

編者的話 (繁體)

以物之名 / 陳燕平

如果您曾經享受過麗美中心的服務，《費柯·沃柯》必定能夠進一步協助您完整地了解您所體驗過的，身、心、靈上不同層次的祛毒與美容療程服務。如果您不曾親臨麗美中心，那麼特別為麗美中心限量發行的《費柯·沃柯》也必將為您開啓一個全新的美感驗證之旅。從此刻開始，這趟以美之名的旅程，將以最細膩的方式，帶您造訪一個絕對的美麗境界。

「美」不只是人類日常生活中的主觀感知經驗，也是滲透於社會文化各個層面的客觀價值和信仰，在哲學與藝術領域中更是經典議題。而「藝術」與作為「物件」的「藝術品」之間的複雜關係則在法國達達藝術家杜象拋出他的現成物後才逐漸從哲學與美學的範疇走入一般公眾可以討論的話題範圍中。後來美國藝評家露西·利帕德在1968年為了使正在興起的概念藝術合法化而提出的「藝術物品去物質化」，而羅莎琳·克勞斯十年後從極簡藝術與大地藝術的角度出發所闡述的「雕塑的擴展場域」所發揮的影響更是深遠，只不過這些觀點雖然為新形式的藝術生產提供了理解的框架，卻也使藝術範疇的歷史性定義模糊化，並困擾了當代藝術的確定性。而在短短的五十年間，當代藝術學說與研究卻出現了「物質轉向」，許多學者開始認為所謂的藝術「去物質化」在今天已經不再有具體意義，轉而關注藝術物件與物質的內在關係。有些學者認為這個現象是藝術對數位化世界的解藥性回應，有些將對「物」的擁護視為藝術家對藝術理論化的抗拒，或是以物質來消除作者中心以抵禦藝術因為與科技結伴所帶來的日益主體化問題。¹而在今天的新媒體時代，網絡世界中的影像與訊息爆炸更是為原

¹見Rosler, Martha, Caroline Walker Bynum, Natasha Eaton, Michael Ann Holly, Amelia Jones, Michael Kelly, Robin Kelsey, Alisa LaGamma, Monika Wagner, Oliver Watson, and Tristan Weddigen. "NOTES FROM THE FIELD: Materiality." *The Art Bulletin* 95, no. 1 (2013): 10-37. Accessed February 10, 2020. www.jstor.org/stable/43188793.

已複雜的情況增添危機：今天的美術館充斥著各種各樣的物件——繪畫、雕塑、相片、錄像、純粹是物件的物件（護欄竿？告示牌？除濕器？投影機？）與不純粹是物件的物件（藝術家的「現成物」？看起來像超市商品的「藝術品」？極簡藝術家擺放的磚塊？）；與非物件（聲音藝術？牆上或空間中的投影？虛擬實境？數位館藏？）。許多人可能已經看不懂，面對呈現形式與性質迥異的各種物件，究竟什麼才是藝術、如何歸類、怎麼分主流與邊緣、何者當道、何者過氣、標準在哪裏、什麼是美、美重不重要、誰說了算？

過去人們以「真、善、美」要求藝術，但是在今天這個物慾橫流，商業掛帥，美與品味充滿陷阱的世界裡，這樣的單純美好如何維繫？是否足夠？《麗美中心》因應這樣的當代語境而生，試圖在一個充滿假像（和假新聞！）的虛假世界裡提供人們一些探究美麗與虛實的真體驗。創辦人刻意通過各種美容與藝術手段製造了一個個物與非物之間的多重矛盾以及它們之間的相互祛毒、消解，專門從感知與物理管道出發來連結前來體驗療程的客戶們的注意力，並同時給予他們一道道視覺與感知上的難題。在這裏，一切似乎都似是而非，療程中客戶一踏入麗美中心便盡見詩意與曖昧——面前站著不是美麗裸體的美麗裸體，腳邊一灘不是水的水，眼裡一叢不是雨林的雨林，空間中擺著不是桌子的桌子，牆上掛了不是時裝的時裝，而最終他們發現自己身處不是美容院的美容院，而《麗美中心》則是個不僅展示藝術的藝術展，不怎麼當代藝術的當代藝術展，不只有雕塑的雕塑展（您目前正讀著的或許是一本不是雜誌的雜誌）……在這一連串的是與不是之間，《麗美中心》旨在形成一個意義自由生產的異域，一切都有可能，美容師和客戶都在療愈與施療中各自尋求解答，而觀眾、藝術家、藝術物件、展覽場地甚至是出版物都得以互為主體，在各方的相互觀視下彼此豐富。

《費柯·沃柯》除了收錄麗美中心中最相關的經營理念和創辦人所精心雕鑿的，文字型態上的「美麗概念」之外，更特邀藝術界的評論家來為觀眾進一步挖掘與釐清有關美、藝術、和與之相關連的機制界定等議題。

首先是已故英國藝評家兼策展人約翰·卡爾卡特（1951-2018）生前特地為《麗美中心》操筆寫作的〈美麗與墮落〉一文。一開始，作者便在短序中強調人們與藝術之間繁複的關係以及當代藝術論述的慣性客觀取向與觀者主觀經驗的相互悖離。為此他刻意避開學術邏輯轉而強調實驗性與想像力，並以他慣用的虛構敘事（fiction）手法結合《麗美中心》無預設立場的結構為出發，文中人與物的選擇，情節與時空的編排，甚至是字體、標點符號與句子格式的設計，都緊扣主題而充滿意象。從伊甸園的蘋果、特洛伊的海倫、能望見富士山的書房、到攝影棚裡的名模與攝影師、美容院裡的蘋果電腦、和未來的虛擬世界，強烈的畫面感似乎受到了《麗美中心》的召喚，而蒙太奇式的拼湊法也巧妙地呈現與呼應了「美」的定義的不穩定與多面性。在隱喻當代的「在美容中心裡」一節中，作者更神來之筆地以「剪切與黏貼」（cut-and-paste）的方式，將蘋果公司的廣告詞嵌入到當代學者的文化討論中，在影射商業社會中「美」的行銷的同時順勢體現了「谷歌時代」中網絡世界的「剪貼綜合症」（copy-paste syndrome），也讓文章在書寫手法上與《麗美中心》獨有的療程設計達至思維頻率上的「同步」（syncing）——文中這段呼籲尤其讓我們讀出了麗美中心潛藏的創辦動機：「在這個個人電腦、數位科技、行動電話、虛擬實境、大眾消費的時代裡，美……需要被重新定義……」

接著，由新加坡藝術家兼策展人蘇茜·林厄姆執筆的〈反諷的雕塑角色鑄型：「美的提問」的可被提問性〉則為《麗美中心》從創辦形式、療程內容、中心內的物件與材料運用以及場地設置等等都做了細緻的形容與分析。作者從《麗美中心》的經營主題切入，先是帶出了雕塑、美、藝術與權利之間的密切關係，再逐步深入地探討和挖掘「藝術美容中心」底下的可能含義。這包括對創辦人楊子強「創業背景」的研究，例如他如何在「自然現象」與「人造美」的角力之間，因為自身雕塑家身份的介入而不自覺地從原本設想的「無形」之塑形走向了彰顯潛意識的「有形之形」。對林厄姆來說，《麗美中心》除了「繼承了巴洛克與洛可可美學」也透露著一種「說教式的荒誕美學」。在影射自拍時代中的人們（尤其是女人？）對膚淺的美與對自我身體形像的迷戀中，也彰顯了「美」在當代語境中其「可被提問性」的吊詭情形。除此之外，《麗美中心》也在作者的形容中一方面「處處顫動著精神分裂症式的不一致性」，另

一方面卻又暗含埋藏在藝術家心中的道家思想，其敏銳的觀察進一步揭示了藝術家的男性身份與女性美的品味的曖昧與衝突，此舉無疑為創作與潛意識的關係增添了一筆。

另外是摘錄自「金山上的美容院——擬態：藝術現形記座談會」第一場講座「掩目：以美之名」的部份內容。別開生面的主題，由麗美中心創辦人楊子強親自上陣，與台灣知名美術史學者白適銘教授以各自的角度，從生物世界中的「擬態」行為，商業時尚生態中的各種「掩目」手段到美術館空間的社會作用，共同探討了「生存」與「策略」的交疊作用，有趣地揭示了「美」、「藝術」、「藝術家」、和「文化」、「社會」、「政治」如何在相互依賴與對立中最終彼此協商、適應與融合的過程。當中楊子強強調了藝術家作為提問者的觀點，觸及了藝術的「不安份」與主流體制的對立、「美」在當代的必要性、以及藝術與藝術家兩者的「生存」與審美框架的構築與藝術手段的作用等問題。而白適銘也提出在「作者已死」的當代語境中，藝術家與觀眾之間身份出現相互模擬、藝術展示空間與藝術品以及藝術家的關係、藝術定義以及文化背景對公眾詮釋作品的影響、藝術的社會化等議題。他關注「以美之名」的反思，恰當地指出「美」在宗教與哲學中的差異，並有趣地以「藝術荷爾蒙」論來形容藝術家在不同情況中如何以「掩目」與「擬態」的藝術手法來完成其社會作用。

最後，由台灣知名藝評家高千惠教授所書寫的〈當謬思女神進駐美容院〉更從國際藝術生態圈入手，直擊當代藝術生產線中的商業操作與機制霸權等問題。她精準犀利的把脈與剖析，為久病不癒的藝術生態環境帶來深刻的反思與提醒。必須一提的是這篇原名為〈是誰殺了美術館？〉的文章，其書寫始於九零年代，曾是一個座談會主題，之後才被集結於2008出版的《叛逆的捉影》裡。而楊子強在創辦麗美中心時對體制的思考則始於2007年在新加坡國家博物院所展出的藝術項目《無樹之日》，之後才開始構思以《麗美中心》做為創作手段，以「美」的主題切入，逐步形成對於當下藝術機制各種角度的探討。當時雖然兩人一個在西方的芝加哥，一個在東南亞的新加坡，彼

此所針對的議題和現象卻在不同地理位置中的一個時間軸上有明顯的呼應與承襲。高千惠以評論者的角度刻畫了美術館作為公共空間在時代、地理、政策與文化變遷中所面對的困境，包括在競爭壓力下所催生的軟體（比如館藏）與硬體（比如美術館建築）之爭，在經濟與文化的掛鉤中通過如「爆堂秀」與「主題園」等商業手段來收獲所謂的「人頭率」，以及最後在民粹與菁英的角力中，美術館作為一個經營文化的機制，其功能與定位的混淆不定。這些與《麗美中心》中「小心滑倒！」的告誡立牌，九個數位屏幕裡暗中進行的「美」的商議、內容似是而非的美容療程手冊等等，都有一種耐人尋味的契合。而這篇文章和麗美中心兩者之間更是形成了很好的互文對照，藝評觀察與藝術創作理念的執行之間似乎出現了一種相互印證，並且彼此交疊出一個微妙的觸碰點，彷彿異口同聲的發問：「當謬思女神進駐美容院」，「美」是否就將得以正名？

《麗美中心》先後在新加坡藝廊與台灣美術館成立，加上《費柯·沃柯》如今的出版面市，楊子強總共花了近十年的時間和心力，希望通過雕塑物件、美容祛毒療程與藝術閱讀的聯盟，在個人創作、當代藝術機制與商業模式的範疇中，重新審視「美」、「藝術」、「藝術品」和我們的關係。而作為由藝術家一手經營的美容院，《麗美中心》的可貴之處還在於它不只是藝術家主觀的「個人表現」，也明確地仰賴受療者的個別主體經驗。而處於兩者之間的仲介或許便是我們稱之為「物件」的東西——在此，如果我們換一個角度，跳離美學的範疇，那麼根據人類學家Alfred Gell的「藝術能動」理論，我們生活中的所有物件——包括藝術品都是社會的「能動者」，因此研究藝術品的重點不在於它們「代表」了什麼而是它們「啟動」了什麼。Gell認為藝術家人格、思想以及物質之間存在緊密的關連，其能動是通過不同的「指向符號」(indexes)——既「分散的物件」(distributed object)來調解的。在胡賽爾的影響下他提出時間、變化、以及創造力之間的關連，認為藝術家的個別作品中總留有其早期作品中出現的或是「被預期」的痕跡，而早期作品中的滯留物則能夠從後期的作品中被找到。藝術家的作品因此是由意識的滯留 (retention) 與前攝 (protention) 所構成，而藝術史的結構則顯示了認知過程的外化和集體化。因此對他來說藝術「風

格」是一種關係網絡，而理解藝術作品必須分析藝術家的總體作品 (*oeuvre*) 而不是靠傳統美術史中慣用的單件作品解讀。因此，藝術物件都是不同「分散的物件」的疊加，而藝術家的意識做為「能動」不僅僅是「人們可接觸到的」，而是藝術家本身就變成了這個物件，並以無數的形式在不同時空領域發揮作用。²

以此來看，楊子強的〈麗美中心〉便是他藝術生涯的一張大型羊皮重寫紙 (*palimpsest*)，上面除了刻滿他個別作品在不同時期出現過的或清晰，或隱晦的版本痕跡，也隨時預備著將來可能被疊加上新的標記，因此，我們從《麗美中心》便可探尋楊子強的個人藝術軌跡。他是在不斷地通過物質與形體物件為自己的雕塑家身份做表徵時才悄悄地跨越了雕塑的藩籬，而「傳統」和「雕塑」在這裏並不是消失了，而是幻化了。如果我們將《麗美中心》總結為一場藝術家對物件、物質 / 材料、美學與藝術範疇、以及體制的提問，那我們該關注的或許不是美術館是否有決定什麼是「美」的權利，或藝術家是否還能決定自己作品的意義，而是藝術物件本身究竟蘊含什麼能力？

如果《麗美中心》是提問，但願《費柯·沃柯》是助您尋找答案及通往謎底沿途中的門徑、驛站與風景。

² 見 Gell, Alfred. *Art and Agency: an Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press, 1998. 以及 Chua, Liana, and Mark Elliott. *Distributed Objects: Meaning and Mattering after Alfred Gell*. New York: Berghahn Books, 2013.

