

## 主編語－學美：人生終極追求的夢與理想

Chief Editor's Words: Touching Sense of Beauty in Pursuit of Lifelong Dreams

當今的「全球化」文化概念影響下，社會上瀰漫著兩種極端的情狀：一股強調「速食文化」的生活模式，從出無由亦無可逆料，藉由造型不斷的換裝、變妝，網路資訊快速廣泛傳播，成為年輕人追逐的夢與理想，而從心理學的觀點亦同意這是一種自我滿足的心理現象；設若追逐時尚流行和愛美是現代生活的典型寫照，那麼同時並存著的另一個境地，也造成老少族群的青睞，卻是恰恰相反的所謂「慢活」風尚，呈現的則是朝向精緻極簡的低調雅樂挪移。

隨著社會型態的演變，《現代美術學報》的出版倏忽也已十年了，期間歷經了年刊、半年刊之改變，出版的形式和初衷始終維持在獎勵學者投入更嚴謹的研究和專精的論述。學報的光輝內斂，學者默默埋首鑽研的情境，雖激不起滔天波濤，成果卻如潺潺流水，淘篩出菁華再涓滴澆灌於學術研究之園地。

本年度的《現代美術學報》因應閱讀習慣的改變，試著爭取更多獨有且經長期凝聚而來之特質呈現，然而在強大的「改變」浪濤推波助瀾下，本刊蓄積的能量終於被推上人造衛星發射台，成了首先落實於出版的產物。在期程與編排方式略為調整之後，本期開始以嶄新面貌面對讀者，畢竟內容還是回歸到「藝術」與「美」的本質問題之探討。

不容諱言的，「調整」的意義，回歸到現實的層面，卻和時代現場的氛圍有密切牽連。就前因後果的推論看待「期刊」出版的生態，每一個階段的微幅調整都象徵著一種進步。處於經濟大環境仍然豐饒的時期，藝術創意隨時生發，也隨時會無可遏止的蔓延開來！幾年前流行的隨機表現、隨手取鏡的創作習慣，影像藝術和卡漫次文化的流行是必然的現象。曾幾何時，金融海嘯席捲全球之後，藝術表現的思維些許也有牽連，現今的總體環境不得不估算成本的結局，為何而創作的經濟效益反而成為思量的主流和必要。

本期選刊的陳瑞文先生〈以問題性為核心的美學經驗：德勒茲的圖表思想〉、龔卓軍先生〈夢影像、釋夢學與美學之軸：傅柯系譜學對「經驗」的雙引號思考〉、張瀚云女士〈視覺語言與文化認知的關係－當法國品牌 LV 遇上日本文化〉以及施俊女士、白亦方先生合作的〈視覺藝術結合社會領域之教學研究初探〉等四篇論文，文稿著眼於發揮人性當中的真情、善意和美感，找尋人生終極追求「美」之核心價值。

### 圖表釋疑的「理性美」

陳瑞文先生〈以問題性為核心的美學經驗：德勒茲的圖表思想〉開宗明義點



出之所以將德勒茲 (Gilles Deleuze, 1925-1995) 藝術哲學稱為「圖表思想」，源自他的藝術哲學拋棄傳統美學論點，「…他的藝術哲學不是一種朝內討論藝術感受或藝術意義的美學，而是透過圖表的問題性功能—「應用」藝術變異面貌，朝外帶向文明診斷…」，從近代藝術評論的「圖表徵候」，以「問題性」方式進行思考，論文由符號和圖表聯結的諸多可能變異，將德勒茲的美學理論分成幾個階段詳細介述，不但理性的推衍哲學的辨證論觀點，再巨細靡遺的舉例與前輩哲學家的美學說作對應。

「德勒茲營造出一個放射狀的、沒有邊界的「問題性論述」，不僅不同於再現和同一性的哲學，而且異於叔本華—尼采的美學傳統，其去疆域化的藝術思想直接衝撞藝術學科和藝術的固有範圍…」做為一種感性的表徵，「美學」如何用理性去表達呢？〈以問題性為核心的美學經驗：德勒茲的圖表思想〉以「問題」點題，其實是提出了更開放性的答問機制，也潛藏了各式可變異答案的新遊戲規則。陳瑞文發現德勒茲在論述「圖表思想」的「符號體」形成「動力」的條件：「符號體」一旦不受語言學和邏輯學牽制，只由抽象、圖表決定功能，思想場域便完全開放。

如同作者在文章起始傳達出的訊息，德勒茲有關藝術哲學的論述和其「無邊界」的問題性，異於阿多諾 (Adorno, 1903-1969) 與海德格 (Heidegger, 1889-1976) 之當代藝術論述的典範模式，而對於德勒茲美學與藝術創作間的關係，作者舉例論述德勒茲的不定疆域，對照了培根 (Bacon, 1561-1626) 的繪畫理論，以層次漸近的完整篇幅交代，伸展更豐富的空間。

## 追夢人生的「內涵美」

龔卓軍先生撰文〈夢影像、釋夢學與美學之軸：傅柯系譜學對「經驗」的雙引號思考〉，從法國近代的文化學者傅柯 (Michel Foucault, 1926-1984) 切入。「…傅柯的哲學企圖是想要透過關於主體的系譜學跳出主體哲學，透過研究不同歷史階段主體的形構，引導我們思考一直到今天形成對於『自我』的現代概念的系譜。」

〈夢影像、釋夢學與美學之軸：傅柯系譜學對「經驗」的雙引號思考〉一文，接續了美學的「問題性」，討論有關法國學者傅柯《關注自我》所關注的「夢」與「經驗」。西方哲學和心理學的觀點，帶動近、現代諸多學說的興起，特別是沙特 (Sartre, 1905-1980) 和梅洛龐蒂 (Merleau-Ponty, 1908-1961) 思想為主的法國現象學，「現象學」主張自我實現的最終目標是所有知識的基礎。傅柯把夢的影像當作一種實現自我的技術，去進行夢的詮釋，透過這種思考，形成雙向重疊的距離，指出精神分析思考的「影像再現」，隱含批判存有學、系譜學與「美學經驗」。

龔卓軍藉傅柯對藝術家的作品態度發出質疑：「塞尚、梵谷、克利、馬格利特這些畫家所實踐的西方現代繪畫經驗，究竟該歸屬於傅柯意義下的知識之軸、權

力之軸，還是倫理之軸？」這些藝術家和他們影響力貫穿十九、二十世紀的藝術作品，所強調的視覺『經驗』，究竟要被放在哪一個領域？對現代繪畫還潛藏了一條視覺經驗的「美學之軸」，龔文抽絲剝繭由藝術品和夢境的影像，檢驗潛藏於創作者深層意識的美學基因，即他所指稱被詮釋的「經驗」，是具有雙重意義的思考，故而提論傅柯系譜學對「經驗」的雙引號思考。

龔文將藝術大師的作品與精神分析學者之理性結構漸次深探，驗證「夢境」與「夢的心理」解析為人們對「美學」的經驗認同，綜合看來，文本陳述結合了人文育化和學術理念兩大面向的關懷，從大師發展其藝術品的脈絡解析，「美學」不但是為知識、權利與倫理的核心，更應該視之為個別實現自我的潛意識之軸心。

## 智性「美」的文化認知

工業革命造成消費性商品開始也有其自體的美學模式，「國際」的疆域概念已經褪去，人們藉由便捷的交通，迅速展現出傳播思想的力量，文化的交融與變異，使視覺符號超越了語言與文字，得到全世界的認同。

二十世紀影響全球經濟文化甚鉅的事件—「二次大戰」之後，藝術作品的社會價值亦有所改觀，商品化的「普普藝術」表現，深刻的反映了大眾文化的社會現象，他們所建構的消費美學，正面積極的對「藝術化」商品，表現出接納的態度。

或說這是一種夾雜著藝術情懷的社會脈動，藝術商品的國際舞台，歷經多年的加溫和孕育，已經突破了世代交替的鋪陳，隨著美國總統大選的「Change」口號，「變裝秀」成了最能體現這個時代思潮的一項行動，藝術生活化的設計指標，即將引領流行邁入下個不同的里程。

張瀚云女士從設計史角度來看法國品牌運用異國文化的美學特質，〈視覺語言與文化認知的關係—當法國品牌 LV 遇上日本文化〉探討品牌文化的發展歷程，創造出的全球經濟奇蹟。國際設計精品的品牌文化將當代人們追求時潮、滿足自我，結合了「生活藝術」成為流行商品和地球村的概念，把文化和視覺的元素放入設計思考的要件，超越了使用者的美感經驗，成功的塑造出品牌形象的存有與轉換，也體會得出設計界成為「藝術無國界」的推手趨勢。

針對學校教育的制式化課程，「美感教學」在生活體驗的層面是可以被規範的，而依據教科書編排的教學大綱和實作練習，無非是一本有秩序的學習歷程，它可以教導技術、它可以指示法則、它也是一種典範與律例的明證，反映在「追求美的夢想」與「實踐美的機制」的現代化、全球化生活圈裡，「名牌」設計的底層精神意涵及其發想堪為深耕發掘的案例。



力之軸，還是倫理之軸？」這些藝術家和他們影響力貫穿十九、二十世紀的藝術作品，所強調的視覺『經驗』，究竟要被放在哪一個領域？對現代繪畫還潛藏了一條視覺經驗的「美學之軸」，龔文抽絲剝繭由藝術品和夢境的影像，檢驗潛藏於創作者深層意識的美學基因，即他所指稱被詮釋的「經驗」，是具有雙重意義的思考，故而提論傅柯系譜學對「經驗」的雙引號思考。

龔文將藝術大師的作品與精神分析學者之理性結構漸次深探，驗證「夢境」與「夢的心理」解析為人們對「美學」的經驗認同，綜合看來，文本陳述結合了人文育化和學術理念兩大面向的關懷，從大師發展其藝術品的脈絡解析，「美學」不但是為知識、權利與倫理的核心，更應該視之為個別實現自我的潛意識之軸心。

### 智性「美」的文化認知

工業革命造成消費性商品開始也有其自體的美學模式，「國際」的疆域概念已經褪去，人們藉由便捷的交通、迅速展現出傳播思想的力量，文化的交融與變異，使視覺符號超越了語言與文字，得到全世界的認同。

二十世紀影響全球經濟文化甚鉅的事件—「二次大戰」之後，藝術作品的社會價值亦有所改觀，商品化的「普普藝術」表現，深刻的反映了大眾文化的社會現象，他們所建構的消費美學，正面積極的對「藝術化」商品，表現出接納的態度。

或說這是一種夾雜著藝術情懷的社會脈動，藝術商品的國際舞台，歷經多年的加溫和孕育，已經突破了世代交替的鋪陳，隨著美國總統大選的「Change」口號，「變裝秀」成了最能體現這個時代思潮的一項行動，藝術生活化的設計指標，即將引領流行邁入下個不同的里程。

張瀚云女士從設計史角度來看法國品牌運用異國文化的美學特質，〈視覺語言與文化認知的關係—當法國品牌 LV 遇上日本文化〉探討品牌文化的發展歷程，創造出的全球經濟奇蹟。國際設計精品的品牌文化將當代人們追求時潮、滿足自我，結合了「生活藝術」成為流行商品和地球村的概念，把文化和視覺的元素放入設計思考的要件，超越了使用者的美感經驗，成功的塑造出品牌形象的存有與轉換，也體會得出設計界成為「藝術無國界」的推手趨勢。

針對學校教育的制式化課程，「美感教學」在生活體驗的層面是可以被規範的，而依據教科書編排的教學大綱和實作練習，無非是一本有秩序的學習歷程，它可以教導技術、它可以指示法則、它也是一種典範與律例的明證，反映在「追求美的夢想」與「實踐美的機制」的現代化、全球化生活圈裡，「名牌」設計的底層精神意涵及其發想堪為深耕發掘的案例。

相成的樣態，論理攤開來評比之外，張瀚云女士〈視覺語言與文化認知的關係—當法國品牌 LV 遇上日本文化〉以及施俊女士、白亦方先生合作的〈視覺藝術結合社會領域之教學研究初探〉二篇實務論理的文稿對照，能夠取其經典之感動核心價值，並付諸於務實的情狀驗證，著實難得。

《現代美術學報》主編 李既鳴 謹誌

中華民國九十八年五月