

Yao Qian

议术时代的艺术

最近，我发现自己对于艺术收藏的强迫感，稍稍缓和下来了；过往对于艺术信息抢第一手的焦急，也松弛下来。这也许是跟年纪有关，不过，我想最大的原因应该是我想通了一个角度：不是我拥有这些艺术藏品，而是我被它们拥有过。收藏的意义是什么，直到今天，仍是我时不时会提出来问自己的问题。因为对美术的爱好、因为对文艺的需求、因为对人性的好奇、因为对历史的兴趣……所以在经济能力和收藏条件允许下，我走上了收藏艺术品的路。跨过了入门的门坎后，真正的学习才刚刚开始，过去凭的是兴趣，这太单薄了，有太多困惑与疑问需要解决；而最常面临的问题就是：当自己发现收藏的标准与大多数人喜欢的趋向不同时，该如何说服自己或安慰自己呢？往往这还是指回到最初的源头：收藏的意义究竟是什么？

即使到了今日，二十多年的收藏下来，我仍然对自己抱有相当程度的自疑和批评，就算身边常有人表扬我，对于收藏有自己的眼光，我还是会心虚。因为在收藏路上我从来没有一天，觉得自己是考虑够周全的，而这些不安我总归咎于一件事情：情怀，与所有喜欢收藏艺术的人一样，那份启动的心都是一份情怀。前不久看到许多人批评大陆富豪把他欣赏的歌手、电影明星和业绩一流的画家拉线合作，在台前阿谀的背面，更多人会觉得这是一种对艺术的侮辱。我却有另外一种看法，我认为他也是被情怀所驱动，而做了这些事，只是不考虑同样是艺术爱好群众的观感，任性了一点。从当代艺术市场的趋势来看，近十数年来已经把情怀量化，成了一种商业策略，这从 Andy Warhol 把日常生活定义后大量复制、并透过当下媒体的散播议论后称之为艺术开始，这个观念确实改变艺术在传统意义上“稀少才绝对珍贵”，因为散播被议论的“议术”，

成了艺术价值或价格的新定义。就如同他所说的“每个人都有 15 分钟成名的机会”，艺术成了一种说服的结果。

当代艺术在观念上突破和再定义中演练而成，因此吸引了新钱与新富投入，这个时代把艺术价值视为可量化并扩展价值，也有了一套模式；借由网络社交平台的兴起，艺术价值成了一个可供快速辨识的标签，小至平价成衣商场销售的 T-shirt，累积普世皆知的基数，再加上网络社交平台的传播运作，达到量化的点赞（无论喜欢或不喜欢都算是一个点赞），进入实体展演，例如

公共区域大型装置、各种展览形式，再聚实体的人群观赏流量，如此精细密集的推展，最让需要流量为基础的产业名人、流量明星和新富人群为此促动繁荣或买单，他们绝对有足够的情怀与议术力，所以今日这已然是一种明确的营运模式了。这样的故事这几年来此起彼伏，而所有参与的人也都是凭着一

腔情怀共襄盛举。最低层的人群恐惧排除在潮流外，涌向快销成衣店买两件印有网红明星标签的 T-shirt，一件穿上身街拍，跟进网红名人、歌手在 Instagram 表达所支持的艺术明星并给予一颗红心之后，另一件原封不拆期待网拍挣回成本。议术艺术这门生意的价值就此开始累积，数字时代也是议术时代，门坎低、表象壮观、合适自爽。十数年过去时机也成熟，到了韭菜收割期，近日屡屡以想象的高价成交的网红艺术作品，歌颂的不是作品，而是透过网络共识所生的认同和审美。

我以为“不是我拥有了这些艺术藏品，而是我被它们拥有过”，如果这才是支持我继续收藏艺术品的情怀，那么收藏了一件无论是投资考虑上或艺术性认同上，不被别人看好的艺术品，我都不该被干扰才是，艺术品不应该是议术品。✎



姚 谦

音乐制作人

Music Producer

游走于两岸音乐界

数字时代也是议术时代，十数年过去时机也成熟，到了韭菜收割期。