

垃圾邮件（为《Effetto Arte》杂志所写）

有那么些日子，“年轻”艺术家打开自己的电子邮箱，为的是清掉那8723封来自自称画廊主、推广人、组织者、赋形剂和增味剂的人的邮件。

深层生态学也从这里开始。

每有一个人向我们提出一个有意思的、可以推广我们作品的计划，就有8722个人以离谱的价格兜售说不出口的粗俗玩意儿。

正是在这样的处境里，“年轻”艺术家必须变成一个当代的淘金者：把那些不堪入耳的报价筛出来，扔回艺术之西部荒野的泥沼里，而把那些将成就他财富的金屑与金块揣进口袋。

我们的主人公必须耐着性子离开心爱的画架，任由这条浮夸的推广信息之浊流把自己淹没——它另有一个名字，叫垃圾邮件。

所谓垃圾邮件，就是通过任何通讯系统发送不请自来的信息。这个词源自《巨蟒剧团之飞翔的马戏团》里的一段喜剧短剧：故事发生在一家小馆子里，女招待端出的每一道菜都含有一种不明配料，叫作 Spam——那是美国 Hormel Foods 公司出品的一种罐头肉的牌子。

因此，那听 Spam 罐头，就是本世纪初的坎贝尔浓汤。

难道不该干脆逃开这场殉道，一举把所有不请自来的邮件、所有陌生发件人的邮件统统销毁吗？

绝对不。

艺术家之为艺术家，必须强迫自己好奇，必须深挖，必须弄脏双手，必须完成那把屎变成金的炼金术过程——曼佐尼有言。

这些年来，正是在垃圾邮件里，我找到了最好的合作者、最好的工作机会，和最放得开的女朋友。

所以筛选的工作必须继续，先从删除那些主题栏里写着露骨性邀约的邮件开始——寄件人是些卖笑的；再删掉那些兴高采烈通知我们“你中奖了！”的邮件，而那个比赛我们压根没参加过。

最后剩下的，是那些也许真有点意思的邮件。

我们的淘金者必须把它们打开，用最短的时间斜着扫一遍，评估其可信度，然后决定是回复还是丢掉。

报名截止在即，参加……丢掉，艺术家不喜欢赶工。

绝佳的展出机会，在……丢掉，太张扬。

您想过只花……就在卢浮宫办展吗……丢掉，晚安。

尊敬的“年轻”艺术家，我们已看过您的作品，希望把您纳入这项由著名批评家……策划的活动，地点在著名的……城，时间在著名的……艺术节期间——我回复。

几分钟后，我们的主人公接到一位自称“推广博士”的女士来电。她盛赞自己（我们猜想，是在此前那两分钟里）与那位著名批评家一同看过的艺术作品，并劝他不要拖延，因为名额所剩无几。

从电话里只能听出：推广博士是米兰人，口才极好，正在提供一生一次的机会，妆化得很

浓，香水喷得很足。

哪怕只为了那香水，“年轻人”也答应收一封邮件；三秒之后它就到了，附着一应俱全的信息。

尊敬的年轻艺术家：

依照我们电话中的约定，特此奉上邀请您在.....城、于著名批评家.....策划的活动期间展出作品的方案。我们将为您提供服务如下：

- 1) 总体组织与秘书事务；
- 2) 著名艺术批评家的推介；
- 3) 知名知识分子与艺术批评家出席开幕式；
- 4) 活动期间文化界与电视界人士到场；
- 5) 布展与撤展；
- 6) 安保看守；
- 7) 作品现场保险；
- 8) 由著名艺术批评家撰写、并收入展览图录的评论文章；
- 9) 艺术节图录的精美印制；
- 10) 请柬与海报的平面设计与印刷；
- 11) 活动的网络推广；
- 12) 易拉宝的设计与印制；
- 13) 各类主办支持的申请；
- 14) 您的简历与版权页的平面设计与印刷，展览期间以雪弗板展板呈现；
- 15) 宣传材料的分发；
- 16) 新闻办公室；
- 17) 与各级主管部门的联络协调（文化遗产与文化活动部、大区、省与市政府）；
- 18) 开幕之夜酒会的筹办；
- 19) 向收藏家与业内专家发出邀请；
- 20) 专业摄像师拍摄开幕；
- 21) 举办有报纸、广播与电视参与的新闻发布会；
- 22) 活动在专业杂志上的广告版面；
- 23) 开幕之夜的专业摄影师，并交付一张收有照片的光盘；
- 24) 开幕视频的制作与剪辑；
- 25) 展览开幕后的晚宴；
- 26) 开幕当晚的酒店客房。

上述服务套餐需支付费用补偿 28,000.00 欧元 + 增值税，另需从您在艺术节展出的作品中，由我方任选一件。

相信您会明白这一难得的机会，静候您的惠复，谨致诚挚问候。

推广博士

我们的艺术家立刻意识到：既然“年轻”，他连那笔以“费用补偿”为名索要的钱的零头都

没有；而当他琢磨起这个词本身的含义时，他也意识到自己正把时间浪费在分析一封无用的邮件上，而他本可以更有收益地去发送自己的两万封邮件，好告诉所有人：他的新画快完成了。

于是那个自然的循环便告完成——它不断生产出垃圾信息，而这些信息缓慢腐熟，生成腐殖土；艺术就在那上面发芽，并且不可阻挡地生长。

Luca Motolese · Torino 2017

motolese.com — 原文为意大利文