

家，也是一系列社群與社運組織的共同創始人，這些單位包括：奧克蘭的「東區藝術聯盟與文化中心」(EastSide Arts Alliance and Cultural Center)、美國最大拉丁美洲移民線上倡議團體Presente.org，以及國家藝術社會正義社群CultureStrike。她告訴我：「我們正處於文化由特定族群創造的危機中。」羅德利奎茲說五分之四的職業藝術家是白人，而他們賺取了藝術界大部分的收入。「總體而言，藝術經濟非常不平等，且所有的藝術類別皆然：文學、電影、雕塑、舞蹈，都是如此。」她補充，網路並沒有造成太大的改變。你仍然需要訓練。你仍然需要錢來做你的工作。「在這個國家，經營文化的系統機構」並未消失，如：博物館、藝術學校、好萊塢工作室。她說，簡而言之，藝術正變得「越來越不公平」。

• • •

對現在的藝術家來說，情況是否真的變得更加艱難？以上的漫漫長篇回答了這個問題。有些變得更好；更多的是變得更糟。儘管如此，像羅德利奎茲、巴倫、魯克、費雪、詹姆斯·李以及所有其他與我對談的人都堅持不懈。有些人正在尋找茁壯的方法，有些人只求生存。他們進行的方式，或者說現在實際的情況如何，將會是下一章談論的主題。

自己動手做 Doing It Yourself

好消息是，你可以自己動手做；壞消息是，你不得不自己動手做。職業能夠反映整體經濟概況，而藝術職業亦不例外。二戰結束後的頭幾十年，由大型、健全、穩定的機構主導，如奇異公司(General Electric)、國際駕駛員工會(Teamsters)以及福特基金會(Ford Foundation)等等，藝術家的職業生涯大致也是大型而健全的，如果不是保持穩定，那就是線性成長。你只需要做一件或幾件相關的事情，並且長時間以同樣的方式進行：為同一個製片公司拍電影，在同一所大學教授繪畫，為同一間出版社寫小說，為同樣幾家雜誌社寫文章。你無需思考商業端的問題，因為沒有必要——這就是經紀人存在的目的——而且反正你也無能為力。但是，現在的經濟體系流動而破碎，其特徵是持續導致崩解的客戶流失率。藝術是如此，藝術事業也是如此。對藝術家來說，現在唯一不變的就是一切都持續改變，而唯一的規則是：保持警覺，蓄勢待發。

「創意事業需要巨量的創造力，」插畫家安迪·J·米勒(安迪·J·比薩)告訴我，證實了很多人所強調的說法。你需要思考「將精進你的職涯視為終極創意計畫。並不是得到報社的插畫工作，你就達成目標了」。現在的口號是「快」、「狠」、「準」：敏捷、精

明，準備好去做該做的事。黛安娜·史貝契勒（Diana Spechler）是一位小說家、旅遊作家與說書人，她也教授線上寫作課程並擔任自由文字顧問。「我觀察到變得沮喪的人，」她說，「是那些除了自己二十年前渴望的道路外，看不到其他可能的人。如果你懂得變通，你就可以成功。」現在再也無法把自己關在書房或工作室埋頭苦幹，你必須持續與市場保持聯繫。奧斯汀的音樂家兼製作人丹·巴雷特（Dan Barrett）說，每天練習技巧是不夠的，你還要練習「社交、記帳、觀察趨勢」。他補充，在音樂領域取得成功的朋友大多都「非常有自覺要不斷發展、改變、適應環境，就如同在科技產業中工作的人必須成為的模樣」。

創新、靈活、積極，這類精神的重要性是現在人們談論藝術家作為「創意企業家」時所想到的其中一件事（在這方面，更精準的術語是「創業型創意」）。人們還會想到的另一件事是，職涯規劃就如同經營小型企業。這表示你要處理具體的細節：計畫與執行巡演、組織電影拍攝、運送作品、開立作品銷售發票、與客戶打交道、追討款項、處理稅務與法務、訂定預算與記帳——如有位畫家所形容的，「一人樂團」。但這也表示你必須具備策略思維：辨識新的機會、進行市場調查、多角化你的生產線與收入來源、開發及管理你的品牌——即使你從未使用過這些術語。「這一切沒有公式，」在洛杉磯開店擔任藝術家顧問的年輕攝影師卡特里娜·弗萊說，「真的令人非常不安。」不過，危機也是轉機。藝術家必須、但也能夠為職業生涯注入同樣開闊的好奇心，對意外成果的設想能力——正如他們為自己的藝術創作所注入的精神。

由於基本上你同時在做兩種工作，既是經理人也是製造者，你需要在藝術技能之外發展第二套截然不同的技能。我訪談的許多人都強調要研讀某種自學的商學學位，其中一位是巴雷特，他身為音樂家的前十年過得很辛苦。「有一天，我意識到問題不是出在音樂產業，而是在我身上。我需要適應，我需要了解商業。」所以他讀了「大概三百本商業、個人發展以及精進社交能力的書籍」。他學到的一件事是，做藝術與任何其他行業一樣，「你必須真的創造出具有客觀價值的東西」，不只是你個人想要做的，而是其他人也願意付費的東西。但他也理解到「大多數人都不是企業家」。他們大多因為「突如其來的創業精神」而開展事業，這是一股突發的不安或激情，但並不是真的適合經營企業。「就這層面來說，藝術的民主性質令人訝異，」他說。「成為專業的音樂家意味著你是成功的企業家，而大多數企業都會失敗。」換句話說，認為每個藝術家都可以成為商人，就跟認為每個商人都可以成為藝術家一樣不合理。

無論如何，我們應該要清楚認識在此所談論的這一類小型企業。企業具有潛力能夠擴張、增加工人、建立股權、產生利潤，就此意義而言，我們所要討論的並非真正的企業。（成功的導演建立製片公司，或像藝術圈的大明星如傑夫·金斯的工作室雇員超過一百名，都是罕見的例外。）¹身為畫家的社運團體W.A.G.E.創辦人索斯孔恩嘲笑「創意創業之類的胡說八道」，她指出，作為獨立藝術家，你投資的基本上是非營利組織。「當我仔細想想這些年來為創作投入的資金時，」她說，「真正能夠盈利的機會微乎其微。」當人們說藝術家是企業家，他們主要想表

達的意思是藝術家是自雇者。

但「自我雇用」本身就是一個狡詐矛盾的詞彙。如果你沒有老闆，你就沒有工作。沒有工資、退休金、健保福利。沒有病假、沒有休假、沒有國定假日。沒有星期六或星期日。沒有辦公空間、沒有車位、也沒有在飲水機旁偷懶或聊天的時間。你要自己接聽電話。你要自己開發潛在客戶。你要了解所謂的自雇稅，也就是美國《聯邦保險稅法》(FICA)的另一半稅金；如果你有工作的話，就會由雇主來負擔。時間對你來說真的就是金錢：你不工作的每一分鐘，你都沒有賺到錢。知名藝評家戴夫·希基(Dave Hickey)寫過一篇文章，以投籃計時器不斷倒數的籃球比賽來比喻自由接案者的生活，文中如此描述這種生活：「每天早上醒來，心裡深知如果今天不寫作，你就會在八週內沒飯吃，如果今天沒找到工作，你就會在十六週內沒飯吃。」²

自己動手做表示所有的一切都要自己來。「這超爆難，」漫畫家藍恩·佩拉塔(Len Peralta)如此評論，他在成為自由工作者前曾任職於廣告公司。「當你不想做事，而你又是唯一在做事的人時，你會心想：能不能有人來幫我弄一下？」你也可能會感到孤單。「我的作品中沒有革命情感，也沒有集體努力與慶祝的感覺，」插畫家科洛德尼這麼告訴我。「你送出信件，」這代表一件作品的完成，「接著你可以在房間裡走走，而這就是你的慶祝活動的開始與結束。」科洛德尼達成職涯的最大勝利之一時還住在聖地牙哥，她製作的動畫出現在《紐約時報》網站首頁，花了三個禮拜日夜努力趕工。她身邊沒有人可以分享這一刻。「我只有跑去海邊，」她跟我說，「然後臉朝下、趴在海灘上睡覺。」

當然，如果你沒有工作，你就沒有老闆。你可以自己安排時間。你可以自己選擇計畫。你可以在家工作。你的打扮可以隨心所欲。你不必開會、聆聽心靈雞湯演講、提交報告或與客戶閒聊。你不必面帶微笑，也不必徵求同意就能休息一下。你不必經營辦公室政治、拍馬屁或虛情假意。如果你是藝術家，那麼你就可以當個藝術家。你可以創作。但自我雇用並不適合膽小的人。

• • •

在數位時代——注意力經濟時代——自己動手做這件事主要著重於自我行銷、自我推廣和自我建立品牌這三者的集合。不過，即使你不是靠自己，嚴格來說也是如此。縱使你隸屬於某個文化產業，你也必須做很多事情。例如，作者現在其實扮演了出版社的合作夥伴，要做行銷與宣傳活動——一位業界人士告訴我，出版社認為這部分的期望包含在預付金中。馬丁·艾米斯(Martin Amis)曾經說過，以前，你完成一部小說時，把它交出來就大功告成。他在一九九五年曾表示，巡迴新書發表會的出現令人哀傷，現在聽起來是很古怪的抱怨。正如作家兼編輯山姆·薩克斯(Sam Sacks)在《新共和》(*The New Republic*)雜誌中所詳列的，出版社期待「小說已被出版社接受、等待出版的作者」能夠：

在臉書和推特上保持活躍（而真正積極的作者還可以延伸到Tumblr、Instagram、Pinterest上）；建立搭配新書的網頁、預告片與配樂；出席巡迴新書發表會，當然，還要在出版期間及日後參加各種朗讀系列活動；參加書展會談與簽名會；

接受部落客與播客主持人採訪，並撰寫關於你的背景、成為作家的歷程以及創作過程的文章；不僅要評論其他書籍，還要加入如旋轉木馬般相互吹捧的大行列；甚至或許還要親自參加讀書會俱樂部。³

凱特·卡羅爾·德古特斯（Kate Carroll de Gutes）是一位散文作家，她的作品由小型獨立出版社出版，而它們通常根本沒有行銷推廣的預算。德古特斯當場列出了一份也適用於自行出版作者的名單：「我們透過所有的社群媒體來宣傳——臉書、推特、Goodreads；我們舉辦朗讀會、設計課程；我們有電子郵件名單；我們請朋友推薦；我們會在亞馬遜與Goodreads上刷好評。」記者兼作家史蒂芬·科特勒（Steven Kotler）曾說，作家不僅需要精通公開演講，而且必須樣樣精通：巡迴新書發表會、教學影片、播客採訪、廣播採訪、電視採訪。⁴根據美國作家協會的調查，從二〇〇九至二〇一五年，作者花在行銷的時間增加了百分之五十九，⁵這樣的數據在意料之內。二〇一三年出版了暢銷小說的艾黛兒·瓦德曼告訴我，她花了整整一年的時間來宣傳。

但當代的行銷手法不是只有這種表面策略。為創意人士教授、演講、錄製職業發展播客的安迪·J·米勒（他是自學商業技巧的人之一）告訴我，兩個最有效的策略是「內容行銷」和「網紅行銷」。內容行銷就只是把你的商品展示出來的花俏說法。「回想一下麥當勞與歐仕派（Old Spice）的廣告，」米勒說。麥當勞的廣告一如往常：快樂的人正在享用漢堡，鏡頭特寫油光閃閃的薯條，旁白讚美食物，講話句尾高昂。歐仕派廣告是微電影：有趣、

大膽、視覺設計精巧，只是順便提到產品。「麥當勞的作法是：『我要從你那邊偷三十秒，強迫你看這個廣告，之後你再慢慢掏錢給我，』」米勒解釋，「而歐仕派則是用三十秒的免費喜劇來換取你的注意力。」後者是內容行銷（也稱為品牌藝術）：免費提供有價值的東西，讓人們對你要出售的東西感興趣。

米勒在某一刻意識到，如今創意專業人士常常投入的各種「個人計畫」或「業餘計畫」不過就是同一事物的另一種版本而已。在這方面，米勒以希許（〈我應該免費工作嗎？〉流程圖的作者）為例，他持續一年每天貼出不同的花式英文首字母插圖。「你把很酷的作品免費放在網路上來吸引人們的注意力、提升口碑、讓你找到工作，」他說。「只是，『你』就是這個品牌。」不過他也說，內容行銷最有效的運用方式並非像一般人那樣常常只是不斷宣傳一大堆東西，而是精準定位。你先確定想要獲得報酬的工作類型，然後對它進行「逆向工程」：提供免費示例來展現你的能力。米勒表示自己曾對書籍封面設計感興趣，因此他為《綠野仙蹤》等一系列公版書設計新封面。

儘管在米勒與希許兩位插畫家的專業領域中，最常見的工作形式是委託創作，也就是特定的計畫、具有嚴格的規範、針對特定客戶；不過，同樣的作法適用於整個藝術圈。這些都是內容行銷：現在年輕導演拍攝短片，幾乎都是將其作為打入好萊塢或影視工作的名片；喜劇演員在推特上發布笑話，希望能在編劇室裡占有一席之地；音樂家免費提供樂曲，希望能授權電影或廣告使用，或者讓自己獲得寫歌的工作；依莎·蕾（Issa Rac）創作網路劇《衰運黑女孩的尷尬人生》（*The Misadventures of Awkward Black Girl*）的

目的也是如此，該節目最終發展成HBO影集《閨蜜向前衝》(Insecure)。當然，這也是人們以提供「曝光」要求藝術家無償創作的開脫理由——不同之處在於，當你推出自己的作品時，嚴格來說，那就是你自己的作品，不會有其他人利用它來賺錢。

米勒接著說，網紅行銷只是「合作」好聽的說法而已。他告訴我，與內容行銷一樣，如果你請創意人士以這個角度思考他們在做的事，你會觸怒他們，但這就是事情的本質。米勒提到了他的書《創意信心喊話》，其中內容來自五十位知名創意專業人士。他說，他是真心很想做這個計畫，但也明白很多參與者會在自己的社群媒體與其他媒體上宣傳這本書。「這是我能獲得的最有效的曝光率，」他說，「邀請其他人來上我的播客節目也是同一回事。」如今，每一位獨立創作者都有宣傳管道，或者自己就是招牌，每一次公開互動都是交叉宣傳的機會。現在還有哪位創作者不是獨立藝術家？還有什麼互動是不公開的？

這些行銷手法的重點除了是要售出現有作品（你的新專輯或兒童讀物）或從客戶與公司（如：赫曼賀卡〔Hallmark〕或HBO）尋求未來的機會，而且也遵循「一千位鐵粉」的邏輯來吸引屬於自己的受眾，建立長期的銷售與支持來源。珍·弗里德曼(Jane Friedman)是擁有二十年職場經驗的出版顧問，著有《作家的職責》(The Business of Being a Writer)與《美國作家協會個人出版指南》(The Authors Guild Guide to Self-Publishing)，同時也是二〇一九年「數位圖書世界」(Digital Book World)年度出版評論人獎得主。她告訴我，因為建立受眾意味著發展關係，其過程必須是「有機而持續」的。她說，你不能跟許多作者一樣，在書出版時才瘋狂在推特上推文、

發布部落格文章，這個時候早就太遲了。因此，「一一」模式（一天一次、一週一次）很受歡迎，比如希許的花式英文首字母插圖，我見過很多類似案例：連續一百天每天發布一張新畫作，連續一年每週創作一首新歌，甚至連續一年每個工作日都寫一篇新的短篇小說。部落格和播客體現了相同的概念——定期頻繁提供免費的新內容——提案人在群募平台Patreon上提供給支持者的大部分素材也是如此。而且，由於注意力經濟也是一種成癮經濟——正如每次我們查看手機，試圖紓解想要看到新內容的渴癮——你也在吸引你的粉絲查看你的消息。

這樣做需要耗費的時間可想而知。弗里德曼寫了三年的部落格才獲得經濟回報，「而大多數人的心態是，我才不要抱持著可能會有好事降臨的『希望』去連續寫部落格三年，」她說。「你幾乎是被迫去做這些事、去實驗與玩耍。」如果只是因为別人告訴你該這麼做，就去使用Instagram或其他平台，「那麼從一開始就會毀掉整個事業。」弗里德曼提到暢銷散文作家羅珊·蓋伊(Roxane Gay)，她「寫作多年而默默無聞」。弗里德曼在推特上發現蓋伊後，在《維吉尼亞評論季刊》(Virginia Quarterly Review)上刊登她的成名作品《不良女性主義的告白》(Bad Feminist)。「她的推文列表(twitter feed)就像一串意識流。」弗里德曼說。

換一個老套的說法就是，蓋伊給人「真實」的感覺。插畫家麗莎·康頓在三十多歲開始從事視覺藝術創作，藉由幾乎天天寫部落格來建立她的盈利事業。「我的成功很大程度上不是因為我的藝術作品，」她告訴我，「而是因為我非常擅長講述自己的故事。」她誠實分享自己的生活：先是關於逐漸年長，後來還提

到自己是同志，即使出櫃導致她的追蹤者減少。這種手法部分出自本能，她覺得如果要在網路上呈現自己，她就需要「完全做自己」；部分則是策略考量，透過成為「人們覺得自己認識的活生生的人」來有意識地增加她的追蹤者。在社群媒體時代，建立觀眾代表你願意與陌生人分享私生活，甚至是相當親密的事。現在，你販售你的故事、你的個性——基本上就是藉由販售你自己來販售你的作品。

• • •

可想而知，這一切有其憂傷的一面。時間與精力純粹只是持續流逝。漫畫家貝爾伍德告訴我，她實際能夠用於創作的時間不超過百分之十到二十。任何用於創作的時間都必須不受干擾，你需要能夠讓你進入創作狀態的空間。傑夫·泰勒（Jeff Taylor，化名）離開音樂圈時，是一支崛起的獨立樂團的主唱與其背後的創意推手，他對他們公司提出的所有宣傳要求感到厭煩：在社群媒體上保持活躍；發布照片、影片與音樂；撰寫關於他們演出的部落格文章；接觸、回應音樂記者與部落客。「他們要的不是樂團，」當時他告訴我，「他們要的是實境秀。」後來他又說：「我想寫歌，我想思考，我想深入，但我真的做不到，因為我不斷被拉回到表面上來。」然而，無論公司希望泰勒做什麼，他並沒有其他選擇，「因為你的工作只能勉強讓你溫飽。你可能很受歡迎、有自己的粉絲，但你需要所有可以用上的協助。」所以你同意接受一個音樂部落格做第七次訪問——「那是一個名不見經傳的十五歲小屁孩，（但他）其實可能有爆多追蹤者」——即使「那會毀了你的

一天」。泰勒無法再創作音樂，因為他太忙著當音樂家。

此外，還有社群媒體帶來的恐懼。當你在Instagram或臉書上發布貼文時，你是否會對於塑造人設或按讚數量感到焦慮？想像一下在你的職場上經歷那些情緒。那位以臉朝下趴在沙灘慶祝工作完成的插畫家科洛德尼，在我們對談的時候，她已經因此遠離了那些平台，儘管她知道這麼做對自己的事業有害。她說，一位藝術家朋友「每一天都拜託我用Instagram，她這樣說：『莉莉，這就是藝術圈發展事業的方式。妳這樣每天都是在搬石頭砸自己的腳。』」但科洛德尼害怕陷入這些網站無可避免的面子之爭，害怕變得迷戀於自己的人氣，並逐漸失去越來越多的人生歲月。「我跟這個時代的精神太格格不入了，因為我不會野心勃勃地自我行銷，」她說。「我陷入了這種X世代到千禧世代*過渡期的恐懼，害怕自己的大腦又有另一部分被無意識的自我行銷奪走。」然而，她也明白問題不僅止於面子。她承認，避開社群媒體的狂暴漩渦「絕對會讓我停在一個不能達到商業水準的地方」。

科洛德尼以世代作為理由來表達她反對普遍視為必要的新規則。當然，有這種想法的絕對不只她一個人。傑西·科恩（Jesse Cohen）生於一九八〇年，是獨立搖滾二人組「曬痕」（Tanlines）的其中一員。我告訴他，這些所有關於自我宣傳、品牌行銷的事聽起來非常惱人。科恩停頓了一下。「你現在幾歲？」他問，這當然是合理的問題。儘管如此，我們不應該假設低於特定年紀的

* X世代一般是指一九六四年代到一九八〇年出生的人。千禧世代則通常是指一九八一年到一九九六年出生的人，亦稱為Y世代，這段時期出生的人們開始熟悉網路、手機、社群網站。

每個人面對新環境都能無縫接軌。情況絕非如此。出生於一九九〇年的吉他手兼詞曲創作者潔西卡·布德羅 (Jessica Boudreaux) 便極力避免走上在 YouTube 發布歌曲這種典型年輕音樂家的職涯策略。「我不喜歡在影片中看到自己的臉，」她如此解釋。職業生涯完全靠自己的創作歌手瑪麗安·卡爾告訴我，她從未嘗試尋找唱片公司的原因之一是她對出名不感興趣。「我的作品偶爾會瘋傳，」她說，「這一開始很有趣，但我不覺得我真心享受。」她認為知名度過高會干擾生活。「我覺得，沒那個屁股，就不要吃那個瀉藥。」一位四十多歲的畫家表示，『千禧世代』這個詞可能更適合用來形容某一種人，而不是某個年齡層的人。任何年齡都有一些人覺得透過這些社群媒體的網絡來工作非常好玩、有趣、容易，而年齡較小的一些人並不這麼認為。」她補充，也許「這便會區分出優劣」，或者說，贏家與輸家。

這並非代表你不能年輕而擅長社交行銷、卻又同時對這件事感到非常矛盾。其實，這樣的狀況更有可能是常態，而非例外。漫畫家貝爾伍德生於一九八九年，在多個平台上保持強大的影響力，正如我先前所提到的，她在 Kickstarter 和 Patreon 都有成功的紀錄。「試圖在推特帳戶上與七千人建立實際而脆弱的人際關係是什麼感覺？」她感到納悶。「人們要求我們將自己通常與最親近的朋友才會建立的友誼範圍擴及到陌生人身上，而這種連結關係維持了你的財務生活。這對我來說真的很神奇，也非常可怕。」

查莉·費耶 (Charlie Faye) 生於一九八一年，是新摩城*女團「查

* 新摩城 (neo-motown) 是一種音樂類型，是摩城音樂的分支，被歸類在靈魂樂底下。

莉·費耶與費耶特」(Charlie Faye & the Fayettees) 的主唱。該團在群眾募網站 PledgeMusic 上集資——過程一如往常，包含分享大量的幕後資料：附有手寫筆記的歌詞、直接出自「查莉」客廳的客製化影片。如果你贊助的金額夠高，她們會帶你去奧斯汀玩一晚，或者讓你在她們錄製新唱片時在錄音室一起閒聊。「我永遠不會想做那種事情，」我告訴她。「沒錯，」她說，「我們都不想。」你們有人不想，還是你們全部都不想？「我們全部都不想。」

作家大衛·布西斯 (David Busis) 自己完成所有行銷工作，包括撰寫部落格。他說，即使是他的自由工作，其中一些例如為《紐約時報》等刊物撰稿，其實都只是為了幫「作家大衛·布西斯的品牌行銷」。「我受不了自己，覺得自己很爛。」談到自我推銷時，他說：「但我所有成功的朋友都是恬不知恥的。」然後他重新審視自己的用詞。「現在回想起來，『恬不知恥』完全是個錯誤的詞。大多數大量自我宣傳的人絕對滿心羞恥、自我厭惡，而且他們覺得自己無論如何都不得不這樣做。」然而，這種感覺可能只不過反映了社會史的一個過渡期。我告訴科恩，未來自我行銷將成為生活常態，就像倒垃圾一樣。「絕對是，」他說。「我們已經在這樣的時代裡了。」

• • •

在此，必須釐清的是，線上自我展演的新宇宙和藝術經濟的舊元素大量、持續發生的必要活動是共存的。不同領域的藝術家仍然依據自己的專長投入許多時間與精力、經歷高度焦慮與壓力來完成下列事項，而這只是部分列表而已：申請獎項、補助、

駐村、競賽、工作坊、藝術節、表演系列、團體表演及其他類似活動（成功率非常低的那種）；將文字作品、故事與詩作投稿到雜誌與網站（成功率也很低）；開班授課與舉辦工作坊；經營與代理人、編輯、出版社、經理、經銷商、表演場館經紀人、製片人等的關係；盡全力尋找委託案，同時也要經營客戶關係；並且參加派對、開幕式、朗讀會、試映會、研討會、會議，以及前往他們的領域中人們為了互相閒聊奉承而湧入的地方，藉此維繫重要的人脈，而非只是社群媒體上的連結。別忘了，這一切——上述這些，加上所有線上內容——只是作為藝術家所需要的「另一半」，真正重要的是在創作的那一半。

接下來，當然還有日常的正職。以下是我從受訪者或讀到的資料中收集的另一項部分列表。這些是藝術家為了維持生計而做的職業，與他們創作無關：服務生（想也知道）、酒保、保姆、教瑜伽、優步與來福車（Lyft）司機、Postmates 外送平台零工、TaskRabbit 勞力平台零工、CrowdSource 群眾外包平台零工、Mechanical Turk 群眾外包平台零工、為準備考 SAT 測驗的高中生家教、編輯法學院申請文件、編輯即將自費出版作者的作品、幫大都會藝術博物館裝信封、脫衣舞者、販賣大麻、做木工、到活動企劃公司工作、到婚介公司工作、技術寫作、公關寫作、檔案管理員、擔任實驗室的「光榮管理人」（glorified custodian，政治正確用詞）、開咖啡廳、玩線上撲克、祕密保全人員、遛狗、解塔羅牌、投遞郵件、為外燴業者工作、為婚禮花店工作、在機車店整理零件、製作當地公共廣播節目、為高級飯店招聘員工、在西雅圖藝術博物館擔任守衛、在時代廣場的 TKTS 售票亭旁發傳單、為領

英公司（LinkedIn）工作、為諾德斯特龍百貨公司（Nordstrom）寫文案、寫足部畸形相關文章以提高尋鞋網站 oddshoefinder.com 的網頁排名，在非營利組織、律師事務所、圖書館、青年收容所、紡織廠工作，擔任專業保姆、祕書、臨時工、電話推銷員、房地產經紀人，甚至販售他們的二手內衣、珠寶。美國黑人作家詹姆斯·鮑德溫（James Baldwin）曾寫道：「美國作家透過純粹倔強的傻勁與一系列難以形容的零工為自己的道路奮鬥。」⁶

藝術界對於正職的看法各有不同。在音樂圈，它是榮譽的徽章，可靠的標誌。如果你賺的錢多到不需要正職，那你一定很賣座。在我調查的所有其他領域中，這是恥辱的象徵，需要保密。在好萊塢，這代表你是失敗者。在藝術圈與文學圈，這代表你不是「真正的」藝術家或作家。在這方面，正職就像來自家庭的資助（這至少是職涯前幾年第一份工作之外的唯一選擇，甚至還可能持續更久）。很多人都有正職，只是沒有人願意談起。

補助、委託費用、自由工作費、商業案、門票銷售、群眾募資、版稅、正職、教學：對於絕大多數藝術家來說，最真實的經濟生活樣貌就是你的錢從各式各樣的來源東拼西湊。正如科恩所說，你會累積一堆小額支票。（我們對談的前一週，他才獲得一份二十三美分的支票。）有一位作家告訴我，以十五份「1099 美國稅務表單」總結一年並不稀奇，這是自由工作者收入的納稅申報表。梅雷迪思·格雷夫斯（Meredith Graves）最知名的身分是搖滾樂團「完美貓咪」（Perfect Pussy）的主唱，曾在一篇名為〈做自己的職涯〉（The Career of Being Myself）的貼文中將自己描述為「巡迴樂團的成員、全職自由文化撰稿與專欄作家、小型唱片公司的業主經

營者……美食作家與烘焙師……DJ、會議及大學活動主持人或演講者、模特兒、唱片行員工、廣播電視名人、活動專員——不勝枚舉」。⁷

藝術家花很多時間在找工作。「自由工作會致人於死地，」在電視產業工作的麗莎·培根（Lisa Bacon）告訴我，「壓力太大了，你每次都必須趕著」找下一份工作，「一直、一直持續下去。」他們也花很多時間在追討已完成工作的報酬。一位音樂家形容追討版稅（這些往往都是小錢）的過程是「在樹林裡獵麻雀」，試圖湊齊「足夠吃一頓飯的錢」。但保持多元收入來源很重要，因為你永遠不知道什麼時候會遇上讓你財務枯竭的事。現在，正如記者兼作家史蒂芬·科特勒所說，整個產業可能都會枯竭：對於各種類型的創作者都是——就他而言的是長篇深度報導，這是他花了多年時間磨練的文類，而今或多或少已經走入歷史。

東拼西湊的財源常常讓人發揮他們的優勢，也更符合他們的個性。插畫家米勒患有注意力不足過動症（ADHD），他相信很多具有創意人格的人也有此病症。米勒告訴我，他一直將自己的職業設想為「各種事物組成的生態系」，因為他「從未把全職工作當作可行的選擇」。擁有十五份美國稅務表單的作家（不願透露姓名）解釋，他「這些年來在學校一直受到創傷」，那種「日復一日」的感受，因此他總是強調自己會避開一般的工作。而正如格雷夫斯所說，自由工作在最好的情況下，帶來自由、機會、刺激、全神貫注，也讓你感覺到自己過著應該擁有的生活。

• • •

在我們的文化裡有一個奇怪的想法持續存在，認為藝術家生性懶惰——藝術創作是自溺怪人的休閒活動。我想起有時會在大學生口中聽到的一句話，那是他們心目中腳踏實地的反面形象，也是許多人聲稱嚮往的樣子：「坐在樹下寫詩。」寫詩似乎是一種寧靜、牧歌般的活動，而我的印象是，寫詩其實對於情感的消耗等同於摘除自己的腎臟。

事實上，我無法想像有人會比我採訪過的許多藝術家更努力工作，原因很簡單，感覺他們一直在工作。小說家、旅行作家戴安娜·史貝契勒總是每週工作七天——她年輕時通常每天工作十二小時，現在有時還是如此。（「我喜歡工作。」她說。）珍妮·鮑威爾（Jenni Powell）是網路劇創作者的先驅，她曾有許多年時常一週見不到自己的家一次。現在她每天只工作十二到十五個小時，並試圖「在週末稍微休息」。三十多歲開始創作的插畫家康頓會在早上七點醒來，伸手從地板上拿起前一天晚上放在地板上的電腦，請女朋友把她的咖啡帶到床上，然後工作一整天——不過，她說，「我一定會停下來吃晚餐。」漫畫家貝爾伍德只有在她家門口的車流變少時，才知道那天是假日。同樣有一份全職工作的克莉絲汀·拉德克（Kristen Radtke）表示，她第一次到紐約並忙著完成圖像小說《想像只有一個願望》（*Imagine Wanting Only This*）時，「真是慘無人道。」「如果我（當天）沒有工作，我會極度焦慮，徹夜無法入睡。」我們談話時書已經寫完，所以她就稍稍沒那麼執著，比方說，那天她就不打算在晚餐後工作，而我們對談時是在三天連假裡的星期天。

有位藝術家曾如此形容，藝術家需要「瘋狂的動力」；正如

另一位藝術家所說的，他們需要「每天工作二十五小時、每週工作八天，而非每天工作二十四小時、每週工作七天」。⁸我問紐約的年輕作家們，是否每一位紐約的年輕作家都在使用興奮劑例如阿德拉(Adderall)*這種藥物，好扛起工作量？我得到了三種答案：沒錯。沒錯，除了我以外。沒錯，我也是，但不要告訴別人我這樣說。自由接案經濟中那種不斷競爭的忙碌生活——伴隨著拉德克所表達的那種內疚焦慮——讓生存變成一系列無休止的短期任務。而這些挑戰是當今年紀輕輕便成就非凡者（甚至成就不那麼出色者）從中學或者甚至更早，就被訓練要去面對的。大眾有個很奇怪的普遍印象，那就是千禧世代很懶惰。千禧世代可能有許多面向，其中大部分與他們被迫成長其中的那種經濟背景有關，但懶惰不是那些面向之一。正好相反。電影導演漢娜·菲德爾(Hannah Fidell)告訴我，她二十幾歲時在奧斯汀住過兩年，只有當服務生與寫劇本，沒有朋友也沒有男朋友。我心想，當然了，「不去好好生活」，就是經典千禧世代的戰略。

即使對年輕人來說，追求速度也必須付出代價。「獨立藝術家與慢性健康問題之間幾乎有直接的關聯，」獨立創作者藝術節「親親抱抱」(XOXO festival)†聯合創辦人安迪·麥克米蘭(Andy McMillan)表示。藝術家很難有足夠的時間來照顧自己——很難有時間睡覺、運動、放鬆，或是增進友誼與談感情。在與我交談過的人中，漢娜·菲德爾絕非唯一一個已經放棄社交生活數月或數

* 某種治療ADHD的處方藥，主成份為安非他命。

† 譯注：為表現親密的互動，英語使用者常於信件、短訊後加上XOXO，表示「親吻」(X)與「擁抱」(O)。

年的例子。為出版社工作的拉德克將她的職場活動當作她的社交活動。貝爾伍德告訴我，她的伴侶與她的生活型態很類似，她們一直在討論彼此必須擴大關係的互動，而「不只幫忙對方分類電子郵件，或是整理彼此的便利貼備忘錄」。不出所料，與我對談的藝術家也有不少感到倦怠。「有很長一段時間，我答應接下所有的工作，因為覺得下一次就不會再有人問我。」來自安大略省的作家普里克特告訴我。「我一直覺得，這一切像是紙牌屋，隨時都可能倒塌。」她說，在她認識的每一位紐約作家與藝術家中，筋疲力盡之感無所不在。

• • •

至少沒有人認為藝術家很富有——不過，很多全職藝術家不富有的程度可能會令人訝異。不少與我對談的藝術家告訴我他們的年收入在兩萬到三萬美元之間，甚至更少。有些人還必須靠食物券為生。劇作家巴倫告訴我：「我在紐約時有好幾年一年只靠一萬八千美元過日子。」小說家兼劇作家伯恩邁入三十一歲那年的收入約為一萬五千美元。法娜·勒曼(Faina Lerman)與丈夫格雷姆·懷特(Gracme White)是一對四十幾歲的視覺藝術家，帶著兩個年幼的孩子住在底特律附近，他們的總收入約為兩萬美元。「你怎麼養家糊口？」我問她。「我們無法。」她說。南希·布魯姆(Nancy Blum)從事視覺與公共藝術創作，在我們對談前的六、七年前一直過著「幾乎只能溫飽」的生活，每年作品只能賺兩萬五千到三萬美元。我訪談她時，她已經五十三歲了。

即使是表現更好的藝術家——像布魯姆一樣，總是要經過多

年或幾十年的奮鬥——年收入通常也是中等，大約在四萬到七萬美元間，但不會再更高。與我對談的藝術家都不是有錢人。事實上，根據美國勞動統計局的一項大型縱貫性研究，在三十個職業群體中，藝術家的平均收入排在倒數第四位，僅次於育幼、餐飲服務，甚至落後於清潔工與女傭。⁹而且，由於他們往往來自相對富裕的家庭，根據同一研究，他們經濟向下流動的幅度——父母收入與個人收入之間的差距——是迄今最大的，平均下降了百分之三十六。「飢餓的藝術家」可能是陳腔濫調，但這並非不存在的神話。

我問巴倫，一萬八千美元如何在紐約生存？「你住在房租五百美元的公寓裡，吃著一美元的披薩與貝果，」她說。「我幾乎從來不出門——我就是這樣撐過來的。」事實上，你在紐約可以用五百美元找到一個在地下室的房間。「你住在鍋爐旁邊，」她說。這也是違法的，所以你可能會被驅逐。巴倫曾經歷過三種類似情況，有一次是跟六名來自同一個小鎮的巴西婦女同住。地下室淹水時，她有四個月不用付房租。此外，她還得與其中一個人共用一張床。談到群募網站加劇了目前種族不平等的作曲家兼視覺藝術家魯克，曾在西雅圖的一座非法倉庫裡與十五個人共用一間浴室長達十八年之久。伯恩在三十一歲那年，靠著「大量的碳水化合物、糖、花生醬夾心椒鹽餅溫飽。是用每一美元可以買到多少卡路裡來計算的」。史貝契勒獨居紐約時，會一起穿上她所有的運動內衣，因為它們全都破了，有時還會拿洗衣用的二十五分銅板來湊齊租金最後的十美元。地鐵票漲價時，她也會擔心——對她來說，這可能每天要額外支出一美元。「我一直都很窮，」

她說，「一直、一直都窮到不行。」

對與我談話的藝術家們而言，健康保險是普遍的擔憂。有人付了一大筆錢；有人買的廉價保險計畫幾乎沒有負擔任何醫療費用；有人留在他們非常想要離開的職位上；還有人沒有任何保險，只能祈禱自己身體健康。（這個光景是在歐巴馬健保開始之後。二〇一三年，也就是法律生效的前一年，有百分之四十三的藝術家沒有保險。¹⁰）「在『舒適生活』的實果卡上，」貝爾伍德說，「我們很多人可能會犧牲健保費這個選項，或者不去看牙醫。」她繼續說，如果人們能夠賺到多一點錢，他們就會想要填滿其中幾個與健康相關的空格，這樣的選擇相當合理。當伯恩得知她第一筆預付金的消息時，她告訴經紀人自己終於買得起一些健康保險了。

然而，貝爾伍德認為，藝術家可能會陷入「為生存努力的心態」之中，在自由業的倉鼠輪上不斷奔跑，無法喘口氣並為作品和職涯發展的走向構想出一個更宏大的願景。她說，如果給自由工作者五萬美元，除了填滿生活的實果卡之外，很多人不知道要用來做什麼——不會拿來投入更龐大的計畫，因為他們從來沒有機會構築更大的夢想。而且，不會有人給他們五萬美元。愛咪·惠特克在《藝術思維》中寫道，藝術家真正需要的「不是藉由創作他們已經會做的東西來獲得報酬，而是在財力允許之內，透過嘗試冒險來發展新作品」。¹¹

藝術家的收入不僅低，而且變動幅度很大。藝術家的絕大多數收入來源都是暫時的：不是穩定、可預期的薪水，而是短期的零工與一次性工作。收入非常不穩定，每年或每月變化，倍率

可能是五倍或十倍。一次付款聽起來金額可能很高，但這並不是你的薪水之外的錢；這就是你的薪水。就獎助金而言，五萬美元的金額已經相當高，但僅等同於中產階級的收入。一本需要三年時間寫成的書，預付金為十萬美元，扣除經紀人的百分之十五佣金，相當於每年兩萬八千三百三十三美元。巴倫告訴我，她「一直因為錢而備感壓力」，近年來存款多次跌至「零元」。她通常會得到「奇怪的意外之財」，但不曉得三個月後會發生什麼事。「看著年曆，卻不知道錢從哪裡來，讓我心力交瘁，」她說。而當你的經濟搖搖欲墜，一場危機就足以招致災難：突發健康事故、筆記型電腦失竊、大型計畫失敗。

藝術家必須（而且確實）有絕佳的隨機應變能力。首先，必須節儉。有人告訴我，維持創作生活的首要關鍵是保持低開銷。「如果你決定成為一名作家，」史貝契勒告訴我，「你就有點像是決定過一種不想買東西的生活。」藝術家也很有創造力。「成為一名藝術家最具挑戰性的事情之一就是五百美元製作五千美元的演出，」魯克說。「我們一直都在做這種事。」最後，藝術家必須同心協力。我接觸過的許多藝術家都秉持團結、開放與互助的精神來創作。當他們沒有錢時，還有彼此能相互幫助。

無論遇到什麼困難，藝術家都會盡力解決來繼續創作。巴倫強調，她的經濟困難是一種選擇，這使她能夠投入一種實踐，她形容得宛如投身宗教。「我覺得當一切都離我而去、感到與所有朋友疏遠、感到非常孤獨時，至少我還可以做點東西，」她說，「那種創造某種東西的感覺對我來說就像是救贖。」與丈夫一起生活的視覺藝術家勒曼年收入為兩萬美元，她告訴我，她一直想像自

己會成為苦苦奮鬥的藝術家。「你會很窮，你得非常努力工作，」她說，「但你會做你喜歡做的事，你的性靈會完好無缺。」我問，那效果如何？「還不錯，」她回答。「我們過著極簡生活，」她笑著說，「但我們仍然過得很好。」「曬痕」二人組的科恩這樣說：「你必須知道自己的生命是否要為同一目標努力。如果是的話，那麼就要一生勞碌，但這不成問題。你知道那是你的使命。那是你的工作。」