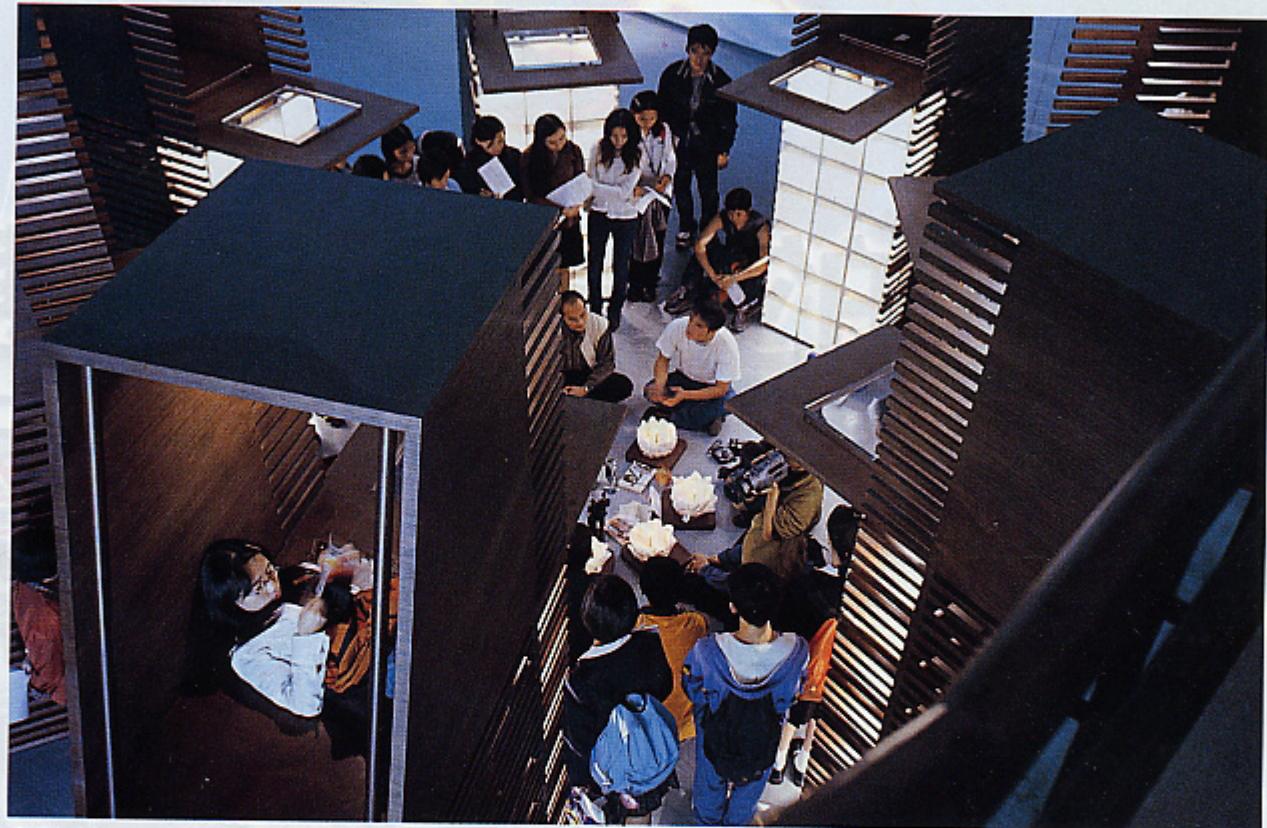


90年代台灣裝置藝術狀況（三）

互動式裝置

文／姚瑞中



李明維《壇城計劃》，2000，台北市立美術館。（李明維提供）

近年來國際當代藝壇對於「互動式」的作品情有獨鍾，幾乎所有的國際大展都不可避免地邀請此類藝術家提出相關的展出計劃，而這類帶有親和力的互動式作品，在熱鬧有餘之外也的確拉近了藝術與大眾的距離，也成為許多年輕藝術家攻克藝壇的捷徑之一；他們往往從生活中取材，將一些非藝術範疇的行為與概念挪用至藝術領域裡，打破藝術高不可攀的既成概念，舉凡遊戲、問卷調查、抽獎、甚至於睡覺、休息……等，都成為藝術家實驗的材料，這類藝術藉藝術體制的背書，雖然只在短暫的展出時間中，才真正被嚴肅的看待成「藝術品」，卻也在一場場的展出結束後，回到了日復一日的日常生活裡，也同時宣示著「藝術本就奠基於生活之中」。

觀眾參與式互動裝置

活躍於美國的藝術家李明維，近年來的展出都以與觀眾的參與互動為計劃的主題，是比較具有自己體系且長

期發展的例子之一，而2000年於「台北雙年展」中的作品《壇城計劃》^(註1) 則是他在台灣發表的第二件作品，在「分享私密」的概念下，於展場中建構了一群木製浮屠階梯狀的高台，這七座木製壇台，圍成一個圓形而幽謐且適合冥想的空間；第一週他邀請六位參與者，將他們認為生命中最值得珍視的收藏物呈現在壇台之上，下一週的領眾者將由前一週的領眾者指定，再邀請七位新的參與者，帶來他們的聖物並置放於壇台上，將原有的聖物移至正面的七層壁龕並自行規劃當週邀請的對象及聚會方式，如彌撒或禮拜儀式般地固定於每週六在美術館內公開舉行。參觀者必須攀上七階木梯，凝視觀想這些珍藏品的內在意涵，體驗並分享自我或他者的生命歷程；「壇城計畫」提供一個溝通的介面，讓大家把私人最內在的意念及對物件所具有的特殊意義，呈現在公共空間裡。他期望透過這個計劃來探討什麼呢？他說：

「在我們周遭的生活環境中，尤其在亞洲，隨時可見以看到教堂、廟宇、神壇。即使不信宗教的人，心中

也會存在著一種神聖感，會覺得某些物件、事情、空間或人物，是神聖不可侵犯的。而且每一個人都會把自己內在的聖界，投射或外化於一些事物上，可能是一盒照片或書信，牆壁上的海報，幾首音樂。即使在這超現代的時代，我們每個人還是會被某些東西或人所吸引感動或著迷。我希望給大家一個空間，把他們的所重所愛所願表現出來，將他們獨特的意象、物件、聲音，展示在一個高聳的位置，放在公共（雖然只是暫時）的神壇上。」^(註2)

每一個不起眼的小東西，都可能隱含著一段改變提供此物件主人的命運，而這一件件物品也象徵著我們藉著收集已逝的過去，來重建在自己不斷變異的外在面貌之下，那真正瞥見自我的一刻。這個被他所供奉的物品已不再僅僅是物品本身，而是藉由此物的中介作用，將我們的私密回憶重新喚回，而透過他所安排的這個圓形祭壇，陳列出一個個經驗物、收藏品，用它們來交換我們已經死亡的過去。

另一類與觀眾互動的空間裝置，往往透過遊戲的方式，來誘導觀眾參與。陳俊明2001年的作品《介》即是一例，展場中央放置著八個從紐約運回，由陳俊明白製的大型黑色蹺蹺板，在展出前先將它們運到台北市各個公共空間擺設，如：捷運站、誠品書店、百貨公司、西門町……等，讓作品與路過的人自然地產生關係，他（她）們有情侶、朋友、父母與子女等，並以攝影機紀錄此互動的過程，與蹺蹺板同時在展覽期間展出；當人們坐在蹺蹺板上上下下的活動時，介於人們之間的互動力量，平衡機制和競爭原則自然地展延出「In-between」（介）的意義。探討存在於兩極意義對立下的矛盾與衝突的關係，呈現他對生活中能量的轉換，及生命價值觀與目的之體悟及質疑。

他認為每個人時時刻刻都在做決定，決定自己何去何從，當任何答案浮現時，另一相對的一端也立刻成立，他說：

「我喜歡介於兩者之間的概念或事物。我喜歡曖昧、模糊。進一步的說我喜歡一種『游移』的感覺，從一端擺動到另一端，我認為這是一種思考性的熵。」^(註3)



陳俊明《介》，2001，台北市東區。（攝影／姚瑞中）

他進一步闡述了關於「熵」對他創作的影響：
「熵是一種測量時間、無秩序的變化系統。熵和時間有十分緊密的關係，熵的增加代表著時間方向的改變。熵是宇宙的基本結構。我喜歡觀察能量在空間、事物和人們之間圍繞和傳動著，以及力量如何利用媒介在時間的結構裡，連結、運作及改變。」^(註4)

對他來說，速度的生成變化就成為此件作品主要探討的對象之一，藉著最為普遍、也最不須要任何技巧的蹺蹺板活動，來潛進他對於短暫上下重覆位移的抽離企圖，於是概念與概念之間產生了一個鐘擺作用力，如此作用外延至人與人之間、個人與社會乃至於國家與國家之間，概念與概念間不斷地遊移以及力量與力量間無止盡的衝突抗衡與抵消，這便是「介」的場域；而這場域構成了當下時代性的特質，一種矛盾的衝突對立，就如同他欲揭發的一種狀態，面對現代主義全盤化宰制人類的一切生活，當一切都在二元對立的價值體系下作判斷，你又該選擇那一邊？也許在觀眾上下搖擺的微笑聲中，才能體驗所有的一切都是一種流動的位移現象吧！

另一類由藝術家號召參與者共同執行創作的方式，近年來也成為一股風潮，甫於2001年開幕的台北當代藝術館開館展「輕且重的震撼」中就可以見到不少以此手法創作的作品，例如吳瑪悧的《從你的皮膚裡甦醒過來》、張美陵的《你們家有什麼東西可以拿到美術館展覽？》、范姜明道的《點子處處》……等，以莊普的作品《我的名字》為例，此件作品延續他以往「手繪標記」的風格與手法，不同的是此次他邀請台北當代藝術館隔壁的建成國中學生來參與創作計劃，以教室中使用的粉筆寫下他們的名字於紅色的牆面上，另一邊的黑色牆面藝術家則寫滿了「我」這個中文字，在這兩面以第一人稱及第二人稱所對立的牆面上，所有的指稱都成為了一個個符號，這些符號不但代表著藝術家、參與者，也同時指涉著每一個觀眾，作為主要符號系統的文字，就成為他探討符號複雜運作之間的標的物。

「……我覺得中國人的名字與外國人、西方人的名字不一樣，例如某些國家使用羅馬拼音文字，其意義和中文名字是不一樣的；台灣與大陸雖然同樣使用漢字，但兩地由於經濟、政治的不同，造出來的名字也不一樣；而建成國中這些學生所代表的這個年紀的名字，可能與我們這一代又不一樣。所以由不同族群、不同世代集合起來的名字，它們所喚起的共同記憶也不同。」^(註5)

比如在上一代有許多革命情懷的名字，如「x中」、「x華」等，這一代較常見的有「大偉」、「淑鈴」，而中國大陸年輕一代的名字大多為單名，比如我們熟悉的「王菲」、「那英」等。從姓名學上可以看出某種意識形態的價值觀，甚至可以讀出其命運，而這些被父母所賦予的表徵與期待，除了顯示一套「系譜」、「祖譜」的血統正源之外，更突顯出社會中的一個龐大辨識系統。除此之外，他在地板上放置了一片片以手工縫製的不定形

灰藍色地毯，上面寫著各式各樣不同的名牌名稱，如CK、LV、Sony、Hugo Boss、Gucci、D&G……等等數都數不盡的符號，我們對這個破碎世界的整體概念與價值觀，卻是由這些符號所建構起來的，而這些符號系統背後龐大而複雜的運作機制以及商業價值，卻是以另一種無微不至的方式，滲透於我們日常生活的意識形態之中。

這個龐大的菁英階級消費符號系統，象徵著使用者的優越意識與階級意識，透過品牌的「唯名主義」來達到一種心理商標的「煉金術」，價值判斷已不僅僅在於其物品的價值，而在於它所構成的「同我族類」之身份判定，正由其所支配。誠如布希亞所言：

「要成為消費的對象，物品必須成為記號，也就是外在於一個它只作意義指涉的關係——因此它和這個具體關係之間，存有的是一種任意偶然的和不一致的關係，而它的合理一致性，也就是它的意義，來自於它和所有其它的記號——物之間，抽象而系統性的關係。」(註6)

集體創作的策略結盟

近年來，一種匿名的集體創作策略成為風潮，在國際大展上屢見不鮮，但在台灣則較為少見，大多數的團體仍以傳統畫會組織的形式出現。1996年「後八」(p8)成立(註7)，是台灣少數幾個以「集體創作」為方式而較為突出的團體，同年於「在地實驗」發表的作品《幸福社區——總體戰略之歡笑與淚水：藝術周邊商品熱賣發表會》中，它們開宗明義的表示是「以藝術為營利目標的團體」，完全不迴避被前衛藝術視為大敵的商業體制；相反的，他們運用企業經營的操作手法，將藝術全盤的「商業化」。在它們六個宣言式的片段中可以窺見其結盟的策略考量：

一、就某種意義來說，「後八」所面對的是一個營利團體般的想像。因為有錢才可以空想，可以空想才可以做些東西。萬事萬物的道理皆為如此。

二、「作品」是一連串的戲法，一點點的技巧與幽默。你可以說，那是為了幫助實現某種願望，這種願望的表面是大家都說想做的那種好事，同時也是幫「後八」實現每一個人都很不凡的那種願望。當然，關於「作品」的這些說法本身並不具有真實感，但這麼說，會讓這整回事更像是一個騙局。

三、再者，當這一切不再是一種「藝術性」的東西時，它僅是容許著些許的虛構，而純真將酬答我們的無知。這更像是一些感言：這會是在我們此生的這個階段，感覺上一件有趣的事。

四、我們稱之為脈絡的事物，充其量，你可以說這是謝德慶1978年後藝術的一個註腳。這個註腳試圖去補充在謝德慶的「作品」那裏所遺缺的某些東西。

五、這裏沒有嘲諷，因為嘲諷需要物件。這裏面沒有個性，因為它未曾存在過。這裏面沒有虛構，因為



莊普《我的名字》，521x448cm，2001，台北當代藝術館。(攝影／劉威昌)

根本沒有真實。

六、當不在場成為藝術唯一的在場，我們舉辦認同卡活動。(註8)

「後八」的作品題目通常都非常長，有點像香港許多系列電影的名稱，如金庸小說改編的《神雕俠侶之東邪西毒》，甚至許多的三級片也愛用這樣的長串名稱，如《玉閨閣之極樂寶鑑》等。它們不以深奧難解或文以載道的題目作為作品的名稱，相反地，以此種系列性的商品行銷策略，從下游普羅大眾的角度來「行銷」作品，與通俗文化結合的傾向非常明顯，它們認為既然大眾不朝我們（藝術）走來，那我們（藝術）就朝大眾走去。

「規劃性」及「設計性」在它們的集體創作中，佔有



後八《幸福社區——總體勤勉之含淚收割》，2000，伊通公園。(後八提供)

很重要的地位，這一件件作品對它們來說，猶如大企業裡的「企劃案」一般，每件作品的製作就像是接一個個「案子」，而透過分工專業、開會討論乃至於後期製作執行，皆由不同的專人負責。若沒有一個中心思考的主軸及企業經營的概念，是相當難維持這樣帶有科學實驗般作品的發展，但是最重要的統合力量仍奠基於它們之間的「情誼」；至於在操作方法上，他們是依循著什麼原則或理論，來從事這樣的集體創作呢？大致來說，他們依循商業機制的操作手法，不再將藝術當成一種積極革命性的手段來看待，他們要做的是以滲透的方式，將藝術帶入商業操作的層面之中，再根據巧妙的時機，扭轉消費體制對藝術的宰制。

2001年於台北市華山藝文特區烏梅酒廠「錯速」一展中提出的作品《2001年藝術在台灣市調普查——總體失速之奮力調查》，非常直接的呈現許多藝術家目前最關心的議題——策展人。他們製作了一份問卷，供參觀展覽的現場觀眾填寫，也掛在他們的網頁上供網友填寫回傳，展出結束後再統計結果，公佈於網站上，不作任何的價值批判，因為他們相信數字自會說話。在展出的宣言上它們開宗明義的表示：

「我們試圖歸納出，這個藝術生態的諸環節中，其『利益取向』和『權力整合』的空間與機率；以統計學上的指標性功能來提供前景分析的某種可能參照；具體的做法則是：分別以藝術家、策展人及藝術生態三方面的問卷，提供策展與參展者，在上述氛圍的趨勢下，一個行銷面向上的抉擇的具體反應，以呈現現實的藝術脈絡和通路資源，並建立發展的參考點。」^(註9)

若沒有長期而深入的觀察藝術家與策展人之間微妙之互動關係，是很難設計出這樣的問卷，在進入討論之前，我們先來看這份問卷內容：

（一至三項圈選本展的其他藝術家，故省略）

四、您認為一位藝術家或參展者在一個「策劃／專題



後八《2001年藝術在台灣市調普查——總體失速之奮力調查》，2001，台北市華山藝文特區烏梅酒廠。（後八提供）

展」中的定位應該為何？（可複選）

- 展覽主題的詮釋者
- 展覽的批判、自省者
- 不應理會展覽主題自由發揮
- 策展人的作品
- 其他 _____

五、您認為當今時下一位藝術家面對這個大環境所應具備的專業素養或能力為何？（可複選）

- 藝術史知識與美學向度的敏感性
- 跨領域的廣闊視野
- 藝術原創性
- 溝通高手
- 企劃天才
- 募款能力
- 人際廣泛
- 刻苦耐勞
- 厚臉皮
- 一種真正的不爽
- 都不需要

六、您認為策展人在一個展覽中所扮演最重要的功能為何？（可複選）

- 社會大眾的教育者
- 藝術家的經紀人
- 場地分配協調者
- 展覽品促銷者
- 打雜的
- 最好是不在場
- 藝術家的精神領袖
- 不知道
- 其他 _____

七、您認為策展人所應具備條件為何？（可複選）

- 原創性
- 藝術史知識與美學向度的敏感性
- 跨領域的廣闊視野
- 跟那些藝術家一點私人關係都沒有
- 溝通高手
- 企劃天才
- 募款能力
- 展覽資源的合理分配者
- 人際廣泛
- 刻苦耐勞
- 厚臉皮

八、您認為一個主題策劃展中，策展人邀請藝術家所考慮的條件為何？（可複選）

- 作品風格與藝術內容
- 藝術家將來成名的可能性
- 藝術家的名氣
- 與主題的關連性
- 認識的朋友
- 曾經具備，或現在就是「老師——學生」關係
- 其他 _____

九、您認為一個主題策劃展覽中藝術家展出的動機為何？（可複選）

- 爭取曝光機會
- 展出地點的特殊性
- 個人興趣
- 經費可觀
- 策展人名氣
- 對於策展主題的興趣
- 盛情難卻
- 反正沒事幹
- 其他 _____

十、您認為策展人在提出展覽規劃時所應確立的策展方向與原則為何？（可複選）

- 以「學術」目的為導向的知識性策展
- 以「資源分配」為導向的政治正確性策展
- 以鞏固既有脈絡之權威性為考量
- 應以其藝術主張為前提，對展覽本身保持開放態度
- 其他 _____

十一、您認為台灣藝術圈內，包含策展人、藝術家、展出空間、藝術基金、媒體間的互動，是否是影響一個策劃展成功與否的關鍵？

- 是
- 否

十二、承接上題，如果是，那麼您認為影響的因素是哪些？（可複選）

- 媒體報導的機率高低
- 經費或申請贊（補）助的多寡
- 是否引起評論的熱烈程度
- 能否在派系團體間尋求平衡點
- 視展覽所能建立的

人脉與通路之多寡 其他 _____

十三、您認為上述這些因素是否會影響策展人與藝術家運作和創作的方向？
 會 不會

十四、您認為影響當今台灣的年輕藝術創作者曝光率的條件為何？（可複選）
 展出空間申請的困難度 申請補助的困難度
 經紀人或行銷管道 是否具備進入某一既有成功藝術家圈子的黨性 藝術霸權的青睞與有限的市場 其他 _____

十五、您認為在今天影響一位藝術家的創作生涯是否能持續，其最重要因素為何？
 足夠的金錢支助 是否能符合藝術市場趨勢
 於藝術圈中位置的確立與否 個人對藝術的理想與堅持 其作品能確實引起觀眾的對話、回應 其他 _____

十六、您認為在未來，身處台灣的策展人、藝術家或兩者間合作，為了藝術作品之推廣與實際利益之取得，最想建議他們的方式是什麼？
 整合藝術家與策展人現有資源，以法人型態重新進軍藝術市場
 整合藝術家與策展人自身專業，以非正式的團隊方式，向企業尋求直接的贊助，或利用企業現有通路，共同創造具藝術性之產品或形象，以此滿足社會大眾消費市場的需求，如公共藝術、視覺媒體、商業產品……等

結合時興之網路科技作為另一出口，藉此科技平台之便利先在國外出名，之後再說
 就全球藝術產業長期發展的架構分析，觸摸藝術市場競爭力的本質與方向，再做判斷
 不須對現狀做出改變（註10）

這份問卷調查的展出形式是以燈箱的方式呈現，題目下的襯底圖片是阿姆斯壯登月的情形，有一種「雖然這是我的一小步，卻是人類的一大步！」的調侃心態，有點悲壯的等著被各方質疑，雖然在展出結束後他們承認，這份問卷調查過於考慮自身的處境，而在不知不覺中預設了某種創作者的立場，而使得調查的層面不夠廣泛，尚不足以成為普查的條件，但卻透露出一個有趣的現象，那就是作為藝術家的一種「焦慮」，而此「焦慮」除了創作出優秀作品的壓力之外，就在於面對一個新的藝術生態系統所帶來的不安與恐懼。在這個藝術行政權高於藝術本身的年代裡，如何能一方面與不同的策展人合作以擁有持續展出的機會，另一方面又能不過於媚俗的見風轉舵，置自身的美學體系於不顧，的確需要巧妙的進退應對能力。

曾幾何時，決定藝術家成敗的先決條件竟然不是作品本身，而是掌握展出大權的「策展人」，隨著藝術體制的日趨龐大、資源的集中化與藝術家的氾濫，想要在眾

多的競爭對手中出線，除了作品本身就已具有一定的水準之外，策略的應用、題材的選擇與廣結善緣，也成為藝術家關心的面向，但就算以上各點都做的盡善盡美，還是不能保證會被策展人「欽點」，因此在這樣的情況之下，策展人往往決定一個藝術家的崛起或成敗。但到底什麼是「策展人」？「策展人」又有何權力？「策展人」與藝術家之間又有何利害關係？

這個名詞在台灣90年代後期隨著雙年展的風潮而逐漸被建立，但在西方藝壇已行之多年，它意味著一種分工專精的藝術產業，每個策展人都有各自專門的策展方向與風格，也有他們個人喜好的藝術家名單與品味。如今在台灣，「策展人」之所以被藝術家奉如神明，主要跟「國際化」的趨勢有直接的關係；也就是說，台灣藝術家因政治因素，長期無法參與國際主流藝壇的活動，因此，能夠出國到國際大展上展出，也代表藝術家本身受到國際藝壇的認證與肯定。近年來，有許多頂著某某雙年展的策展人來台灣作短期的田野調查，因為時間的限制無法一一拜訪藝術家，所以許多藝術家就在某替代空間內排隊等候叫號，形成一個非常奇特的畫面。這樣的情景在藝術家陳順榮的筆下，有很生動的描寫：

「每有機會與國際策展人面談，『應召』的藝術家，總自我解嘲是等候『臨幸』的後宮佳麗，但在忐忑得失之間又甘之如飴。因為台灣可以『出口』的當代藝術家，在自我主張的複數媒材和化有形於無形的多元概念風潮中，已沒有傳統價值的機制可以召喚回頭；而在現實的榮耀裡，當代藝術尚未形成茶餘飯後的普遍話題，仍僵於無法分享的開發狀態。藝術家無法壓抑的創作熱力，只好『峰迴路轉』，柳暗花明又一『火』，藉著國際大展的征戰知遇伯樂，證明藝術上『我思故我在』的更上層樓，也自許台灣某種文化箭頭與國際對抗的能力試煉。」（註11）

當然，在台灣弱少增多與有限的國際展出機會下，這樣的情況似乎也無可厚非，沒有人不想出頭，也沒有人想錯踏失身國際藝壇的機會，但這樣的現象卻突顯出幾個問題：

一、當代藝術家資料建檔與集散地的欠缺，使得這些對台灣完全不了解的「空降部隊」，必需造訪幾個已經建立基本藝術家檔案的據點，雖然此舉無可厚非，但卻易落人口實，而被批評為「地下美術館」或「黑箱作業」。

二、英文網路台灣當代藝術家的檔案開發及建構過於零散，缺少進入的主要「窗口」，與大陸當代藝術的英文網站相較之下，台灣的當代藝術英文網站幾乎沒有資料，在國際間競爭激烈的環境下已喪失主動的先機。

三、在國外一般來說，策展人可透過經紀代理商洽談相關展出事務，而不需藝術家親自拋頭露面，等候面談，這對藝術家來說並不太尊重，同時也突顯出台灣畫廊界對本土當代藝術家的短視與投機心態，缺乏長期的培養與投資概念。



後八《後八—幸福社區 在亂世中做人—走在捷徑上的後八》，2001，台北當代藝術館。（攝影／姚瑞中）

四、這個現象也突顯出策展人應該對他本身的專業與關注的藝術面向，有某種程度的了解與認識；但事實上，他們就算想要深入了解台灣當代藝術，但國際間並沒有太多關於此項領域的資訊，更別談深入而嚴謹的論述；因此，相關著作的國際化也是必需建構的工程之一。

以上的幾點欠缺，突顯出台灣當代藝術行政人才的缺乏與專業素養的不足，但要躋身國際藝壇，光靠優秀的作品或點狀的曝光還不夠，必須仰賴藝術行政的長材與長袖善舞的國際公關，以及政府或民間單位的後勤支援，再加上收藏的流通管道，並且建立學術研究上的風氣，也許還有一拚的機會。

緊接著上一件探討策展人現象的作品，2001年於台北當代藝術館發表的《後八—幸福社區 在亂世中做人—走在捷徑上的後八》（他們將焦點放在與地方互動的方向上，就如同題目所標示的「幸福社區」，他們展開了與當地社區的互動，也許是因為有創作材料經費上的補助，雖然他們表示也倒貼不少，但卻是他們歷年作品中完成度較高的一件）。由於這個展覽「輕且重的震撼」有三個子標題，其中之一是「溝通的希望」，因此，這件作品就根據此方向來發想並執行，他們的發言人說道：

「我們試著在不偏離原來題旨太遠的前提下，按部就班地詮釋這個展覽，為此，在美術館協助下，我們甚至找過當地的里長……，換言之，我們的『溝通』著眼在美術館建立與當地居民的關係……最後我們做出了這個決定：我們為此區的里民制定出一套丈量和規範的準則，打造一個幸福社區。比如說當里民要逃生時，需要以怎麼樣的姿勢奔跑，才符合標準。做社區清潔，掃帚的角度離地面幾公分最能符合全民最大利益與效率。這將是一套準確研究的結果，並製作成一套圖表來標示。」（註12）

這件作品挪用了新開幕的「台北當代藝術館」原本的咖啡廳空間，經過他們的重新設計及裝潢，搖身一變成為時下流行的「網咖」，整個空間充滿著象徵幸福的螢光橘色，搭配螢光綠的壓克力半透明展示箱以及毛絨絨的吧台，使觀眾沐浴在幸福的柔性光輝內。在展覽場四周陳列著許多他們設計的產品、識別系統以及一本CD大小的冊子；這些產品包括：衣服、日常生活用品以及各式各樣的工具等。牆面上則有一張大型的輸出海報，海報中「後八」的成員們身著橘色的連身工作服，頭帶護目鏡，手上拿著形形色色、由他們自行設計的工具（這些工具皆具「中看不中用」的特色），正經八百的擺出救難急先鋒的正義形象，嚴肅中帶著些許幽默。在整個整覽場地內，四處散佈著「後八」企業的標準CIS、標準色、員工制服、商業「做好事」形象照宣傳照等等，並直接販售印上「p8」logo的商品，這些商品大部份都沒有生活上的實用功能價值，也有部份商品是近似生產原料的物件，所有的物品都被建構成一個大企業所有必要的元素，並且都指向為「形象」服務。

商業的優良形象總以被大眾所認同為首要目標，以便利商業上的交易行為，因此，如何在產品之外建立企業的良好印象，就顯得益發重要，「公共關係」的行銷策略，也就成為企業能否立於不敗之地的不二法門，舉凡慈善活動、藝文贊助、社區公益……等，「後八」相信，如果「後八」這個營利事業團體像是一個有名氣的企業品牌，不論是好商品或是爛商品，都可以有很好的銷售成績；這樣的現象也適用於不同領域的商業行為，包括：藝術品交易的商業市場與追求名牌的人性。

「後八」選擇「做好事」，為自己的「藝術企業」塑造形象，現場並展示著許許多「後八」做好事的巨型照片；不但如此，「後八」也發行認同卡，來賓可憑邀請函到展覽現場換取認同卡，整個系統就跟一般的大企業如出一轍，雖然他們曾經自嘲是藝術界的「棄業青年」



得旺公所《城市按摩》，2001。（攝影／張肇麟）

，但他們最後卻選擇了進入消費體制內，以進入體制內改革的策略，來進行藝術被經濟宰制的革命。在這個一切事物都指向消費世界的現今，也許他們的這種策略，可以改變一點點我們對藝術被邊緣化所進行的「絕地大反撲」的無奈期待吧！

此外由台中在地藝術家所組織成立的「得旺公所」（註13），2001年於「好地方」一展中提出的作品《城市按摩》，也是一個集體創作的案例之一。整個作品包括一件裝置及一場表演，首先他們在一處樓高六層的白色牆壁上（夢詩格精品名店）放置十餘尊成鞠躬狀的模特兒，頭伸入掛滿於牆上的百餘幅橢圓形畫框內，這些框內全是由台灣歷史上藝文前輩們的照片，模糊、失焦的俯瞰著台中市熱鬧的街頭，路口上另外有一場「馬殺雞」的按摩儀式，除了路過的行人之外，並按摩街上的汽車，水泥屋及柏油路面，此外也穿插安排幾場的意外行動，由專人沿街黏貼黃色色情小紙片，十隻導盲犬拖著城市按摩者，在人行道上夥同記者與警察，一同擁擠台中市的交通樞紐——中正路。由他們所安排的無牌記者一窩蜂地訪問策展人及這些「藝術家」，完全無視於當時繁忙交通的存在，而警察則畏於媒體的傳播勢力，一反嚴厲的姿態，很客氣的上前勸導，希望他們能到人行道上「按摩」，以免妨礙交通。

整個行動就像是一場脫序的「秀」，顛覆了人們習以為常的作息習慣，對於這樣故意「脫序」的行為，真正

的企圖是什麼？他們表示：

「在這個承載了一切流行商品與邊緣文化、熙來攘往、大起大落的新興城市中，我們屢屢站在路口凝視樓房、人群和廣告招牌，同時不斷地反覆探詢城市的真正需要：是短期性的提供這疲倦的城市一點藝術文化的觸摸？是暫時性的給予視覺上精神上的舒筋解骨？一但各式秀場飄過，人民的疼痛硬塊依然存留。」（註14）

在這樣的思考之下，作品主要探討兩個面向，一是意圖喚醒當代人回顧歷史感的失落，二是藉藝術行為來介入生活現場並造成一種無所適從的尷尬；而以上的兩個企圖皆指向對社會「冷眼旁觀」心態下的一種嘲諷與指正，藉著「盲人」眼不見為淨與「忙人」的視若無睹的冷漠心態，加上「茫人」的好奇圍觀，而形成他們藉「氓人」據地做生意的無政府狀態；這一團混亂的景象與牆上一幅幅「偉人」高高在上的遺照遙相對望、互相瞻仰，呈現社會上誰也不「鳥」誰的奇特現象，它不是社會相互制衡下的管理機制，而是一個短暫的社會煙燻，就如同「秀逗」的黑色喜劇般地在嘻笑怒罵中看盡人間冷暖，而我們都無法置身事外，被這個龐大的社會漩渦所吞食！

註1：除此之外，尚有幾件觀念性的作品：《孕夫計畫》（2000～2002）、《魚鱉計劃》（1998）、《客廳計劃》（2000）、《睡寢計劃》（2000）、《Reflection》（1997）、《金錢計劃》（1994）、《100 Days With Lily》（1995）……等。

註2：「無法無天——台北雙年展」作品導覽手冊，2000/9/9～2001/1/7。

註3：參閱其展出創作自述「從懵到介的創作歷程」。

註4：同上。

註5：「輕且重的震撼」，台北市政府文化局，台北，2001/5，p.90。

註6：尚·布希亞（Jean Baudrillard）林志明譯《物體系》時報出版，台北，1997，p.212。

註7：1996年「後八」成立，前身為「八兄弟」，為一集體創作的組織，作品皆為集體創作，但個別成員也有自己的創作。成員為：崔廣宇、江洋錦、劉榮祿、王曉蘭、簡子傑、陶美羽、陳麗詩、林家棋、陳建興、羅志良等人，成員從開創至今有些許更動，大都畢業於國立藝術學院美術系（第11屆）。他們表示：「我們連『什麼是自己』這個問題都搞不清，我們可以規避現代主義式的自我指涉——這個問題，從一開始，被質疑為一種無效的生產與運作，『一種終將耗盡的藝術生產性』等產生之問題感的根源——在我們不得不設法區別『後八』的具體指涉時，我們所選擇的回應就不再只是一種公約數似的折衷方案，我們將某個事物取名，一開始也許是為了方便辨認它。其後，當我們開始頻繁地使用它的名稱時，也許我們終有一天會忘了它原來所指的事物。」或可上網[https://www.etai.com/post8/](http://www.etai.com/post8/)參閱相關資料。

註8：同上。

註9：「錯速」展覽光碟之藝術家創作自述，2000/11/3～11/19。

註10：網站上有完整的版本，請參閱<http://www.etai.com/post8/>

註11：陳順策〈國際『秀場』有多遠？飄洋過海去扮戲？〉《藝術家》，台北，2001/7，p.110。

註12：「輕且重的震撼」，台北市政府文化局，台北，2001/5，p.118。

註13：為中部藝術家組成的一個藝術團體，成立於2001年元月，成員包括：（得力藝術群）張秉正、李思賢、吳德淳、林平、陳世強、陳松志、陳冠寰、黃忻文、彭賢祥；（旺報工作群）江敏麗、施翠萍、張正霖、黃佩怡等人。

註14：參閱「好地方」節目單之內文，2001/11/23～12/16。