

四、水墨的當代回應

袁金塔

國立臺灣師範大學美術研究所／教授

朱珮儀

國立臺灣師範大學美術研究所／博士生

【關鍵字】：當代水墨 消費文明 物質文化 社會批判

一、前言

臺灣解嚴前後，資本主義與民主訴求達致一高峰，激烈鉅變全面性地席捲全島的政治、社會、經濟等各層面，一個安靜的年代過去了，風起雲湧的各種社會運動，衝擊著臺灣上下，藝術家敏銳覺知這種轉型的脈動和陣痛，同時以藝術作為回應；及至今日，越形發達的資本主義，將我們的社會帶入更全面且轉瞬的流行文化巨潮中，消費文明的世界，更加挑戰、刺激藝術創作的敏感性。

從解嚴前後至今，資本主義的發達越烈，若以水墨藝術對社會的回應來看，這段期間內，初期是以一種較為批判式的角度，來控訴人類在工業技術發達社會中生存處境的不幸福，藝術家意圖揭示人的被異化、人際間的疏離冷酷、人的原慾等問題。近期則轉以一種較為樂觀的態度，參與分享消費文明的社會文化現象。因此本文的另一重點將試圖就消費文明與藝術的關係進行說明，消費文明所提

供的產品，創造出一種文化氛圍，並且承載著抽象的象徵意義；而人們透過物品的消費，形成雅俗品味的區分，並從中獲得認同。藝術家身處在當代消費文明的氛圍之中，透過凸顯消費產品、消費行為的象徵意義，反映了當代的物質文化；並且賦予雅俗品味新的詮釋，甚至挑戰傳統對於大眾文化的定義。

本文透過兩個階段、兩條主軸來說明當代水墨對社會現實與消費文明的回應狀態，以及呈現出當代水墨創作的獨特性。

二、水墨社會意識的產生

從解嚴之際，過往社會被壓抑力量的霎時湧現，現實生活中的各種不幸福的、被異化、被宰制的控訴與揭發，成了創作者從唯美主義象牙塔與民族主義文化命題走出的出口之一，部份水墨藝術創作者，覺察了這個與過往傳統截然不同的社會現實，懷抱著社會意識尋求生鮮的現實內容，以折射臺灣社會的諸多問題，這是水墨藝術以批判性取向所進行的當代回應之一。

解嚴前後，水墨藝術的創作，不再僅是《芥子園畫譜》中的山水樹石，也不再流連民族文化命題的縹緲追想，更意圖脫離鄉土懷舊的表面描述，部份水墨創作者意識到社會的劇烈轉型，以及隨轉型而來的人類生存處境的現實鉅變，水墨創作者已不能只是在深山裡閉門造車，身為一個當代的創作者，不能置身於社會現實之外，他可以透過作品，提出個人對社會諸種現象的觀察與見解，或是說出時代的集體潛在秘密，亦即他必須直探社會問題的根源，作為一個預先洞見社會集體秘密的預言者，具有為集體群眾發聲的特質與使命。¹這意味著水

墨創作者在一個截然不同過往傳統社會的時代中，必須放棄昔日的思考模式，對現代工業藝術社會與消費世界，做出新的回應；這代表著，一個新的現實視野的出現，也是一種對固有藝術意識形態的造反：藝術家必須冒險突破舊習的表現內容題材，甚至採取新的形式，來貼近社會的集體特徵，並說出現實的黑暗面，他成為一個社會現實主義運動者。

（一）固有藝術觀照的轉變

傳統固有藝術觀點，在解嚴前後時期的工商業技術發達的社會景況下，已經顯現脫離現實生活的窘態；「天人合一」的理想境界，不再發生於現實生活，自然不再是適於和諧優美諦觀的對象。自然世界在工商業極度快速發展中，遭到了人類有意無意的污染、破壞，山川美景一變為殘缺、甚至會反撲的惡靈，人與自然成為相互疏離甚至拒斥的對抗體。許雨仁作品〈山沒樹了，山沒花了，山沒草了，山沒水了〉以疏簡的水墨白描線條，畫出倍受殘害的自然片段，這些殘花敗草似乎控訴著人在自然界中不當作為所造成的殘害，讓自然環境支離破碎。于彭以古今交錯、真假虛幻交雜的山水、庭園樹石和裸身的人物，在紙面上搬演一齣齣似假幻真的現代文人的幻想劇場。黃志陽以生物性有機蔓生的生猛圖像，採鋪天蓋地式的長直掛軸，裝置

Collingwood, 1889-1943)：「藝術必定是預言性的，藝術家必定是預言性的」的觀點，指出藝術家的預言性在於作為集體群眾內心世界的發聲者：「這不是說他（藝術家）能告訴人們什麼事會發生，而是說，他冒著使可能使得支持它的觀眾的不愉快的危險，而說出了他們心中的秘密。但是他所要說的，並非只是他個人內心的秘密，作為集體的代言人，他必須說的乃是該集體的秘密。」曾肅良，〈黑色的詩情，野性的悲憫：從藝術社會學的觀點探討洪根深彩墨風格（1946-）〉，轉引自《洪根深藝術泥爪》，高雄縣：正修科技大學藝術中心，2005，頁182。

¹ 學者曾肅良基於英哲學家兼史學家柯林伍德（R. G.

出一片帶有駭人意象的生物森林，這些無以名之的人造之物中有些帶有類陽具之形，生猛不受限地生命與原欲性，是藝術家對當代人性慾望的深層挖掘表現。在這些作品中，傳統自然主義觀點的和諧出世不再復現，殘缺的、原欲的表現成為關注之處。

（二）水墨畫家新視野：現實之眼和人道之眼

一件藝術品，如果被作為一件純粹形式的產品，一種線條和色調的單純表演，一種同任何歷史和社會因素無關的永恆價值的體現，那麼它便失去了與藝術家必不可少的聯繫，對它的冥思苦想則失去了人性意義。

——阿諾德·豪澤（Arnold Hauser）

在西方藝術史上，抽象主義在格林伯格的宣稱下，被其視為藝術的最終極完美之態，臺灣現代美術運動部份人士在這股抽象表現熱潮下，也以抽象形式作為當時藝術表現的最前哨，然而，歷史證明，即便他們的出現有其社會背景，但作品中極端的唯心，實際上強烈凸顯了創作者的主觀性，光環加冕於藝術家個人，藝術其實是遠離了人的生存現實和人與社會的關聯，觀者在其中除了個人冥想，無法探掘更深層更普世的人性意義。

藝術家作為社會現實主義運動發言者的前例，最著名的莫過法國19世紀推動寫實主義的庫爾培（Gustave Courbet, 1819-1877），當他堅持地說道：「我沒辦法畫天使，因為我從沒看過」時，所有虛構、理想、唯美的古典傳統，已被他屏棄，發生在此時此刻的具體事件才是他再現的對象，他以平凡生活中的平凡人事物為對象，再現了當時社會狀況，脫離宰制西方繪畫數百年、脫離社會大眾和現實的古典繪畫的典範和法則。在中國與臺灣的藝術史中，則分別有強烈政治意味的社會現實主義（1931-1949）和臺灣光復初期短暫的木刻版畫運動。

以藝術當作社會現實的發聲，並不意味藝術淪為社會工具，相反地，由於藝術家基於其洞視社會時代集體意識、根本問題的敏銳性，最能說出其置身年代社會的真相，為人類生存的歷史境況和人文背景留下蛛絲馬跡：

在所有行業中，藝術家對於「存在」是最敏感的，藝術作品更是反應每個時代、每個時期、每個階段的社會內容與人文面貌最靈敏的媒體。透過藝術作品，以及透過藝術與社會的關係，我們能診斷每個社會裡個體的「存在」品質；理解個體的存在品質與其社會的關係，我們便可以取得社會的歷史與人文脈絡。²

正如傳統中國繪畫，如院體畫表徵了集權王朝時代，王公貴族的堂皇富麗品味；文人畫反應了當時知識份子的學養認知、世界觀和生活世界。社會現實主義的政治目的性，表徵了它出現當刻的政治現實狀況，以及在此現實下人的存在品質為何。

根據學者陳瑞文研究指出，毛澤東「文藝必須擔當民族解放的先鋒」的主張，雖然將藝術工具化，粗陋地將藝術視為為政治服務的工具，但就藝術實踐來看，如魯迅等人帶有左翼思想的木刻版畫，其實傳遞了一個過往未曾出現在沉思性、精神性繪畫傳統中的美學意義：藝術內容應服膺現實社會的真實情況，它會形成與既存的「藝術性」³不能

² 陳瑞文，〈臺灣當代藝術的社會意識的歷史意義：訴訟的現代性特徵的七個視點〉，《1995文化大展》，臺北市：印象畫廊，1995，頁11。

³ 陳瑞文此處所指的「既存的藝術性」分別為：傳統山水畫的新儒家美學、繪畫改革主義及形式主義。參見陳瑞文，〈臺灣當代藝術的社會意識的歷史意義：訴訟的現代性特徵的七個視點〉，《1995文化大展》，臺北市：印象畫廊，1995，頁11。

協商的自治世界；也就是說藝術政治目的的追求，其歷史意義在於藉由揭露現實的黑暗面形成新形式，這個新形式是深入一個過去藝術所陌生的領域：「要求人道的社會解放」，因此它是對現實固有藝術意識形態的造反，它造「藝術」與「整個傳統歷史文化」的反。⁴內容上表現出對社會百態，尤其是人存在境況的不由自主的悲慘、黑暗之揭露，帶有濃厚的人道悲憫、關懷和警示意味。臺灣光復初期短暫的木刻版畫運動也是在此一人道理想觀照下的產物。但這一人道觀照的藝術實踐，在動盪的國共衝突和臺灣社會的全面戒嚴監控下，這股人道關注、被誤解的左翼藝術的實踐潮流，很快便在政治意識形態的不正確下，從臺灣藝術領域噤聲匿跡。

臺灣藝術家的現實之眼與人道之眼，一直到解嚴前後，才有機會得以從唯美主義的內容和民族主義的枷鎖中掙脫，人的存在、人的疏離、人的異化等種種工業技術社會所形成的生活、生命現實內容，此刻終能藉由作品表達呈現，如洪根深在其「都會批判與人性關懷時期」以後的創作，分別藉由繃帶拓印的人形、扭曲變形的軀體和最終支離殘缺的身軀，一步步表現工業技術社會下，社會不合理對人的存在所形成的壓迫、疏離和異化的真實。曾肅良指出洪根深的作品說了解嚴前後臺灣社會幾近全面性快速崩解與緩慢重構現象對人們所形成的動盪與徬徨的不安過程：

他在繪畫中所表現的心路歷程，就是臺灣群眾在邁向工業社會、物質社會以及消費社會，在資本主義龐大的「全球化」過程裡，現代臺灣人所必須面臨道德、倫

⁴ 陳瑞文，〈臺灣當代藝術的社會意識的歷史意義：訴訟的現代性特徵的七個視點〉，《1995文化大展》，臺北市：印象畫廊，1995，頁10-11。

理、制度、意識形態等不斷崩解，又不斷重新組構的徬徨過程。⁵

倪再沁的〈失樂園（一）〉，一個獵人舉槍朝向拼貼組湊的山林圖像，似乎意有所指地指涉臺灣當代現實中，過往政治意識形態的虛構謊言：反攻大陸的夢想最終支解破碎於想像拼貼出的故國緬懷遙想當中，成為一種悲哀的姿態。袁金塔的〈換人坐（做）〉則反應藝術家對政治現實的關注和期望，在帶有各種現實廣告訊息的拼貼底紙上，幽默地造形出各形各色的座椅，透露臺灣選舉文化下，市井小民對政黨輪替所抱持的期望：期待透過不同當選人的上臺，為臺灣紛亂的政治狀態帶來新的改善和許諾。

三、藝術與消費文明的關聯

臺灣解嚴前後當代水墨在社會意識方面的覺醒，為當時社會現實留下一批歷史人文記載，而在近年消費文明越形高漲的社會背景下，水墨創作又開展出不同於前期批判抗議力量的另一種型態的當代回應，一種對消費文明積極參與的樂觀回應。

（一）社會學的消費文明探討

消費文明是與資本主義有密切關連的文化現象，自工業革命以後，工業技術改變了生產方式，產品以量產的方式進入人們的生活，進而改變人們的消費形態。社會學者布赫迪厄（Pierre Bourdieu, 1930-2002）的消費理論，指出人們藉由消費模式，使他們自己和別人不同，而這種消費模式正有助於區別（distinguish）各種身份團體

⁵ 曾肅良，〈黑色的詩情，野性的悲憫：從藝術社會學的觀點探討洪根深彩墨風格（1946-）〉，轉引自《洪根深藝術泥爪》，高雄縣：正修科技大學藝術中心，2005，頁182。

的生活方式。布希亞（Jean Baudrillard，1929—2007），則是認為，一切消費都只是象徵符號的消費，意義只誕生於吸引消費者注意的符號或象徵系統之中，購買者透過展示自己所買的物品，創造並保持了一種「認同感」。⁶

當代消費文明所具有的積極意義，在於生活中物質經由量產出現，人經由對物的選擇凸顯自我，雖然人與物間可能出現人被物質制約、均畫的隱憂，但人仍舊極力透過消費模式的區別，也就是「品味」的區別，來傳達自我個性，這種途徑即是透過「品味」的建立和賦予物質不同的「象徵」意義來達成。

因此消費者購買某個商品，不能單純地視為個人取得某一商品的行為，個別的消費者作為團體的一份子，其消費傾向會受到團體價值觀的左右，也因此，消費行為被視為具有階級區別意涵的「品味」；而被購買的商品本身，它在包裝、企業形象、廣告、店面、銷售員的態度、與其他商品的關係等要素上，其重要性甚至高於它本身的價值，而這附加上的價值即是所謂的「文化價值」。⁷

（二）藝術品味與象徵符號

「藝術」與消費文明的互動關係，我們可以發現，「品味」的區分和物質的「象徵」，建立起「消費文明」和「藝術」的初步關連：「消費文明」對消費品味與物質象徵的探討，提供「藝術」思索、呼應乃至挑戰的空間；另一方面，「藝術」具有區隔消費品味與物質象徵的文化價值。

從當前藝術家跨足時尚領域的現象標示出「

藝術」其實是被視為消費文明的重要環節，即形成所謂的「文化消費」，如旅美中國藝術家蔡國強為國際知名服飾品牌「三宅一生」爆破一組服飾紋樣、日本藝術家村上隆為LV皮件設計圖案，藝術家為時尚界操刀，大大增添了文化消費的品味象徵價值。這意指藝術作為文化消費的一種類型，隨著不同的消費行為，也可能產生不同的消費意義，並且成為消費階級之間品味的區別。若回顧中國藝術史的品味觀念，傳統中國畫很注重「雅俗」概念，「雅俗」美學的提出，區隔出士大夫與庶民文化的品味差異。⁸然而這「雅俗」概念，也隨社會的變遷而有了新的「品味」價值判斷：傳統觀念中不能入畫的庸俗、平凡之日常生活用品，從近代庶民品味抬頭後，反而成為具有創見的藝術家創造獨特美感之源，例如齊白石能獨具慧眼，破除成規，鋤頭、畚箕、算盤、不倒翁皆可入畫，這些作品不但親切溫馨而且感人，這是對藝術「品味」的創造，即以嶄新的美感來豐富固有的品味。

除了從傳統品味觀進行突破外，當代水墨也透過西方藝術美學觀的激盪，激發出更多元的創作面向，尤其是西方當代藝術對大眾文化、消費文明的詮釋，更帶給水墨藝術相當多的省思。例如普普藝術、新寫實主義等藝術，是對直接自大眾文化中取材，並將日常吃的熱狗、女性的貼身衣物、性感明星、流行歌手、日常購物等現代生活的各種樣貌，納入藝術的創作，這不僅是對藝術品味的挑戰與革新，更賦予日常用品不同的象徵意義。

此外產品作為一種消費對象，它在當代藝術創作中，本身被賦予各種不同的象徵意義，成為藝術家運用的工具。例如恩斯特（Max Ernst）以「

⁶ Robert Bocoock著，張君政、黃鵬仁譯（1995），消費，臺北市：巨流，頁95-106。

⁷ 星野克美編，彭德中譯（1992），新消費文化剖析：大眾富豪社會與現代巴洛克（復古派），臺北：遠流，頁196-197。

⁸ 任淑華（2002），文人繪畫美學中的雅俗觀，成功大學藝術研究所碩士論文。

一臺縫紉機和一把雨傘在一張解剖檯上不期而遇」說明超現實主義的例子，即是透過象徵意義的重新組合，讓不同的人造物之間，透過相似性與相異性互相聯繫在一起。⁹也因此，各種物品成為藝術創作中的符碼，在藝術作品中重組新的意涵。

當代水墨創作面對消費社會，圖將不同的「品味」納入藝術的範疇，讓「創意」成為新的品評標準。現代消費文明的多樣性，讓藝術與消費文明、物質都有更密切的互動，不僅物質成為藝術表現的題材，甚至藝術也成為物質消費的象徵；而消費結構的改變，讓藝術的消費族群不再只是文人雅士，更普及於一般大眾，大眾文化與大眾品味也成為藝術創作關注的焦點；最重要的是，西方的現代藝術創作也提供當代水墨創作不同的美學觀，其對於當代物質文明的象徵詮釋，提供水墨創作許多啟發。在當代文明中，如何自愈普遍、愈通俗、天天在用、人人皆知的物質中，創造出最佳的創作題材，賦予不同的藝術品味和象徵意義，成為當代水墨藝術的重要特徵。

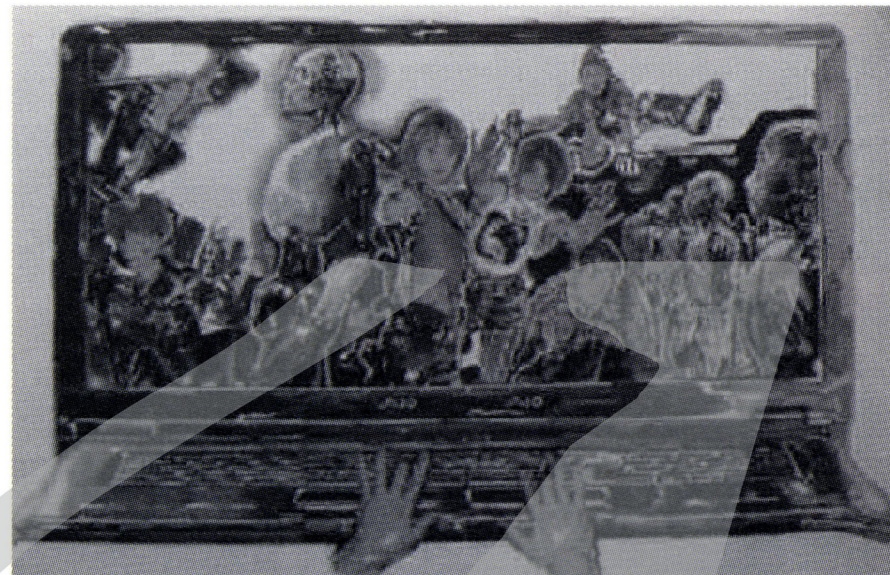
四、當代水墨對消費文明的反映

（一）雅俗品味的對立、融合與挑戰

當代水墨藝術對於消費文明中品味的區別，主要是從不同消費階級的審美品味中，汲取有趣、創新的元素，來作為詮釋的對象。例如黃一瀚在《裂變的城市》中，將青少年次文化中的偶像與電影等元素，拼貼成筆記型電腦的畫面【圖一】；袁金塔則結合杜象（Marcel Duchamp，1887-1968）對現成物的概念，運用電話造型、聲光互動裝置，反應情色文化在現代社會中的位置。【圖二】

⁹ 李維史陀（Claude Levi-Strauss）著，肖津譯（1992），廣闊的視野，臺北：桂冠，頁319-325。

圖一 黃一瀚，裂變的城市，200cm×300cm。
圖片來源：魯虹策展（2004），第四屆深圳國際水墨畫雙年展圖錄（水墨都市），河北：河北美術出版社，頁53。



相較於主流文化和主流的審美價值，黃一瀚對青少年次文化的探討以及袁金塔對情色文化的詮釋，是對「次文化」中求新求變的特質，賦予更積極的意義。「次文化」是不同生活方式與價值觀的相互衝擊，象徵主流和非主流群體之間的緊張關係，而被界定為是兩種相互矛盾需求之間的妥協解決：即創造和表達自我獨特的需求，與維持對母體文化認同的需求，這兩種不同需求之間的相處模式。¹⁰然而「次文化」的重要特質，在於嘗試擺脫主流價值的思考模式，讓創意的元素可以有發揮的空間。青少年流行文化中的電玩、偶像，以及情色文化中的符號和性暗示，其實是利用視覺、聽覺的感官刺激，來達到吸引注意力的目的。從這個層面來講，黃一瀚和袁金塔的作品，其實也透露出水墨創作如何開發新的視覺乃至聽覺元素，讓水墨藝術更具吸引力。

水墨文化在文人畫傳統中高雅閒適的品味，在當代水墨創作中與多元文化相互激盪、結合，乃



圖二 袁金塔，濕樂園，2006年。
圖片來源：呂松穎攝於「時尚水墨--第一屆臺北當代水墨雙年展」，2006/10/31。

¹⁰ 迪克·赫布迪齊（Dick Hebdige）著，張儒林譯（1997），次文化：生活方式的意義，臺北縣板橋市：駱駝出版，頁84。

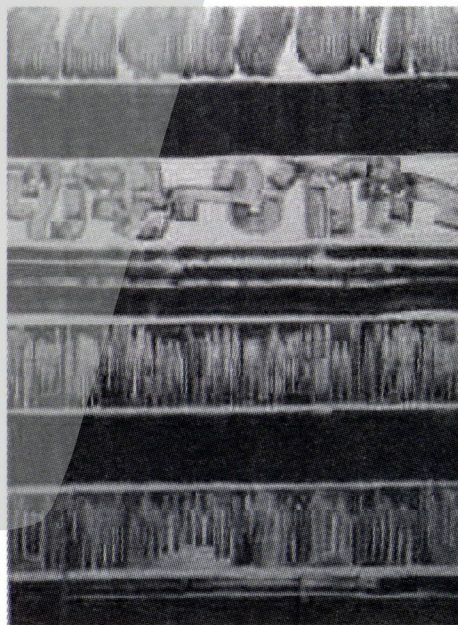
至挑戰傳統的文人畫品味，而尋找各種不同的創新元素。當代水墨透過雅俗品味的對立、融合與挑戰，探討水墨藝術在消費文明中扮演的角色，試圖讓這項具有歷史傳統與豐富人文氣息的媒材，能夠在當代消費文明中，受到更廣泛的矚目，與當代消費族群有更密切的互動。

（二）物質的符號轉化

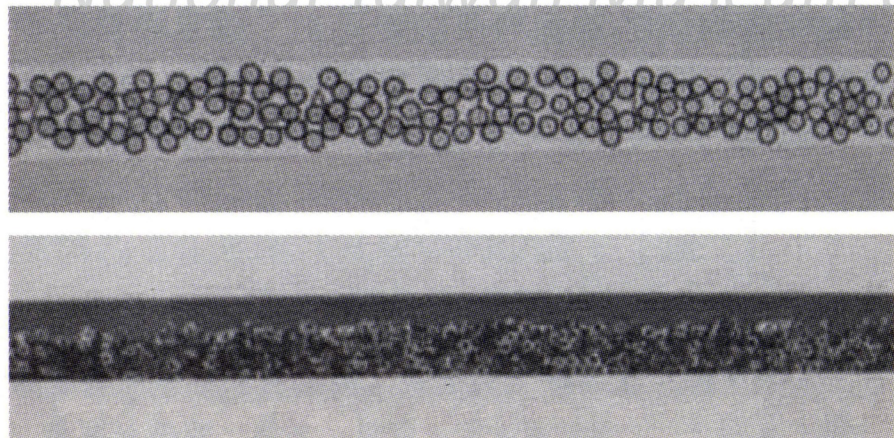
消費文明的各種物質現象，則透過意義的重組，幽默詼諧地轉化成畫作裡的符號。例如兩位德國藝術家瑞納特·安格爾（Renate Anger）與舒赫·愛娃瑪利亞（Schoen Eva-maria）合作的《都市對話》，運用各類現代柱狀產品，排列成一系列列城市高樓的意象，在物質的比擬性中尋求符號意義的轉化【圖三】。

奧地利藝術家伊莉莎白·科福（Elisabeth Kopf），製作長達5公尺的立體裝置，作品的中心有道水平的開口，放置了5000卷小紙筒，並在紙筒一端染了墨色，讓5000卷小紙筒從深到淺，表現出墨色的微妙變化【圖四】。這件作品隱約地表達出水墨韻味的同時，也幽默地用紙捲來調侃香烟，彷彿紙捲中的「空氣香烟」才是長壽的象徵，而構築成「好運的」一筆水墨畫，在物質性和符號性中大玩雙關想像的換喻遊戲。

其他如大陸畫家董克俊以「交通號誌」探討



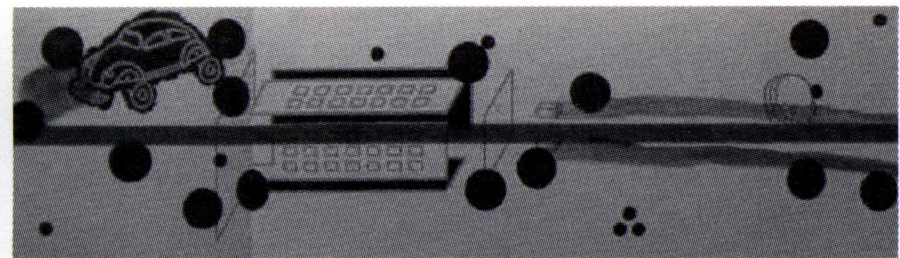
圖三 Renate Anger、Schoen Eva-maria，都市對話，280cm × 200cm。
圖片來源：深圳國際水墨畫雙年展組織委員會（2002），第三屆深圳國際水墨畫雙年展作品集，深圳：雅昌印刷，頁85。



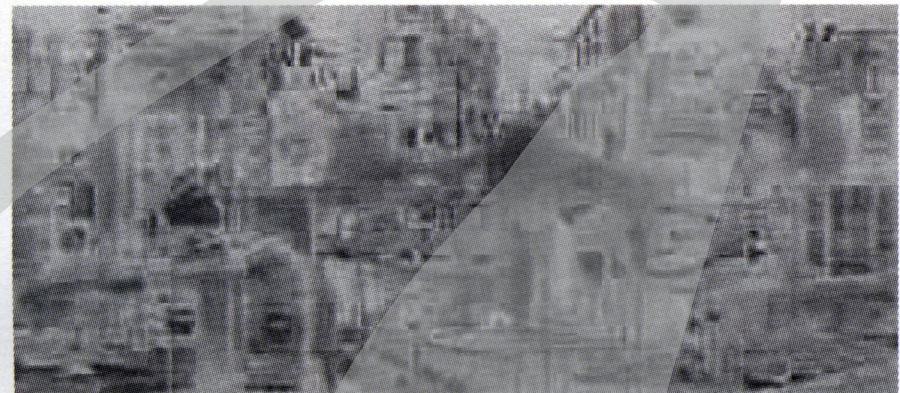
圖四 Elisabeth Kopf，Stroke of Luck: Long Life—Air Cigarette（好運的一筆：長壽·空氣香烟）（設計草圖與完成品局部）。
圖片來源：董小明、王序策展（2004），第四屆深圳國際水墨畫雙年展圖錄（設計水墨），河北：河北美術出版社，頁36-38。



圖五 董克俊，都市景象·符號迷城，290cm × 146cm。
圖片來源：深圳國際水墨畫雙年展組織委員會（2002），前引書，頁12。



圖六 Sakowski Wolf，常規指令，65cm × 230cm。
圖片來源：深圳國際水墨畫雙年展組織委員會（2002），前引書，頁86-87。



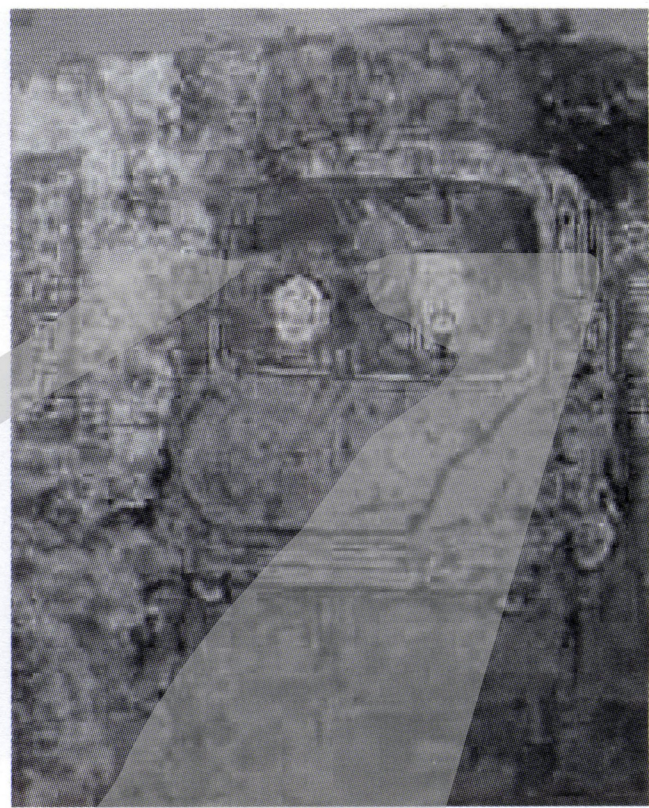
圖七 Tatiana Ferahian，土地之爭，38cm × 82cm，墨、丙烯、樹脂玻璃、球。
圖片來源：中國美術家協會編（2005），第二屆中國北京國際美術雙年展作品集，北京：人民美術出版社，頁35。

城市意象【圖五】、德國畫家沙科斯基·沃弗（Sakowski Wolf）以汽車、方盒象徵日常指令的制約【圖六】、賽浦路斯畫家塔蒂亞納·費拉希安（Tatiana Ferahian）用城市生活中的片段畫面重組出意象【圖七】、韓國藝術家張相宜用報章雜誌的圖片轉印出都市人的身影【圖八】，以及臺灣袁旻、美國馮鍾睿、韓國朴能生等畫家詮釋城市建築、汽車等現代產物的象徵意義【圖九～十一】。

上述的作品中，大量出現以都市為對象或背景表現。其因在於都市作為當代生活的重要場域，空間中漫無邊際地充斥著符號，如各式各樣的訊號、圖像、映像、服飾、廣告、乃至商業空間等符號，也因此都市本身被視為「媒體」乃至「劇場」，而這個劇場所衍申出的各種符號，透過藝術語言的表達，讓物品原本的意義解放，在當代藝術中以



圖八 張相宜，都市人·一，210cm × 148cm。
圖片來源：深圳國際水墨畫雙年展組織委員會（2002），前引書，頁156。



圖十 馮鍾睿，O四之卅，92cm × 73cm。
圖片來源：魯虹策展（2004），前引書，頁50。



圖九 袁旄，舟海長天共之二，83 cm × 178cm。
圖片來源：深圳國際水墨畫雙年展組織委員會（2000），第二屆深圳國際水墨畫雙年展作品集，深圳：雅昌印刷，頁194。



圖十一 朴能生，夢幻都市，2004年，130cm × 162 cm，韓紙、水墨。
圖片來源：張英俊、李光軍策展（2004），第四屆深圳國際水墨畫雙年展圖錄（韓國現代水墨），河北：河北美術出版社，頁44。

抽象、拼貼等操作技法、異化手法呈現出新的象徵意義。¹¹當代水墨創作對各種消費文明中的物質符號，廣泛地轉化運用在實際創作，讓各種消費物質脫離原本的解讀文本脈絡，轉化激盪出新的符號意義。

（三）「新時尚」的創造

當代水墨藝術與消費文明的另一項重要互動，則是水墨藝術進入消費文明中創造出一種「新時尚」的文化風貌。在此水墨藝術是以文化創意產業的產品形式，成為各種呼應現代人生活的物件。讓水墨藝術成為文化創意產業¹²的一環，是水墨創作的大膽嘗試。

當代水墨創作與文化創意產業的結合，主要以呼應國家發展重點計畫中的「藝術產業」、「重點媒體文化產業」以及「設計產業」等幾個產業為主，如採用劉國松作品製作的立燈【圖十二】、將袁金塔畫作圖像運用在服飾設計上【圖十三】，或是谷文達將水墨藝術與動畫立體裝置結合【圖十四】、德國藝術家沃斯溫可·馬丁（Vosswinkel Martin）融合水墨與設計創作【圖十五】，乃至王



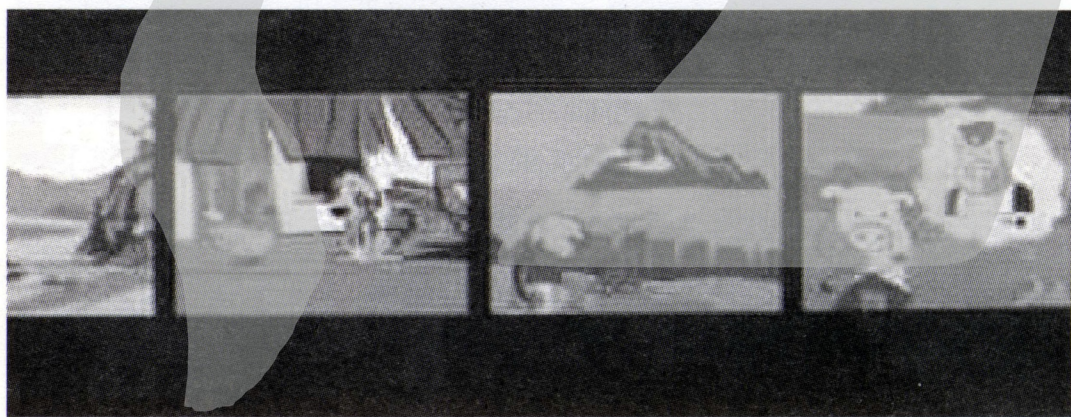
圖十二 Artkey以劉國松的作品製成立燈。
圖片來源：呂松穎攝於「時尚水墨——第一屆臺北當代水墨雙年展」，2006/10/31。

¹¹ 星野克美等著，黃恆正譯（1988），符號社會的消費，臺北：遠流，頁224。

¹² 臺灣近幾年給予文化創意產業高度的重視，在《挑戰2008：國家發展重點計畫》中，文化創意產業被列為重點發展的計畫之一。《挑戰2008：國家發展重點計畫》從發展「藝術產業」如創意藝術產業、數位藝術創作、傳統工藝技術等面向，以及發展所謂的「重點媒體文化產業」如電影產業、電視產業、流行音樂、圖文出版、數位休閒娛樂產業等，乃至提昇臺灣「設計產業」的相關政策，如活化設計產業機制、開發設計產業資源、強化設計主題研究、促進重點設計（如家具、生活、紡織與時尚、商業、建築）發展等，企圖全方位地透過文化創意產業，來提昇臺灣的產業結構。參見行政院經濟建設委員會（2005），挑戰2008：國家發展重點計畫，臺北：行政院，頁2-1至2-41。



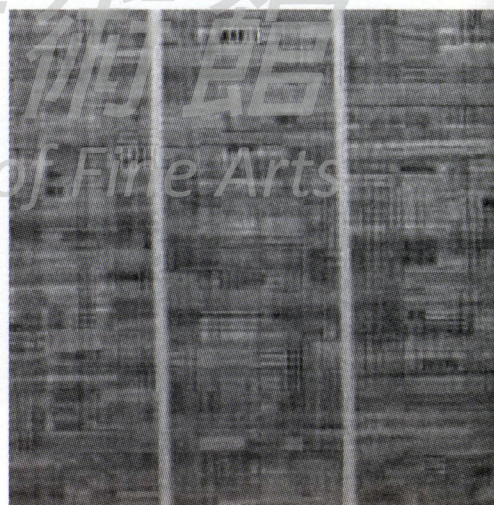
圖十三 Freeman以袁金塔的作品作為服飾設計的圖樣。
圖片來源：呂松穎攝於「時尚水墨--第一屆臺北當代水墨雙年展」，2006/10/31。



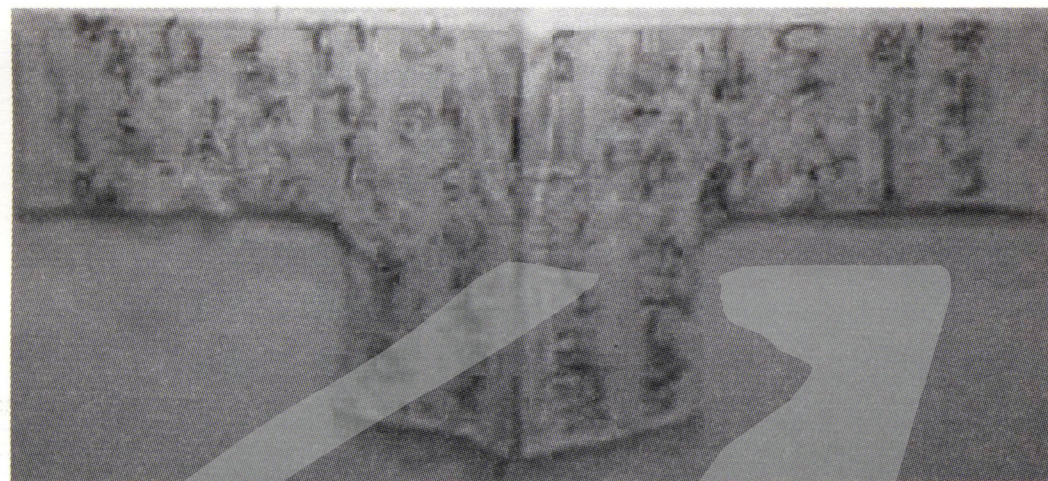
圖十四 谷文達，谷氏簡詞與十二生肖（局部），191 × 104 × 4cm × 12，水墨與動畫片裝置。
圖片來源：高名潞策展（2004），前引書，頁14-19。

天德運用絲綢、墨、焰的質感設計服飾【圖十六】。這些作品中，水墨藝術與生活結合，透過現代科技使水墨藝術成為一種影像素材，藉由影像複製、印刷，乃至數位化的技術，讓水墨藝術成為生活產品的元素，形成「文化創意產業」其一環。這是讓水墨藝術走入當代生活的重要方式；水墨藝術以影像的形式，更貼近了現代人的生活。

如同布希亞（Jean Baudrillard）所提出的消費文化理論，消費活動不再只是商品功能的使用



圖十五 Vosswinkel Martin，不夜城，308cm × 100cm3。
圖片來源：深圳國際水墨畫雙年展組織委員會（2002），前引書，頁118。



圖十六 王天德，中國服裝NO.04-010-011，2004年，絲綢、墨、焰。
圖片來源：高名潞策展（2004），前引書，頁44-45。

或擁有，也不僅是商業物品的簡單相互交換；而是一連串作為象徵性符碼的商業物品不斷發出、被接受和再生的過程，¹³而藝術將擴大這項互動的過程。相對於傳統自然主義式水墨的雅逸出世，「時尚水墨」關懷與表現的對象遠超過傳統水墨的範疇，是一種對社會文化高度敏銳的入世創作，能夠多元地呈顯出水墨創作與當前時尚流行消費等社會現況間的呼應，並進而影響當代生活的審美品味，提供現代人對於生活周遭各類消費物品、消費現象的省思。

五、小結

臺灣當代水墨對臺灣社會的當代回應，初期是以一種較為批判式的角度，來控訴人類在工業技術發達社會中生存處境的不幸福，藝術家意圖揭示人的被異化、人際間的疏離冷酷、人的原慾等問題。藝術家的現實之眼與人道之眼，此刻終能藉由作品表達呈現，記錄社會真實的歷史與人文脈絡。

另一方面，當代水墨對消費文明的反映，體

¹³ Jean Baudrillard著，林志明譯（1997），物體系，臺北市：時報文化。

現在對傳統雅俗品味的重新詮釋，探討不同品味的對立、融合與挑戰等可能性；並且將現代文明生活中的各項物質，轉化其象徵意義，成為創作的符號；更進而成為文化創意產業的一環，和時尚、設計、動畫等不同領域的藝術結合，創造出新的物質文明。透過與當代議題的積極互動，水墨藝術不再是弱勢的藝術媒材，反而以深厚的文化基礎，具備更多元的嶄新風貌，在平面、立體、設計、錄像、紙類等複合媒材中，展現活力與爆發力。當代水墨創作與消費文明的結合，不是水墨主體性的喪失，相反地，是賦予水墨藝術更多的活力，並且讓消費文明具有更多元豐富的內涵。水墨藝術從傳統的文人美學觀，走入當代大眾生活中，是讓各個領域中不同的觀點，彼此激發、融合出更多的想像力與創意，在帶給藝術產值的同時，提昇文化的內涵。

1990年代開始，社會意識與消費文明的回應，打開水墨藝術新的視野，創造出水墨藝術傳統之外的新的文化價值。

國立台灣美術館
National Taiwan Museum of Fine Arts