成交金額大幅升高，2016 年 11 月，《1961-68 浮雕繪畫》在香港邦瀚斯拍賣會以 354 萬港元成交，創他自身最高價拍賣紀錄，也是臺灣年度總排行第 13 名。

榜單之外。²⁴

原本，對創作者的論述和學術研究深入透徹，對他們作品的公私收藏應有直接的助益；對作者的學術研究是經銷體系必不可少的關鍵指引。然而，我們很納悶學術研究出版品，及公私展覽成果非常豐碩的臺灣前輩畫家們，在國際藝術市場表現不如預期。由此，可見藝術書寫、評論在經銷體系中仍然有地緣環境的限制。

表 7：2016 年臺灣藝術家在亞洲拍賣會排行前 10 名作品列表

排名	作者	名稱 / 數量	拍賣公司	成交價
1	陳澄波	西湖寶石山保俶塔之風景	羅芙奧	NT 49,600,000
2	劉國松	風雪之舞	北京匡時	RMB 10,005,000
3	朱 銘	太極系列	佳士得香港	HK 9,880,000
4	朱 銘	太極系列：單鞭下勢	佳士得香港	HK 9,880,000
5	陳澄波	嘉義公園——神社前步道	景薰樓	NT 28,800,000
6	劉國松	宇宙即我心之四（四聯）	香港蘇富比	HK 6,680,000
7	朱 銘	太極對招	香港蘇富比	HK 5,840,000
8	席德進	少女	香港蘇富比	HK 5,480,000
9	朱 銘	太極系列：單鞭下勢	香港蘇富比	HK 5,360,000
10	劉國松	升起的上弦月	香港蘇富比	HK 4,880,000

資料來源：《典藏拍賣大典》，2017。

五、結論

塩田千春於 2015 年代表日本參加威尼斯雙年展，同年巴黎的路易威登基金會（Foundation Louis Vuitton）以「Le Fil Rouge」（紅線）為題為其舉辦個展，在國際舞台受到加乘效果的矚目。比香港佳士得拍賣會晚了五年，臺北羅芙奧拍賣公司在 2020 年引進她的拍品，緊接著隔年臺北市立美術館隨即舉辦塩田的大型個展。2021 年 05 月 1 日至 10 月 17 日北美館舉辦「塩田千春：顫動的靈魂」個展，無疑撿了已經頗具國際知名度的便宜。²⁵ 同年，羅芙奧春秋兩季拍賣會共 11 件作品參拍，中誠國際春秋兩季拍賣也有 5 件拍品，臺灣以外的亞洲拍賣會共有 12 件參加拍

24 其他均為中國大陸畫家，分別是：崔如琢、曾梵志、張曉剛、劉煒、范曾、王懷慶、尚揚、靳尚誼、艾未未、劉小東、朱銘、邱漢橋、周春芽、冷軍、岳敏君、劉丹、張恩利、黃永玉、方力鈞、袁慶一、毛焰、方楚雄、薛亮、徐累等。

25 這個同名的展覽 2019 年在日本森美術館首次舉辦，2021 年臺北展結束之後，年底又轉往上海龍美術館巡展。每一次的宣傳都是「歷年來規模最大的個展」。

賣。這種情況恰是回應，當前的藝術社會化與商品化無法截然劃分為兩條平行路徑互不相屬的渾沌狀態。如北美館這類的非營利機構同時扮演守門人與消費代理人兩種角色，無論是否由他們主動為之，而是在這兩種推進過程中受到相互牽引的作用力，原本單純引介藝術價值的社會化活動卻也夾雜著商品化的成分在內。

我們或許可以期待塩田在未來的創作路途中，既受益於收藏市場對她創作的肯定，又能讓藝評界與非營利機構的學術追蹤持續進行，而不是讓商業的利益侵蝕她在創作實踐的該有的穩定步調。許多受藝術商品化過激之後，逐漸失去學術探討價值的大陸當代藝術創作者案例，似乎也會經歷過塩田在初登國際舞台的過程，但那些在市場創造買賣紀錄的焦點人物，終究成為金錢運作的籌碼，卻少有更新的藝術論述替他們歸納足以尋求美術史定位的藝術價值。

理論上，雖然藝術批評處於藝術中介機制中一環，但它具有自身的獨立性；它獨立於市場銷售的商品化，和非營利展覽的社會化之外，在第三方立場為藝術消費群體提供客觀必要的資訊。藝術評價原本與銷售體系個別獨立，評價系統為銷售行為提出價格的指導性要素，或為非營利展覽提供藝術價值引介。

學理上認為，藝術社會化與藝術商品化兩條途徑是互不隸屬的平行關係，然而，當透過兩條途徑進入藝術消費的場域，我們可以發現力求客觀中立的社會化這條途徑，並無法迴避受到商品化的滲透，反之亦然。換句話說，藝術批評在初始階段可以單純為社會化或商品化做出選擇其中之一的定位，但是進入經銷機制的篩選過濾，在商業展覽、交易會等場域的資訊轉化之後，原先對藝術品的價值探討，成為經銷體系宣揚價格的廣告文案，既失去中立的立場也成為藝術交易的助燃劑。我們能否期待有一種討論藝術價值的評論、批評不會在交易時引發價格起伏的作用，或者與標售價格無關呢？在當前藝術生態環境中，端視中介機制與守門人、消費代理人如何維護藝術生產的取向在創作初始階段不受到干擾。

參考書目

專書、期刊

Victoria D. Alexander，張正霖、陳巨擘譯，《藝術社會學：精緻與通俗形式之探索》臺北：远流圖書股份有限公司，2008年11月初版。

〈策展人：藝術圈最後消失的職業〉，《新周刊》3期（2010），網址：<https://www.newweekly.com.cn/>。

典藏拍賣大典編輯部，《2017 亞洲現代與當代藝術拍賣大典》，臺北：典藏藝術家股份有限公司，2017年04月20日出版。

胡懿勳，〈市場和學術的共生——從拍賣與雙年展看兩岸當代藝術的差異〉，《藝術收藏+設計》23期（2009.08），頁18-21。

胡懿勳，〈藝術市場的藝術批評〉，《藝術收藏+設計》37期（2010.10），頁32-35。

胡懿勳，〈中國大陸藝術批評的兩反現象〉，《藝術收藏+設計》38期（2010.11），頁58-61。

廖新田，〈台灣美術院十年續磨劍〉，《非池中藝術網》，網址：<https://artemperor.tw/tidbits/9518>。

鐘有輝，〈台灣美術院十年記事〉，《非池中藝術網》，網址：<https://artemperor.tw/tidbits/9518>。

網站

中國財富網 <https://baijiahao.baidu.com/>

中國共產黨歷史網 <https://ls.chiculture.org.hk/>

雅昌藝術網 <https://www.artron.net/>

臺北市立美術館 <https://www.tfam.museum/>

鳳凰網 / 鳳凰時尚 <https://fashion.ifeng.com/>