

ppaper

07

2005.6月號 49元

中華郵政台北誌字第644號執照登記為雜誌文者 HKD 18 | RMB 20



和你一起設計生活 9 771812 473009

乾哥 乾妹一起來 荷蘭生活設計大師實驗教派

DROOG



4至5日時尚旅遊打包術

夏天到了 狗狗的游泳池涼了

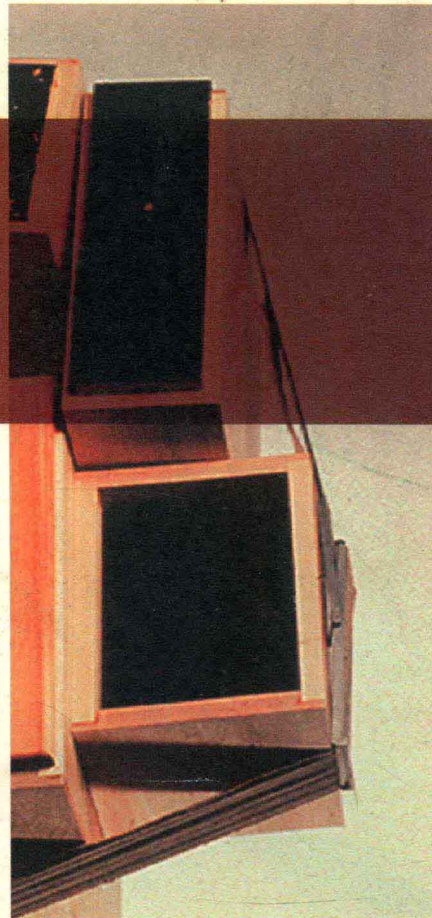
沒有人知道的三大新聞頭條

行動電話不夠熱

明朝行動火爐與你見面

TECHNOLOGY TECHNOLOGY TECHNOLOGY

設計師的豪華智慧座駕: VW PHAETON



10 Views 給文案妹妹的一封信

12 Tips 談談作品集

14 News 頭條新聞大三元
HEDI SLIMANE / ANDRÉ BRETON / SERGE GAINSBORG

21 Feature 乾哥 乾妹一起來 荷蘭生活設計大師實驗教派
DROOG

49 PPgalerie 冷卻熱情的華麗進行式—THOMAS BARWICK

54 Object 火爐—中國式的幽默，有打動你嗎？

56 People 詹仁雄之於旅行 旅行之於詹仁雄

58 Clicks 今天你可以關心格陵蘭冰河的移動過程—WORLDWIND.ARC.NASA.GOV

60 Book WOLFGANG TILLMANS

64 Design Senses
BEAUTY—給頭髮哈點HIGH的
CULTURE—五個步驟取悅你一整天
LIVING—建築美學的潛移默化
TRAVEL—GOLF說：只要我長大
ENTERTAINMENT—只是散步是不夠的
FOOD—幸福就是吃下一座醬菜小山
FASHION—鞋子前面開口是邋遢 鞋跟開口是設計

72 Design Reinvented 如果手頭越緊越有錢

74 Fashion 101 旅行的最新學問：4-5天打包術

76 Market 二手市集

77 Classify 分類廣告

ppaper

07

2005.6月號 49元

中華郵政台北誌字第644號執照登記為雜誌文者 HKD 18 | RMB 20



和你一起設計生活 9 771812 473009

乾哥 乾妹一起來 荷蘭生活設計大師實驗教派

DROOG



4至5日時尚旅遊打包術

夏天到了 狗狗的游泳池涼了

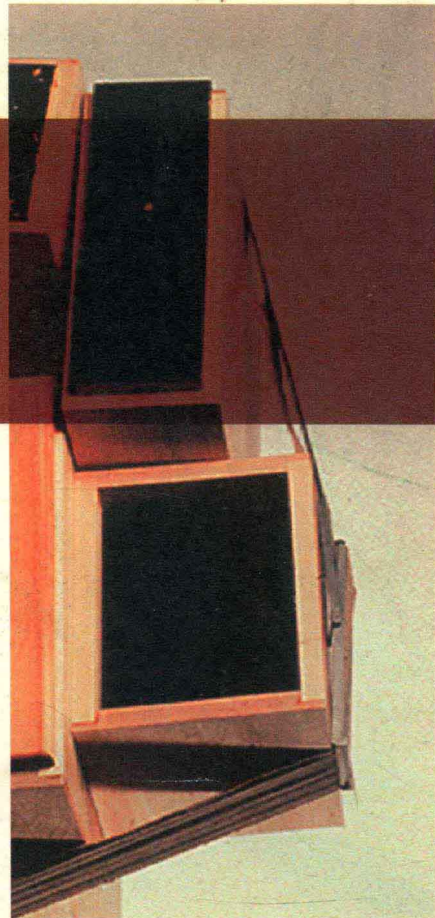
沒有人知道的三大新聞頭條

行動電話不夠熱

明朝行動火爐與你見面

TECHNOLOGY TECHNOLOGY TECHNOLOGY

設計師的豪華智慧座駕: VW PHAETON





玩妍色 舞光水唇膏

AQUATIC SHINE.

新上市！
擁有礦泉護膚成分的光潤唇膏。

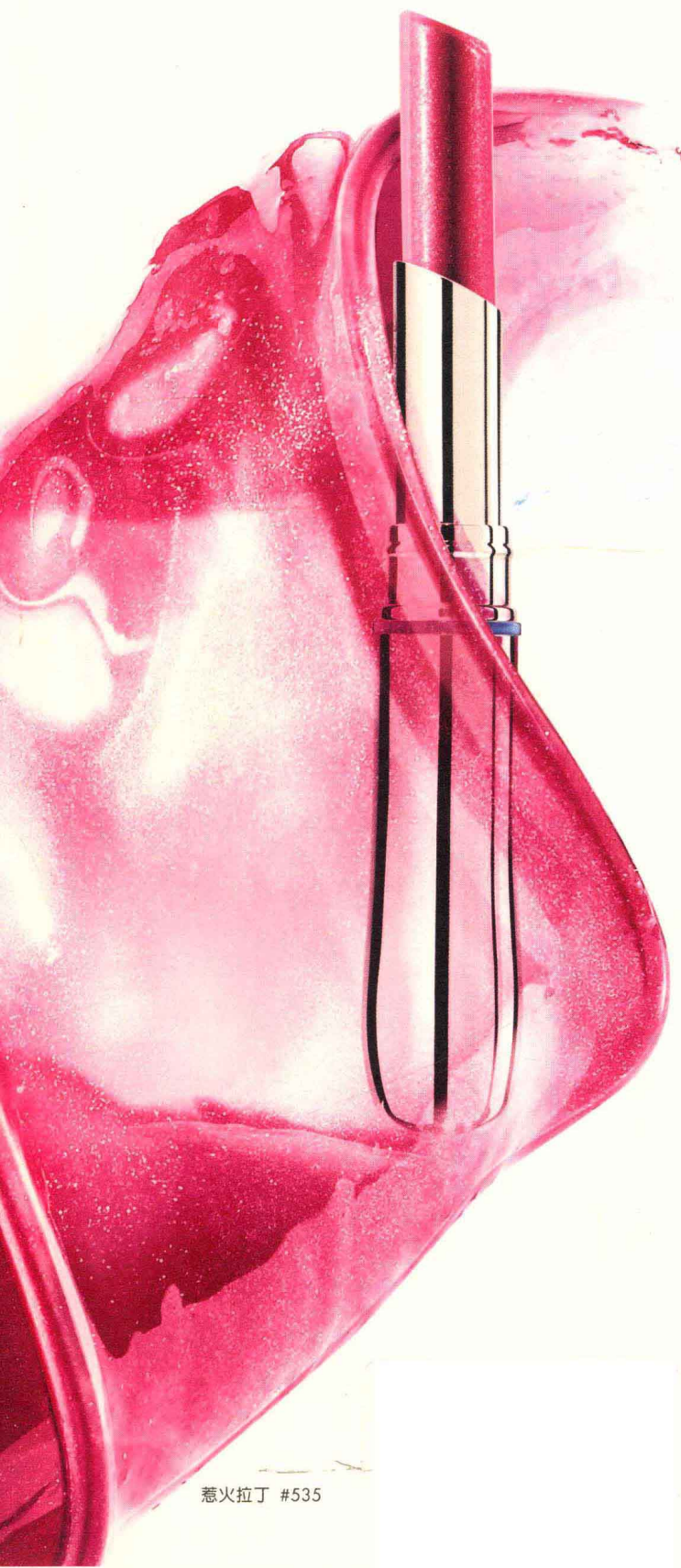
水光相擁 唇上起舞

妳的唇想跳哪支舞？
熱力四射的惹火拉丁^{#535}
優雅的玫瑰華爾滋^{#525}
甜美的粉紅芭蕾^{#501} 還是...
活力飛揚的橘漾踢踏^{#541}

唇膏與唇的不期而遇
讓水光相擁 一同舞上了妳的唇
再增添PETP礦泉活性萃取精華與維他命E

12種色彩 12種舞姿
舞出水潤 光燦





惹火拉丁 #535

BIOThERM
FRANCE

ppaper

NO.07 / JUNE 2005

Publisher 包氏國際有限公司
Publishing Director 包益民 胡至宜
Editor in Chief 胡至宜
Editors 簡毓谷 張芸嘉 陳美君
Contributing Editors Misaki Hatakeyama
 Lisa Hsu
 Yutaka Kubota
 Francis Lee
 Yi-lin Lin
 Uno Lin
Designers 馮宇 王芝齡 沈姿嫻 蘇文啟 鄭爾元
Business Manager 俞晴
Counsellor 孫大龍 律師

PPaper 全書訂戶總代理 創越行銷資源整合有限公司
 台北市106大安區仁愛路四段110號3樓之4
 讀者服務 02-2707-8801
 infoppaper@initia.com.tw

PPaper 行銷總代理 創越行銷資源整合有限公司
 台北市106大安區仁愛路四段110號3樓之4
 行銷部 02-2707-8802
 廣告部 02-2518-3336

PPaper Office 包氏國際有限公司
Address 北市大安區106安和路二段102號6樓
Tei +886-2-2707-3488
Fax +886-2-2707-3477
Email info@ppaper.net
Website www.ppaper.net

Shanghai Office G/F, no.367, Zi Zhong Road,
 Lu Wan District, Shanghai 200020
Tei & Fax +86-21-6384-3813

Hong Kong Office Room 202, 2/F., Union Commercial
 Building, 12-16 Lyndhurst Terrace,
 Central, Hong Kong
Tei +852-2850-8732
Fax +852-2850-8972
Email admin@pointtolife.com

本刊掲載之圖文內容版權皆歸作者所有，非經同意請勿翻印，部份單元圖片為介紹宣傳之用，版權仍為原作者所有，並無侵權舉動，特此聲明。©包氏國際有限公司 / PPAPER 2005

乎乾啦！

感謝各位鄉親的厚愛與支持，畢業展的成功演出，以及PPAPER的訂閱熱烈，讓編輯部的同仁感激涕零，二話不說，先在此好好地敬大家一杯，交杯就是交心，與各位鄉親認認真真地做一輩子換帖的好朋友！

不過時值出刊趕稿，頭腦必須清醒，蠻牛又不可亂飲，因此美酒加咖啡，我只能喝一杯，在真情四溢的「乎乾啦！」聲中，為您隆重介紹本輯專訪的荷蘭重量級設計角頭—DROOG（荷文：乾）。

「乾」，這是什麼東西？沒錯，就像許多難以苟同的樂團命名一樣，這群設計天才就叫做「乾」，他們自詡為很「乾」的人，並正在尋找一群很「乾」的人加入他們。這個「乾」的意思難道就像是菜鳥主持人第一次主持節目找不到形容詞講話很「乾」的那種意思嗎？你又猜對了，就是那個「乾」，那種沒有修飾，不加花邊，赤裸裸呈現原貌的商品設計風格，就叫做「乾」。這樣的「乾」風格，真的很酷，他們以實驗的精神，努力在設計領域裡開創一個嶄新的手法，與大師攜手，也與新人合作，他們最多的作品都只是樣品，近年來才有許多東西開始量產，走進一般人的平民生活。

當我們與他們對談完畢，並欣賞了他們的諸多作品，不僅讚嘆，居住在與台灣相似的地理環境的荷蘭人，竟然有這麼傑出有趣的創意靈感，並且還得到政府的補助喔。同樣是島國，我們的日常生活文化似乎過於落後，希望新一代家長們能夠重新思考我們下一代的未來，過去拼了命把孩子送去念理工，長大了進科技界做高級代工，應該不是我們唯一的好出路吧。

DROOG 特選三封面：

編輯會議討論封面時，因為DROOG的作品實在太有趣了，我們都不忍割捨，於是本期PPAPER特別製作三款封面，任你挑選！



PPAPER 編輯部

JEANRICHARD

尚維沙



TV SCREEN MEDIUM CHRONOGRAPH
TV SCREEN 中型馬錶

- 2005年最新目錄,歡迎索取 -

尚維沙總代理：亞芝有限公司

免費諮詢專線：0800221605

www.jeanrichard.com

10 Views 給文案妹妹的一封信

12 Tips 談談作品集

14 News 頭條新聞大三元
HEDI SLIMANE / ANDRÉ BRETON / SERGE GAINSBORG

21 Feature 乾哥 乾妹一起來 荷蘭生活設計大師實驗教派
DROOG

49 PpGalerie 冷卻熱情的華麗進行式—THOMAS BARWICK

54 Object 火爐—中國式的幽默，有打動你嗎？

56 People 詹仁雄之於旅行 旅行之於詹仁雄

58 Clicks 今天你可以關心格陵蘭冰河的移動過程—WORLDWIND.ARC.NASA.GOV

60 Book WOLFGANG TILLMANS

64 Design Senses
BEAUTY—給頭髮哈點HIGH的
CULTURE—五個步驟取悅你一整天
LIVING—建築美學的潛移默化
TRAVEL—GOLF說：只要我長大
ENTERTAINMENT—只是散步是不夠的
FOOD—幸福就是吃下一座醬菜小山
FASHION—鞋子前面開口是邋遢 鞋跟開口是設計

72 Design Reinvented 如果手頭越緊越有錢

74 Fashion 101 旅行的最新學問：4-5天打包術

76 Market 二手市集

77 Classify 分類廣告



New Stuff



KING LS. AVAILABLE AT THE PUMA STORE AND SELECT RETAILERS. BEES NOT INCLUDED.

大家來聽演講好不好!!

創意賺百萬!\$!

主講·包益民

05年7月16日(六)下午2:00-5:00

The Wall 這牆藝文音樂展演空間

會場地點: 北市羅斯福路四段200號B1

羅斯福路·基隆路交口 百老匯影城地下室 電話:(02)2930-0162

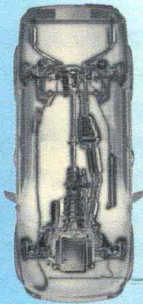
捷運: 新店線公館站一號出口 公車: 505·606·284·74·208·254

※經過抽獎, 恭喜以下120位幸運的PPAPER訂戶讀者, 可憑邀請函參加包氏國際負責人包益民先生主講的「創意賺百萬」講座※

呂家浩 0960728XXX	歐世勳 0935018XXX	簡妤芳 0953220XXX	周文婷 0938557XXX	徐寧馨 0921435XXX	許綠珊 0915811XXX
高文瑤 0913656XXX	馬嘉駿 0919737XXX	蘇紋玉 0916083XXX	廖姿雅 0921127XXX	陳振裕 0972145XXX	黃俊賢 0228274XXX
游子萱 0916808XXX	賀楨閔 0958641XXX	劉學橋 0928700XXX	蔡宜璇 0232345XXX	康欣怡 0910950XXX	王櫻燕 0939885XXX
簡詩穎 0952090XXX	秦偉立 0912731XXX	賴筱欣 0952375XXX	杜昱臻 0225051XXX	林哲寬 0958886XXX	藍俊麟 0955547XXX
徐仲嫻 0911299XXX	詹詠筑 0938277XXX	藍雅琪 0937528XXX	蕭胤全 0920936XXX	蔡映蓉 0955766XXX	林嘉瑜 0938971XXX
洪筱歆 0920520XXX	陳彥琪 0921512XXX	李惠玲 0933879XXX	許九瑜 0968244XXX	陳乃菁 0982907XXX	林文惠 0938760XXX
魏光諒 0921251XXX	葉慈源 0921320XXX	張欽堯 0960735XXX	黃國沛 0920112XXX	張庭瑄 0920477XXX	蔡育澤 0915378XXX
蔡瑜玉 0223933XXX	謝依華 0912711XXX	陳嫻奴 0910699XXX	黃培華 0932929XXX	龐宇寬 0917600XXX	吳欣怡 0968104XXX
吳宣穎 0931223XXX	溫立德 0938662XXX	褚伊哲 0922142XXX	郭禮愛 0920579XXX	沈筱倩 0911231XXX	吳芸竹 0931446XXX
蕭思穎 0922587XXX	馬玉珊 0912978XXX	楊欣怡 0226981XXX	周恩琦 0229395XXX	李京樺 0921572XXX	林育慧 0911766XXX
陳威翰 0955760XXX	邱美穎 0916713XXX	林佳瑋 0922175XXX	饒雅芳 0968685XXX	竇蕙芸 0921545XXX	柯昕緯 0952139XXX
凌宛儀 0968138XXX	杜崑達 0960178XXX	林佑貞 0912017XXX	楊 振 0952838XXX	洪幸杏 0919509XXX	宋佳紋 0937333XXX
林亭均 0968657XXX	柯傑升 0915080XXX	林子耘 0937702XXX	游嶸彥 0922861XXX	陳鈺芳 0912772XXX	劉筱薇 0932778XXX
林郁皓 0932841XXX	林均理 0917551XXX	蘇美榕 0920261XXX	徐理玉 0955748XXX	蕭嘉鈺 0961126XXX	陳詩樺 0919490XXX
汪瑋寧 0953457XXX	陳諭瑩 0963219XXX	李家璋 0963326XXX	曾傳賢 0919343XXX	張舒雅 0921639XXX	蕭榕儀 0922552XXX
張佳容 0928813XXX	陳靜宜 0927327XXX	馬鈺涵 0912481XXX	劉彥怡 0937008XXX	曾瓊君 0963280XXX	李承哲 0911113XXX
謝沛君 0925080XXX	俞卉葦 0928072XXX	林筱婷 0919098XXX	蔡欣穎 0968113XXX	賴佩如 0963126XXX	鄧愉蓉 0937766XXX
潘敬軒 0930945XXX	李建勳 0938602XXX	黃郁瑋 0952307XXX	范如毓 0929126XXX	黃子華 088325XXX	許家銘 0952488XXX
謝松廷 0910095XXX	蘇芬雅 0-25910XXX	張育萍 0939562XXX	林怡君 0911995XXX	喬世華 0922837XXX	王俊淵 0972097XXX
黃英蘭 0919254XXX	趙軒廷 0926168XXX	劉鈺鈞 0935308XXX	賴佳宏 0928065XXX	黃俞綾 0919850XXX	張詩芸 0910375XXX

得獎人注意事項: 請於接獲創越行銷電子郵件通知後, 務必在2005年6月21日前以電子郵件回覆。得獎人回覆並確認地址後, 創越行銷將於2005年7月1日以平信寄出講座邀請函, 憑邀請函入場。

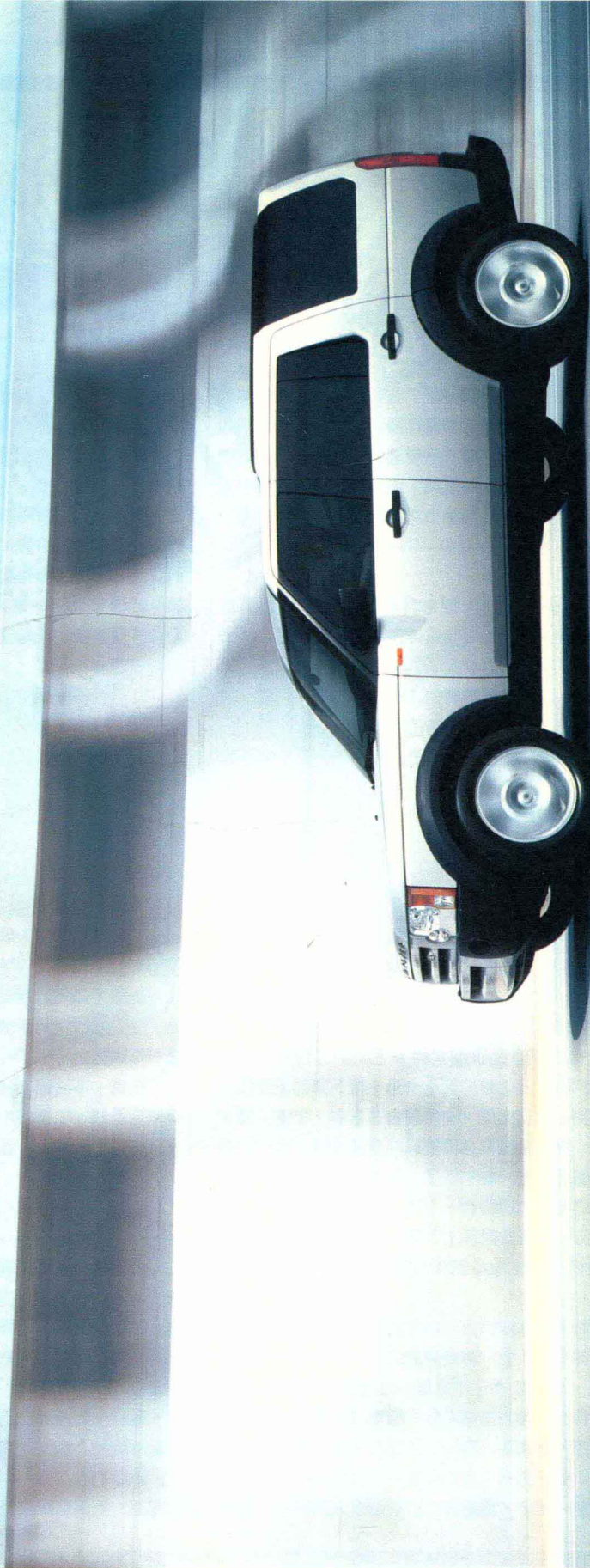
感謝各位對於PPAPER雜誌在創刊半年來的愛護, 使得PPAPER雜誌得以站穩腳步, 包氏國際為確保PPAPER雜誌維持一貫的品質, 並致力於新雜誌的開發工作。自本月起, 有關PPAPER雜誌的全省訂戶管理與廣告行銷業務, 將交由創越行銷資源整合有限公司總代理。相關廣告業務與讀者服務, 請逕洽創越行銷資源整合有限公司 電話:(02) 2707-8801 ext.16 傳真:(02) 2707-7202 infoppaper@intia.com.tw



“所有競爭對手無法達到的舒適與操控表現...”

引述自 WHATCAR? 的專業車評。Discovery 3 在英國權威汽車雜誌 WHATCAR? 耗費 12 個月歷經 300,000 英里，從 416 輛評選車輛中，奪得 2005「年度最佳風雲車」、「年度大型 4x4」雙料殊榮。在乘坐舒適性與駕駛操控的表現上，更被其譽為連 BMW X5 都無法達到的水準！

「全球年度最佳 SUV」DISCOVERY 3 V6 車款全新上市 建議售價 259 萬起



V8 車款建議售價 325 萬

全車系租稅等款租賃方案實施中 規格配備以實車為準

領導全球休旅工藝



GO BEYOND

Land Rover Taiwan

南港九和：台北市 115 南港區南港路三段 104 號 (02) 2654-6188 / 士林九和：台北市 111 士林區中正路 115 號 (02) 8861-2230 / 宜蘭店：宜蘭市 260 中山路一段 558 號 (03) 925-3355 / 桃園南港：桃園市 330 中山路 1396 號 (03) 370-0190 / 新竹德盛：新竹縣 302 竹北市中華路 160 號 (03) 656-1111 / 台中九和：台中市 408 文心路一段 413 號 (04) 2259-8278 / 彰化豐和：彰化縣 503 花壇鄉中山路二段 518 號 (04) 787-0008 / 台南歐陸：台南市 708 永華路二段 139 號 (06) 289-4620 / 高雄元和：高雄市 804 博愛二路 460 號 (07) 557-1132

給文案妹妹的一封信

當文案一年裡至少有366天要來月經，任何情緒都應該有，都是正常的。



有一段時間，大約是三、四年前吧，我和公司內小朋友的溝通方式是相互寫信，不僅磨練彼此的寫作技巧，也可加深溝通的層次，不敢說的、不方便談的、當下沒想清楚的，都可以在信中娓娓道出，對於提升情感有很大的幫助，也應證了澆花要澆根、帶人要帶心的道理。其中有一封寫給小文案妹妹的信是這樣的：

親愛的妹妹，

當文案一年裡至少有366天要來月經，任何情緒都應該有，都是正常的。有的人一開始就才華洋溢，爾後小時了了天天來月經直到經盡人亡，有的人月經來了四、五年以後，才會因為一句話而紅透半邊天，當然，最怕有的人只能一輩子來月經，連更年期都沒有，最後出了一本調養血氣的食譜，改行主持節目。

做文案要有一定的堅持，這個堅持是對自己的，不是對別人的。堅持一定不會影響別人，堅持一定不會影響工作以外的自己，堅持要有意識，清楚地知道自己的行為、情緒、變化，堅持要寫出好東西，每一次從不同的角度分析相同的主题，聽別人的意見，堅持要勤勞，寫文案和化妝一樣，有天份的人可以一學就會，沒有靈感只好練習，堅持每一件事都環繞著一個唯一的中心思想，不論吃飯、上班、唸書、生活、戀愛……，都有一個自己能夠主控的中心思想，因此，每一件事不只只有一個意義，但會有一個最重要的意義，養成這個對自己、對事的習慣，你的文案就不會離題，不會開頭說榮耀，結尾是愛。

從不會到會，你的進步是跳躍式的，一開始進步的曲線很大，短短的兩三個月裡，就從零分到七十分，接下來的就是在前後二十分裡大幅震盪，開高走低，有時還會被套牢。不過，寫文案畢竟不比玩股票，總不能破萬點非要靠阿扁總統吧，自己的努力才是最重要的，雖然這是一句老話了，但這是唯一的辦法，歷經努力得來的成功沒有人能搶得走。

為了寫夜間籃球，你跟我說你上了網，你看了漫畫，SO？

你努力了一個晚上。在366個來月經的日子裡，你努力了一個晚上。

親愛的妹妹，為了讓你能努力去寫文案，去完成你的選擇，達到你的理想，體驗你的人生，享受你的工作，學習你的生活，至少，我還去買了一本書給你，不是因為這裡是個「家庭」，這是我對我的工作的努力。我的工作不是只有客戶、創意、稿子，不是只有發票、銀行、估價單，我的工作裡有老闆，有文案，有ART，有客戶窗口，有攝影師，有印刷廠……，我把自己放在幾行文案裡，我只需搞定一堆字，我把自己放在這群人的中心，我就

必須搞定一群人，在我還沒有自己的公司以前，我做任何一件創意，我都要為一群人努力，直到現在，我仍在努力，包括為你。

我不喜歡你把公司比成一個「家庭」，家人之間有的是血緣關係，就算結了仇、分得老遠，也改變不了這個關係。在公司裡，你對工作、對同事、對老闆、對客戶都有義務和責任，因為你每個月是領薪水的，不是只是找我給你一個擁抱就可以的，我們之間的關係是權利與義務，是一張看不見的合約，是年底的稅單，我們可以像一家人，到公司上班可以像在家看電視一樣舒服、不受拘束，但是我畢竟不是你的父母，我必須在工作上對你有要求的。

公司也不是學校，還記得你上學是需要繳學費的嗎？只是在這裡你有看不完的第一手書籍、資訊，每個人都是你最優秀的學習對象，你真的有無數的機會可以學習、成長，但這是你自己的事，你的學習其實不應該在任何人的工作範圍以內。

當我把你規劃進我的工作之內，我就會去努力直到不可能為止，而直到現在，我還沒有看見你對你的工作、責任，做出清楚的規劃，也許就是因為這樣，我還沒有看見你的努力。你寫文案，總是從情緒做出發點，你寫的是自己，不是產品，有情感的文案，是要讓別人喝采，不是要讓自己爽的，你已經畢業快兩年，來公司也十個月了，但你的情緒仍是畢業典禮的延續，一個大四的學生如何能解決一個大企業的市場難題呢？是不是在過去為了鼓勵你我把客戶過於小化了？也許就是因為這樣，我還沒有看見你的努力。

妹妹，不要因為我這麼叫你，你就長不大了，人總是在挫折中學習最快，在逆境中更能成長，

這是指笨的人，我相信你不應該太笨的。

—Ivee

時光飛逝，這位當初被我上緊發條、挑戰自己努力極限的妹妹，早去了英國倫敦讀書、畢業、並工作了多年，她非常的優秀，不僅在文案上造詣很高，更挑戰自己在網路設計、行銷策略上的表現，可說是全方位的創意，每年我的生日及母親節，她一定會打電話給我祝福，每次回台北也會與我聚一聚，聊聊生活感情。現在，因為自己出了雜誌，文案指導的工作與日俱增，我常常會想起她，也想起我當初指導她寫作的時光，面對現在的新生代，新進的小文案、中文案、大文案，每個人都有不同的瓶頸要去突破，希望這封信能給他們一些靈感，讓自己更快的成長。



談談作品集

假設每個作品都來個燙金特效，這樣你的作品集可能做不了二份。

為什麼要做作品集？畢業的學生要準備作品集，專業人士需要做作品集，尤其是創意行業，包括攝影師、建築師、化妝師、插畫家、平面設計師、產品設計師，甚至作家、廣告人員都會需要作品集。作品集是一件很專業的事。因為作品集最容易彰顯出一個人的品味個性，讓人一目了然，讓人很快的了解你喜歡作什麼，想要作什麼，適不適合他們。

既然作品集代表一個人的品味，「如何準備你的作品集」將會表現你的個人價值跟你多麼尊重你自己作品。很多人不珍惜自己的作品，草率地對待，這會影響客戶給予你的價值評斷和等級，所以你應當尊重你的作品集。

談完作品集的重要性，現在來談怎樣準備作品集：作品的整理方式應該讓你方便隨時更新，因為作品會一直累積，你也需要一直更新。而你的作品集最好也是方便複製的，為什麼需要方便複製呢？又為什麼需要二、三份？因為你可能需要寄給雜誌社一份，提供你的客戶一份，剩下的一份則是你參展要用的。假設每個作品都來個燙金特效，這樣你的作品集可能做不了二份。我也建議你將所有3D的立體作品或展覽品，一致以平面來秀，想想如果整本作品集裡突然出現橡皮擦、牛奶罐在裡面，這是不是很不方便。

還有一般人容易忽略但也最重要的，就是作品集的包裝和封面設計。很多人在書店買了一個黑色檔案夾，然後就把作品全放進去，這其實很不好，這類的檔案夾通常只有1、200塊的質感，你總不會希望你的作品看起來只有1、200元的價位吧。花一點力氣和時間去做，想想你要如何包裝你的作品，作品集的包裝設計同時也是你的另一個作品集呈現。

在國外，最常見的是用皮革來做作品集的封面，然後在皮革上面打上你的名字，這是個滿標準也滿好看的作法。利用網路來作作品集也是個可行方法，你可以自己建立一個網站來放自己的作品。這方法很好，不過網路作品集總是不如肉眼看到手上拿到來的真實，所以除了在網站展現作品集外，還是要準備實品的作品集，以攝影師來說，很多細微的技巧是必須在實品上才看的出

的。記得網路只是方便別人快速看到作品的工具，但不該當作是你唯一的作品集形式。

最後，關於作品集的幾個建議：

◆**篩選作品**：作品集不是把你所有的作品全部拿出來，千萬不要想放一大堆的東西，好像你的經驗很豐富，這樣反而會稀釋你的特色，作品集便就失去了幫你講話的意義。

◆**10到20件**：訓練自己只挑選出最好的作品放進來，過多的作品只會讓對方不想看完。

◆**與案子有關的作品**：想爭取包裝的案子就放你設計過的包裝作品，可以是商業作品或是個人的作品，例如你喜歡蓋旅館，那作品集應該放你蓋過的旅館。如果想爭取的工作而你卻沒有相關的作品可以給客戶參考，那就自己創作一些放進來。

◆**3個完整的campaign**：如果想去廣告公司上班，最好裡面要有3個很完整的campaign，包含平面、戶外看板或DM等，呈現產品行銷時主要的內容。

◆**不要露出雞肋**：把學生時期的練習作業、素描……也擺在作品集裡，只會讓人覺得你其實是匱乏作品。作品集的目的是要告訴別人你做過哪些好東西。

◆**尊重作品集**：不要把作品散在一堆給別人看。有位攝影師就曾經將他的作品燒成一張普通的CD寄來而已，這很不專業，他該花點時間把他的攝影整理成攝影集，而不是寄幾個限量生產的CD，這樣顯得馬虎不尊重彼此。如果你不尊重你的作品集，你的客戶也不會把你當成一回事。在國外，作品集是很嚴謹的被看待，未來大陸也一樣，在這些大區域裡，客戶通常靠著作品集來認識你。

準備開始習慣整理你的作品集吧！不論你是學生或待業中或已經工作了，你都應該一直去整理作品集。認真規劃好歸檔格式，養成作完作品就歸檔起來的習慣，一直整理作品集，也會方便你了解自己作品的演變過程。期間，你會習慣去和很多人解釋作品、你會找到描述每項作品的韻律感，日後做提案時，你會很流利自若，別人自然信服你的專業。



以下是你不可不知的本月頭條：

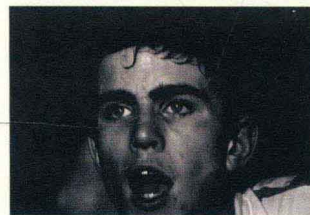
HEDI SLIMANE 為法國大左派日報 LIBÉRATION 當一天總編輯
ANDRÉ BRETON 的超現實主義在 2005 年被虛擬實現成數位化的事實
SERGE GAINSBORG 的雙 DVD 不在乎地任世人維持看待他的刻板形象

01 MODE 時尚

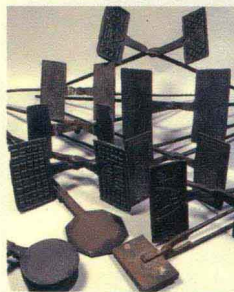
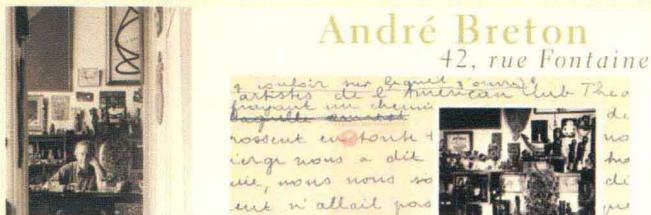
HEDI SLIMANE 學生時投身新聞工作的願望並沒有被 Dior Homme 男裝創意總監的頭銜埋葬，他貪心地從事出版的相關工作已經不只一次了，從 Yves Saint Laurent 首席男裝設計師戲劇性地轉移到 Dior 的初紅乍紫時期，全世界最貴的雜誌《Visionaire》就找過他製作一期特刊，2003 年他也以 Berlin 這個自己常去的城市為主題出書發表攝影作品，2005 年的 5 月 6 日星期五當天，Hedi Slimane 竟也當起了法國的大左派日報《Libération（法國解放報）》的客座總編輯。因為這份政經文化角度書寫質感甚高的報紙，曾經也找過吃素卻又野心旺盛的設計名師 Philippe Starck、喜歡放炮發表政治立場的 U2 主唱 Bono、詮釋變態鋼琴教師走火入魔的法國聰明才情女演員 Isabelle Huppert 當一天的總編輯，所以為《Libération》編報紙對 Hedi Slimane 而言有一定程度的文化智性象徵。

即使完全地重新思考報紙的版型，如果你（或可以和妮可基嫻一樣是妳）是 Dior Homme 的時尚奴隸，並不會被 Hedi Slimane 編報紙的方式嚇一跳，延伸他對男裝的想法，有如獻身佈道般地遵循結構主義，連結延伸的無色彩照片，鑽動著黑色和白色之間的緊張情緒，中間插入文章和專欄，讓圖像視覺有如一個跳動的電影腳本，卻又頑固地堅持又方又正的乾淨，熟悉 Slimane 的人也同樣會對 5 月 6 日這一天的《Libération》感到似曾相識的親切，因為早已習慣他那種戀男孩癖的優雅冷感。當然，《Libération》這份老報有一定風貌和腔調上的限制，這是為什麼當《Libération》問 Slimane 如果沒有客觀技術上的限制，心目中的報紙會是怎麼樣？令人不太興奮地，他的回答和所有平面設計師或對文字無感的創意指導一樣：「我會把它變成一個純視覺導向的案子來作，是極度形式化的。」

還記得 Hedi Slimane 為了灌滿 French House 法式電子樂的 iPod 特別設計的皮套，突然間他變成英式搖滾的愛好者。這兩年來，他經常跑到倫敦和那些搖滾樂手混在一起，讓他近三季的時裝發表作品披上厚重的龐克味。同時他也不務正業地在那些倫敦搖滾客的表演舞台上拼命拍照，Slimane 大量放置這些照片在 5 月 6 日主題為 London Calling 的《Libération》法國解放報中，他也坦承下一本即將出版的新書也將以當今倫敦搖滾現象為主題。即使是解放報的一日總編輯，Slimane 當然要自私地發表自己有興趣的事物，對他而言，把 5 月 6 日的解放報變成今天倫敦搖滾復興的編年史是非常重要的，那些充滿獨特能量的樂手和樂迷，勾勒出一種嶄新的自由空間，毫無疑問地遠遠強過 70 年代末龐克搖滾登基以來的音樂現象。尤其是英國搖滾樂團 Libertines 的前主唱 Pete



Doherty，阿諛奉呈地說，在舞台上他是一個反主角式的浪漫男要角，永遠都很危險，剝削自己的詩性在噪動的韻律和即興的表演中，Hedi Slimane 花了超過一年的時間跟著他和他新組的樂團 Babysambles 一起拍照，Hedi Slimane 為 Pete Doherty 拍的照片也是 5 月 6 日解放報的封面。這些照片都是黑白的，一如 Dior Homme 的廣告，一如那些緊貼在蒼白清瘦男孩軀體上的精緻結構男裝。Slimane 的當代倫敦搖滾編年史，從 Bob Gruen 到 Pennie Smith，呈現在前面的絕對是聲音和儀式上的黑色，是觀眾不花大腦直接印象的黑色，白色則是為了服務搖滾祭壇上傾盆撒下的燈光對比。為了肉體物理學的訴求，為了翻閱時沾在指尖上的墨水，報紙紙張的最強烈性格來自於黑白。彩色對 Slimane 而言是散文，他出的第一本攝影書就不是黑白而是彩色的。Hedi Slimane 覺得在流行時尚工業的工作方式有兩種，一種像是生產者般的自給自足，與時代潮流保持距離，鑽研於純結構式的表態和練習；或者相反地，翻譯不同時期演進的啟示和靈感，從事一種關於人的表象需求、關於函數的工作，這和大眾文化息息相關，其中的模式完全地和搖滾樂一樣。2005 年 5 月 6 日的解放報，裡頭也有美國導演 Gus Van Sant 未出版過的筆記文章，是關於杜撰模擬 Nirvana 主唱 Kurt Cobain 死前一天狀態所拍成的最新電影《Last Day》。



02 SITE 網站

ANDRÉ BRETON 的超現實主義在2005年

被虛擬實現成數位化的事實。「超現實主義」這個介於兩個世界大戰中的重要思維和運動，在法國的起跑點被界定成1924年André Breton出版Manifeste du surréalisme這本書的時間；而今天每個人都被邀請去他網路上的家，看他家的客廳，看他家的牆壁，聽他講話，看他的收藏，André Breton的模擬工作室網站定義了虛擬世界中必定被誤解和隱藏的真相，傾向於去神祕化的網路媒介將無法改變超現實主義中難以被理解的實用性。

42 rue Fontaine 四十二號噴泉路曾經是André Breton的地址，也是超現實主義在今天被實現的網址名稱，是André Breton出生後109年自己的工作室，他不在那裡有39年了。從人體工學和建築學的角度來看，這是一個完全符合歷史但不存在的地址，因為她在2003年的Drouot拍賣會上早已四散解體，André Breton的女兒Aube Elléouët Breton便想為她父親創造一個不存在美術館，全世界的人隨時隨地可以進入，並利用當代科技，完整虛構原有的風貌。這個網路美術館是免費的，裡頭有25,000份文件，不花一毛錢，我們可以在家裡的電腦上慢慢閱讀觀看並擁有，有André Breton藏在家中的照片、畫作、擺飾和物件，有來自他超現實主義運動的同好戰友：詩人Robert Desnos、作家Benjamin Peret和René Crevel的手稿筆記，我們要感謝紀錄片導演Fabrice Maze在1994年到四十二號噴泉路拍攝影片，因為他的影片讓網上的整個參觀過程完全模擬美術館的形式。

在André Breton家裡我們可以向左走也可以向右走，如果想和André Breton說話，他會重複自己在1952年接受André Parinaud兩小時三十分訪問的內容，建議你在手上同時翻閱他在1928年出的《Nadja 娜嘉》這本小說，增加和André Breton溝通的條件。André Breton那面有名的牆，雖然今天在龐畢度中心裡，虛擬工作室仍然複製了牆上所有200件的收藏在房子裡過去Breton工作的地方：有Marcel Duchamp的創作、米羅的頭、Henri Rousseau關於櫻桃自然死亡的油畫、植物的根和日用品等André Breton喜歡的非藝術物件……。

為什麼我們沒有所謂真正的André Breton美術館？世界各地佔有Breton作品和收藏的買家不願意支持美術館的實體計畫，相反地數位科技幫忙實現了這個超現實的再現。到今天，網站上仍然徵詢擁有André Breton收藏或超現實運動相關作品的人，自願提供數位影像，繼續填充這個虛擬工作室。在超現實的領域裡，我們找到更偷懶、更疏離的方法來建構並觀賞美術館，網路科技扭轉人類的行為和想法模式，美術館經驗在日後也無法被定義。我們不知道該捧腹大笑還是痛哭流涕，超現實運動在前輩歷經數十年日以繼夜的討論辯證後，網路將它徹底的實現。

我們還是幸運的。進去André Breton工作室之前，不要忘記在網頁上輸入自己的身分資料，這是進入超現實的必要註冊過程，否則你將沒有接觸André Breton的密碼。

= www.atelierandrebreton.com