

後現代文化全球化風景裡的台灣膠彩畫顯影

The Development of Taiwan's Glue Color Painting among Scenery of Postmodern Cultural Globalization

施世昱

Shih-Yu SHIH

建國科技大學美容系講師

傳統美術膠彩 / 當代藝術時尚

在台灣美術史上，興起於日治時期的傳統繪畫媒材——膠彩有著豐厚的累積與多樣風格。¹在眾多視覺藝術媒材中，膠彩畫或因「華麗典雅」的風格特徵而受到台灣社會大眾的喜愛，但是，喜愛並不代表認同。因此，雖然通過膠彩畫史以反思台灣美術主體性或有某種方便性，但是，膠彩畫並不代表台灣美術。

在地性的文化認同當與主體性思考直接相關。主體性的實現除了是人們歷史文化的創造、保存與累積之外，在較抽象的層面上它亦可以通過結構主義的主體 / 客體辯證關係而獲得邏輯上的真實。以此，如果以管窺豹的洞見或有價值，那麼，關於膠彩畫之於文化認同的討論或可隱喻 / 換喻為台灣美術 / 藝術之於在地化 / 全球化的反思。

以大眾消費的流行時尚而言，台灣當代藝術有「商品——消費」議題與之直接相關。²在後工業社會的討論裡，消費往往與生產概念相對；消費一詞也是台灣當代藝術批評較常使用的一個術語，它意指非獨創性的、非反思性的，只知人云亦云、拾人牙慧的創作態度；在後現代文化的討論裡，它多指向大眾消費全球化；此外，它也可以是通過哲學反思而後超凡入聖的巴塔耶（Georges Bataille）式的耗費；…。以多元開放故，當代消費理論亦多種多樣，因此，我們完全有可能為台灣膠彩畫在後現代消費文化全球化的風景裡找到一個符合某種西方學理的位置。雖然如此，真正的問題卻是：台灣膠彩畫之於後現代消費文化全球化的關係到底有多大？如果關係不大，那麼我們又將如何通過膠彩畫以反思在地化 / 全球化議題，乃至

於探討其主體性而成文化認同？

後現代消費文化全球化的討論多以後工業社會的城市文明作為取樣對象；這是一個建構在跨國企業與資訊網絡全球化之下的論述。顯然地，雖然膠彩畫因「華麗典雅」特徵而受到台灣大眾的喜愛，但它卻不是全球化的跨國企業網絡或城市消費文明裡缺乏「靈光」³的機械複製商品或國際雙年展裡菁英藝術的一環。在空間地圖的分布上，廿一世紀初的台灣膠彩畫位處全球網絡的邊緣位置。膠彩畫是否非得積極地迎向全球化才能證明它確實存在於後現代時空之中？或者是，它應該自足於康德所謂無功利性的「華麗典雅」的在地性美感？

提問的方式或已暗示其運思過程及答案矣…。

全球化 / 在地化

全球化 / 在地化辯論是當代台灣文化、政治領域裡的熱門議題。其中，一種立基於後現代文化全球化的觀點以強調「異質的同質性」（heterogeneous homogeneity）共生而試圖調和其矛盾。

全球化中的文化與藝術部分，最明顯的莫過於從殖民經歷的國家文化史中，由抗拒到融入以歐美為主的歷史化過程：西方的文化經典作品被當成是普遍性的文化遺產，各種前衛藝術的風格與運動變成是共通的藝術語言。

在歐美地區以外的文化區域，歐美藝術史及經典作品是全球文化的「方便語言（vehicle language）」的表現。在這種定義下的在地藝術表現，往往必須在全球 / 在地的文化傳承上，思量其文化與藝術的意義。⁴



呂金龍 聖域 2001 145×112 cm



鄭營麟 聽月 2000 116×9 cm

對於一切向西方發達國家看齊的台灣而言，這或許是種進步觀點，只是，就興起於日治官展而非歐洲殖民的台灣膠彩畫而言，這種結構性類比是否恰當？片面地忽略在地性差異而強調「由抗拒到融入」過程的「普遍性」或有誇大的嫌疑，但是，「方便語言」云云確屬策略運用上的現實。

面對著上述現實，林宏璋在討論本土性的文化生產與全球性的抽象理論時說：「文化在地性，往往就是端視能否被文化轉譯的部分，才能是在地文化的。」因此，「全球化作為一個理論的範疇，是提供一個檢視與批判的框架，而非是一種策略與政治手段的運用。」⁵

只是，居於弱勢的國家或大眾基於生存現實考量，他們很難不追逐發達國家或上層菁英所引領的流行時尚。對此，或有強調消費大眾選擇權的論者往往以菁英的姿態指責大眾不懂得選擇而顯得沒有品味。⁶這種指責有失厚道，社會大眾之所以追逐流行時尚為的只是認同菁英階級。面對著這社會大眾，我們如何要求他們不運用種種後現代文化消費全球化的策略與手段追求菁英認同呢？我們如何要求社會大眾們僅僅是將主流菁英們的時尚品味當成自慚形穢的「檢視框架」？我們如何要求他們安貧於非主流階級、樂道於不正義的對待呢？

這種話確實是有教養的菁英階層們說不出口的，因此，在無法拒絕／杜絕社會大眾追逐時尚品味的情况下，他們乃變換著花樣以體現「不與社會大眾同流（合污！？）」的意志。僅就時尚體系裡春秋兩季周而復始而言，菁英階層為了與追逐流行的社會大眾再次區隔，乃不斷地變換時尚品味。

如果在流行時尚裡被消費的已不再是物質本身，而僅僅是物質背後的階級認同或象徵意涵，⁷那麼，台灣當代藝術以迎合流行時尚的姿態而創作著「商品—消費」藝術，這現象又隱喻了什麼呢？除了讓身屬觀眾的我們更熟悉文化政治的操縱策略外，我們可否指望它具有真誠深刻的反省批判？台灣當代藝術是否只是通過種種後現代文化論述或後工業社會理論進行商品消費／流行時尚的時髦「遊戲」以塑造它自身的全球化菁英認同而已？⁸

暫且轉移國際藝術雙年展裡的燦爛目光，回頭省視一下台灣舊有的本土畫種，我們或有新的發現。

膠彩畫以近百年的創作累積面對日本殖民史，它確實已因「華麗典雅」的「地方色彩」而獲得美術史學者們的多數肯定，進而確立其主體性。⁹只是，廿一世紀初台灣膠彩畫發展的對立面是西方發達國家的「商品—消費」文化全球化。由於膠彩畫可能無法簡單地接軌上述「異質的同質性」論述，因此，其主體性在台灣當代藝術裡再顯模糊。雖然如此，另有「文化雜化」概念或可解決膠彩畫的困窘。

後現代文化 / 後殖民批判

將台灣對比於西方發達國家，社會大眾與菁英階層之間的時尚追逐或已隱喻：全球化框架下的「文化雜化（Cultural hybridity）」業已預設了非全球化的在地性主體的存在，及其兩者之間的對立與矛盾。

「文化雜化」現象是一種雙面性的存在…。在此中文化處境下，一種單一而抽象的文化起源想像是不可能亦不可及的；另一方面，文化傳統性在雜化過程中，

保存及創造了其文化再現於當今文化脈絡下的可能性。文化轉譯在這區域文化處境下是主體性的展現與局限。¹⁰

便是因為「主體性的展現與局限」兼具的緣故，所以我們要更加小心。

因為沒有純粹的文化，故雜化有理。同理，除了台灣當代商品消費 / 流行時尚 / 文化藝術是雜化者外，所有流傳到今天的種種台灣史上的文化遺產也是雜化的結果。但是，邏輯推理並不同於現實存在。台灣當代文化實踐正與這個推論矛盾。

顯然地，擁抱西方當代文化全球化思維者之所以肯定「文化雜化」，這絕不是為了呼應「復興中華文化」或「台灣文化本土化」等口號；這只會令有識者發笑！那麼，所謂五族共和而成的中華文化，或是經歷荷葡明鄭、清治日治的台灣文化都只能是一種「文化本質主義 (essentialism)」而已？種種學理上的矛盾與荒謬，擁抱後現代文化全球化價值觀者都可以安然地以「弔詭」之名而對種種質疑出之以「遊戲」¹¹的態度而嗤之以鼻，並通過再生產機制以製造出更多荒謬而矛盾的學理說辭以取代舊論述。

這是一場追逐西方時髦的、無目的性的無盡華爾滋。當然，遊戲必須是虛擬且虛無的才會有趣。於是我們記起了「藝術起源於無目的的遊戲」這個古典美學裡的著名結論。當然地，這種奠基於貴族菁英價值觀的古典美學是與社會大眾追逐流行時尚的慾望實踐有所不同的。於是乎，我們意識到：台灣當代藝術裡的商品消費議題與社會大眾的流行時尚追逐之間並不能全然地畫上等號。差別在於：貴族菁英的時尚品味是一種無目的性的遊戲，而社會大眾的商品消費則偏屬一種從階級認同出發的生存鬥爭。只是，以這種階級認同 / 鬥爭的科層概念思考台灣在地文化亦有明顯的困難。依後現代文化理論的說辭，這是個西方發達國家 / 台灣、全球化 / 在地化、菁英 / 大眾、時尚 / 流行之間的科層邊際逐漸模糊的當代。

在混亂 / 模糊的文化 / 藝術領域裡，台灣當代藝術主流者們所扮演的是什麼樣的角色呢？

布爾迪厄 (Pierre Bourdieu, 1930-2002) 「新型文化媒介人 (new cultural intermediaries)」是個方便好用的概念；在這個概念下，我們或能較清楚地認識到以反美學姿態贏得主流發言權者所扮演的角色。他們確實因為反美學的混亂 / 模糊策略而與傳統藝術 / 藝術家 / 藝評家有所距離。

通過紛亂弔詭的學理與文化政治的說辭之後，我們將知道：所謂的後現代文化全球化或文化雜化概念是必須建立在某種不堪被打壓的「文化種族 (cultural race)」的純淨度上才能成立的。這也就是說，後現代主義價值如多元開放、顛覆創造、游牧漂泊...等美

學性理想在獲得實踐之前，皆必須先行具備象徵暴力 (symbolic violence) 的能力及施暴的對象。而身處邊緣的非主流者們除了追逐時尚商品以獲得認同之外，頂多是以次文化的反抗姿態取得一個消極抵制的位置，此外，他幾乎不可能以積極的自信姿態引領時代風騷。以布爾迪厄文化再製造理論而言，大眾比之於菁英階層如此，平庸文化商品比之於高雅文化精品如此，台灣對比於西方發達國家是如此，以膠彩畫對比於種種當代新藝術類型亦是如此。

以此反思台灣美術史，日治以下的廿世紀台灣繪畫到底是日本畫？台灣畫、大陸畫或西洋畫？它是文化雜化下的結果！？只是，不論如何，「文化雜化」概念尚不適用於台灣傳統舊美術如水墨、書法、膠彩等，因為這種價值論述還需要工具性的「方便語言」予以加持。相較之下，雖然將傳統繪畫貼上「文化本質主義 (essentialism)」的標籤可能講不通，但它卻是擁抱文化全球化者們辯護其自身之文化雜化的邏輯所必須。

並存於廿一世紀初台灣的傳統舊美術與前衛新藝術，在全球文化雜化下分別獲得了不同的評價。枉顧內涵的喜新厭舊是虛有其表的，只是，不同於流行服飾頻繁地推出復古風潮，標榜顛覆創新的台灣當代新藝術似乎較忽略台灣舊美術豐富的文化雜化內涵。台灣當代藝術裡的全球化 / 在地化議題彷彿是古典美學裡形式 / 內容的割裂與再版！？在接連不斷的「西方時尚、台灣消費」¹²的流行追逐裡，由於藝術家個人英雄主義的退位才使得創作論述的修辭文本有了發展空間，但是，熟稔的文化政治操作策略又讓藝術家們表現出較現代主義更加強烈的個別影響力。這個藝術家 / 藝評家 / 新型文化媒介人的存在問題，或許是思考台灣當代藝術 / 文化議題的一把鑰匙！？¹³

美感 / 主體

在地化 / 全球化的論爭由來已久。主張台灣文化全球化者多以知識、經濟網絡為事例推廣其主張，非常具有說服力。只是，站在為台灣本土繪畫 — 膠彩畫發聲的立場，我們仍有懷疑：膠彩畫若欲全球化，它除了一向下地朝流行商品消費文化靠攏，或者是向上地朝國際雙年展進行鬥爭 — 這兩條網絡之外，全球化論者還可以提供什麼樣的方便法門呢？如果路徑還是需要膠彩畫自行摸索，這可能意味著全球化論者並沒有為膠彩畫等本土藝術提供什麼具體的建議。

或許，膠彩畫應該以跳脫全球化思維的方式來思考全球化問題。這也就是說，膠彩畫應該通過美術自身以求全球化，而不是追逐既有的全球化網絡。關於這點，我們或可將膠彩畫「華麗典雅」之美比擬雅痞



王怡然 琥珀川 2002 117×73 cm



饒文貞 山熟系列之一 2003 45×37 cm



徐子涵 金花怒放 2001 116×91 cm

菁英們的時尚品味來說明。

雅痞菁英們不在意世俗大眾的流行文化，他們甚至對這種普遍性嗤之以鼻。雖然如此，他們並不自外於社會人群現實，相反地，他們多標榜特殊品味而得鶴立人群。雅痞現象暗示了我們「特殊」與「一般」的對立，也隱喻了在地化 / 全球化或後殖民 / 後現代的論爭。膠彩畫可以置身文化論爭之外地擁有雅痞菁英卓然不群的驕傲與自信嗎？康德審美無功利論或可提供我們思考膠彩畫在地化 / 全球化的一個起點。

在康德批判體系底下，判斷力與科學知識、社會實踐有所區隔；判斷力不僅是人類三種先天理性中的一種，而且是溝通純粹理性和實踐理性的橋樑；與目的論相對地，審美判斷是一種無功利性的判斷；由於藝術歸屬審美判斷，因此，關於藝術的在地化 / 全球化也可以在這個範疇裡加以思考。以審美無功利性故，純粹藝術無須考慮在地化 / 全球化議題。同樣地，不同的民族藝術並無優劣之分也是文化人類學長久以來的定論，否則，藝術文化只能是強權所決定。在這個語境下，純粹審美的無功利性內涵確與文化關懷的當代藝術議題有較大的差異。

當然地，在上帝已死的後現代氣氛裡，任何人都可以質疑康德批判體系的正確性；雖然如此，我們亦懷疑誰能證偽。或許，我們可以接受哈柏瑪斯（Jurgen Habermas, 1929-）的意見：所謂的後現代是未竟的現代主義。後現代思潮似乎顛覆不了康德批判體系而多等而下之地在黑格爾辯證史觀裡討生活。此外，當代藝壇的現實經驗告訴我們，在當代藝術往科學知識 / 創作論述或社會實踐 / 文化關懷靠攏的過程當中，於藝術靈光與政治策略相互消長的風景裡，馬克思主義道德光環底下真正支配藝術批評與價值判准的仍舊是金字塔頂端的現代主義菁英意識，而不是建構金字塔基礎的社會底層消費大眾。以文化關懷理想 / 文化政治實踐相背反故，在證明與證偽兩難的情況下，我們或可選擇相信康德。

若干因文化政治遮掩而喪失藝術靈光者或在生存策略上效法商品消費廣告。由於以糖衣包裝權充藝術靈光，於是，它的藝術主體性只能是布希雅（Jean Baudrillard, 1929-）稱之為超真實（hyper-real）的東西。從辯證的角度來看，後現代藝術在經過文化政治的轉折之後，彷彿以超真實之名而又再次地回到美無功利性的範疇來。果然如此，那麼，就康德美學而言，傳統舊美術與當代新藝術雖然路徑不同，卻也殊途同歸。奈何，以純粹性而成「華麗典雅」的膠彩畫卻往往因其純粹而遭受文化政治觀點的批評。它彷彿以反諷的手法暗示我們：所謂在地性文化認同的認同對象可能不是空間屬性的台灣在地文化，而是一種通過個人生命時間之累積而後有的意識型態。無奈的

是，膠彩畫既因「華麗典雅」而自外於藝術哲學的知性辯論，更在文化政治實踐與純粹藝術審美兩相混淆的情況下成為發言權爭奪戰的犧牲品。

在黑格爾主奴關係論的辯證影響下，當代主體性思考多在客體參照下建構。在這種抽象概念的制約之下，雖然我們聲稱「華麗典雅」的膠彩畫確實主體特徵明確，但這也僅僅對若干審美感受敏銳者有效。在藝術批評以「觀念 — 辯證」¹⁴為時尚的台灣當代藝壇，我們或需要在感官現象的具體證明之外，再用抽象概念建構膠彩畫的主體性；膠彩畫史或許是個方便法門。

辯證反思的對象不僅是空間屬性的結構，更應當是流動的時間歷程。由於主體性是通過漫長的實踐與累積而後獲得的，因此，具有空間廣延性而得確實指認者僅是其表象，它距離主體性確認尚遠。辯證法的運用或當觀照完整的發展歷程，而不僅僅是膠著於斷裂史觀。就建構台灣藝術主體性而言，完全的迎合西方或完全的標榜地方都是非辯證的。辯證反思的精神在於更深刻的反省而不僅止於排他性批判，因此，片面地擁抱西方或嫌棄鄉土都是非辯證的。

消費空間 / 生命時間

約略地說，解構 / 後現代主義因以多元開放擁抱社會大眾而獲得當代價值論述的合法性，新 / 後馬克思主義因針對大眾文化進行了菁英批評而多遭非難。就學理而言，上述兩種研究取向皆能為我們提供若干洞見，只是，台灣當代文化 / 藝術在商品消費 / 流行時尚議題裡因偏重文化政治的策略操作，使得台灣當代藝術 / 文化商品 / 流行時尚呈現了較多菁英獨斷的性格。由於台灣後現代消費文化 / 藝術論述多是從西方理論這種特殊事例出發以推導出台灣在地文化的普遍性的演繹法，因而較缺乏社會大眾的經驗實證。另一方面，由於社會大眾對於辯證演繹方法論是無能為力且不具發言權的，因此只能被動地接受指導並力求奮發向上地呼應菁英階層。但是，文化反思的議題一旦滲入到主體性探討，它已質變為生命存在的課題了。以此，置身於後現代消費文化全球化風潮之下的台灣膠彩畫，其主體性的確立或不在世界地圖上的廣延性，而只是立足於台灣美術史上綿延不斷的發展與累積。

■ 注釋

- 1 關於膠彩畫，參見施世昱（2003）：《台灣當代美術大系 — 媒材篇：膠彩藝術》。台北市：文建會。
- 2 參見李維菁（2003）：《台灣當代美術大系 — 議題篇：商品、消費》。台北市：文建會。
- 3 靈光（Aura），德國Walter Benjamin（1892-1940）用以討論工業時代的

藝術品的一個術語，或譯為韻味。

Benjamin (德) (2006)：機械複製時代的藝術 (李偉、郭東編譯)。重慶出版社。

- 4 林宏璋 (2005)：後當代藝術徵候：書寫於在地之上，11、13。台北市：典藏藝術家家庭。
- 5 林宏璋：後當代藝術徵候，11、17。
- 6 就某方面來說，當代文化理論針對新馬克思主義代表人物如阿多諾、霍克海默、馬爾庫塞等人之批評，是使西方研究興趣從生產轉變到消費和文化變遷的主因之一。
參見費瑟斯通 (英) (2000)：消費文化與後現代主義 (劉精明譯)，1-2。南京：譯林出版社。
- 7 貧困的社會大眾在追逐流行時尚的過程中或不以自身的經濟能力為考量，卡債即為事例。這方面的研究較集中在慾望理論的討論裡，本文在此從略。
- 8 林宏璋說：「在這種情形下，藝術家想當然爾是其文化的代言人，這是藝術全球化的政治層面。」如果當代藝術主流的眾多非理性論述與反美學只是為了主流發言權的鬥爭而不再有其他積極意義，身為觀眾的我們理當站在反動的立場。」
林宏璋：後當代藝術徵候，13。
- 9 針對膠彩畫，美術館曾舉辦大型研討會予以肯定和討論。參見：
膠彩畫之淵源、傳承及其影響學術研討會 (1995)。台中市：台灣省立美術館。
台灣東洋畫探源 (2000)。台北市：台北市立美術館。
- 10 林宏璋：後當代藝術徵候，15。
- 11 無厘頭的「遊戲」也是台灣當代藝術的流行時尚之一。
參見張晴文 (2003)：台灣當代美術大系 — 議題篇：遊戲·互動。台北市：文建會。
- 12 「西方美術、台灣製造」是倪再沁形容台灣美術的用語，本文以呼應流行時尚議題之故，在此加以換喻式的挪用。關於倪再沁 (西方美術、台灣製造 — 台灣現代美術之批判) 一文及與之相關論戰，詳見葉玉靜主編 (1994)：台灣美術中的台灣意識。雄獅圖書。
- 13 陳英偉《假設性後現代主義的虛實》一書中，即以「存在即是事實的現時創作」一章做為溝通台灣在地經驗與後現代藝術 / 理論 / 創作 / 批評的橋樑。
陳英偉 (2000)：假設性後現代主義的虛實。台北市：文史哲。民國89年。
- 14 李思賢 (2003)：台灣當代美術大系 — 議題篇：觀念·辯證。台北市：文建會。



朱忠勇 純粹的浪漫 2003 95×110 cm



石美玲 芒 2003 75×135 cm



李貞慧 幻林夢影 2001 117×117 cm