

拍賣：一個從社會建構觀點的研究

李玉瑛

摘要

拍賣(auction)是藝術市場中一個交易平台，但卻是能見度最高，具有符號價值和展演效果的舞台。拍賣所涉及的不是個人，而是一群人（買者與賣者雙方）的關係與意識型態，他們以拍賣公開的儀式，集體的意識來決定一件物品可被接受的價值，以及它該適合屬於誰。拍賣確立了文物價值的資本體系，拜金主義。它為物品建立了價值，身份，和所有權。拍賣會具有娛樂功能，它型塑社會關係，它轉移大筆的資金。拍賣會提供一個讓我們知道經濟與生活和社會行為的關連性。一般人所接觸到關於拍賣的訊息，印象深刻的也許是藝品拍賣價的天文數字，但是對拍賣和社會文化的關係所知有限。雖然經濟學家有許多對拍賣價格(price)計算的研究，藝術學也有對拍賣藝品的研究，但是從社會學的角度來解釋這樣的集體行為和社會現象卻很少。到底是誰參與拍賣？他們之間的關係如何？要如何以社會學的觀點理解拍賣，以及鑲嵌在拍賣中的民族情緒，國家聲譽，社會網絡和仲介文化消費？本研究希望從社會的，文化以及全球化的視角來研究台灣和中國大陸的拍賣，期能對經濟社會學和藝術社會學有所貢獻。

關鍵字：拍賣，文物藝術，社會網絡