

專文二十：評析

評析人：閻鴻亞（國立台北藝術大學戲劇系兼任講師）

日期：2015/12/31

保羅·錢尼（Paul Chaney）〈政黨承諾與政策：1945-2011 年的重點文化政策宣言〉一文之回應

鴻鴻

讀保羅·錢尼對於英國選舉當中藝術公共政策所佔份量及方向的研究，與台灣之差別不啻天壤。茲分幾點回應：

第一，英國由 1960 年到 2000 年，政見發表提及藝術的比例由 1.9% 提升至 44.6%，顯示出政黨利用將藝術政治化的方式來增加競選競爭力。然而在台灣，選舉政見從來與藝術文化無緣，不論中央或地方選舉皆然。比較具體的選舉支票，例如馬英九 2008 年總統大選之前承諾文化預算將從現行佔總預算 1.3%，提升至 4%（六百億），並喊出「文化立國」的口號，但文化部 2012 年成立之後，部長龍應台卻只要求文化預算要增加到 1%。這目標直到 2014 年仍未達成，只有 0.87%。而這些文化預算的開銷，從 2000 年以來兩黨政府的政策，都以支應大規模的硬體工程為主，包括高雄衛武營藝術文化中心、高雄世大運體育館、台中大都會歌劇院、嘉義南部故宮分院等……而且這些建設，多屬先射箭再畫靶，定位不清、方向不明、長期營運計畫闕如，即率爾操戈，然後才開始面對如何與地方需求、文化生態動向牟合的問題。以台中歌劇院為例，地方政府「生得起、養不起」，文化部不得不接管。文化只有工程、沒有政策，成為台灣政治的常態。

看到二戰後的英國選舉中，各政黨宣言對藝術的重視急遽倍增，以製造話題來削弱對手勢力，實在令人不勝欷歔。台灣由於多數民眾並不關心文化政策，所以競選團隊根本沒有想要拿文化當武器，即使被迫表態，但選後翻臉也不以為意。

2011 年底，由「文化元年」發起的「文化界提問總統候選人」，首度讓三黨總統候選人將文化議題放進競選政見當中。2014 六都大選，台北市長的無黨參選人柯文哲破天荒簽署了由民間學者起草的《台北市市民文化宣言》，承諾「文化自治」、「文化優先」、建立「文化整體影響評估機制」的治理方向。但這兩起事件都是候選人被動回應，而非主動提出。而並無二致的是，選後都完全跳票。馬英九總統的文化預算規劃事實上比前朝還少，柯文哲則將《台北市市民文化宣言》棄若敝屣，在文資議題上不斷退守，南港瓶蓋工廠、嘉禾新村的全區保留、新北投車站的原地重建全部破局，而且與民間團體溝通手段之粗暴，尤勝過往，甚至稱文資團體為「文化恐怖份子」。這些「選前選後兩樣情」的卑劣紀錄大大挫傷了民眾對候選人政見的信任度，尤其文化政見若非付諸闕如，便是當作欺哄文化界的選戰伎倆。

第二，則是地方分權制的討論。研究中顯示，**英國的地方分權制導致本該由全國視野出發的政策遭到區域化，國家缺乏支持與監督地方政府推廣藝術計畫的事實。**台灣的狀況剛好相反，文化預算雖然不多，由中央統籌、卻吝於分配，讓各地方的文化預算捉襟見肘。地方政府若要發展在地文化特色項目，需自行額外撥款支應。由於地方首長並不注重文化，台灣許多縣市的文化局長職位流於酬庸性質，並無專業素養或文化視野可言，這就造成各地文化發展的進程有極大差異。例如苗栗曾把一個月放 22 場煙火視為文化政績，或是花蓮把邀請國際級交響樂團視為年度文化盛事（還發生在演出中放煙火放到演奏無以為繼）之類的鬧劇。2015 年高雄市立美術館館長離職事件，凸顯了有企圖心的文化局也可能為了掌握權力而犧牲專業治理的問題。中央要先有「支持」才可以「監督」，「缺乏支持與監督地方政府推廣藝術計畫」的機制，在文化中央集權的台灣以另一種方式上演。

該研究將地方分權制造成藝術政策思考只限於地方階層，並且受到當地的社會歷

史因素影響，視為負面因素。但在台灣，文化的活力在於發展在地思維，幾乎已成共識。蔡英文於 2015 年 10 月提出的總統大選文化政策主張，便以「地方學」、「擴大公共課責」、「翻轉由上而下的文化治理」為主要論述，顯見與英國當前關心的問題全然不同。而國民黨的總統候選人則迄今未提出任何文化政策論述。

第三，研究顯示，二戰後至今，英國各政黨將注意力由社會政策轉為**藝術為經濟帶來的效益**，及其推廣國家能見度的潛力。就前者而言，身為文創領頭羊的英國操作文化與經濟的正負面影響，需要更深入的研究。台灣對這一風潮的盲目追隨，可謂未蒙其利，先受其害。台灣目前文化政策的主要問題（或疑慮），在於政府「藝術功利化」的價值傾向。「文創」模式凌駕所有無法有立即產值的藝術創作、資產保存、教育培基，反而對於有形、無形的資產維護，全不在意。有形的資產處境，柯文哲上任至今的多起台北市文資爭議，還有樂生療養院園區的崩壞，都是活生生的例子。無形的資產處境，例如有名無實的「國家電影中心」，至今仍窩在青島東路 7 號 4 樓的狹仄建築，預算連保存舊片都不足，遑論研究與推廣；更別提仍在紙上談兵階段的「台灣攝影博物館」或八字沒一撇的「表演藝術資料中心」。用經濟產值評估一切，造成全國各地充斥只有商品沒有文化（至多只有觀光化）的文創園區。

對於後者，以**藝術推廣國家能見度**的做法，值得學習。台灣政府的思維淺碟，例如各地政府鼓勵電影拍攝，卻落入「城市行銷」的宣傳要求。以台灣的國家處境，過往形象多賴民間自發的藝術外交，至於需要深耕的文學翻譯、藝術輸出、文化合作，如能有全盤規劃及長遠投資，不但能開拓台灣藝術家的舞台，更能讓台灣的國際能見度大增。但是這需要內行人的細密操作，而非急就章的標案或補助章程，就能見功。