



New Exhibition Design

全球精选展览设计

01

(德)乌韦·J·赖因哈特 菲利普·托伊费尔 编
Uwe J. Reinhardt Philipp Teufel

大连理工大学出版社

New Exhibition Design 全球精选展览设计 01

(德) 乌韦·J·赖因哈特 菲利普·托伊费尔 编
Uwe J. Reinhardt Philipp Teufel

史 强 译

大连理工大学出版社

New Exhibition Design 01

ISBN 978-3-89986-028-3

©2008 by avedition GmbH, Publishers for Architecture and Design, Ludwigsburg (Germany),

www.avedition.de

© 大连理工大学出版社 2008

著作权合同登记06-2007年第221号

版权所有·侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

全球精选展览设计. 01 / (德) 赖因哈特 (Reinhardt, U. J.), (德) 托伊费尔 (Teufel, P.) 编; 史强译.
大连: 大连理工大学出版社, 2008.6

书名原文: New Exhibition Design 01

ISBN 978-7-5611-4127-4

I. 全… II. ①赖…②托…③史… III. 展览会—陈列设计—世界 IV. J535

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第060879号

出版发行: 大连理工大学出版社

(地址: 大连市软件园路80号 邮编: 116023)

印刷: 深圳市精彩印联合印务有限公司

幅面尺寸: 210mm × 227mm

印 张: 24

插 页: 4

出版时间: 2008年6月第1版

印刷时间: 2008年6月第1次印刷

责任编辑: 初 蕾

责任校对: 曹 慧

封面设计: 温广强

ISBN 978-7-5611-4127-4

定 价: 260.00元

电 话: 0411-84708842

传 真: 0411-84701466

邮 购: 0411-84703636

E-mail: dutp@dutp.cn

URL: <http://www.dutp.cn>

目录

00 关于展览

关于新展览设计的21个专题

8

01 临时性展览

Mon beau Sapin

Holzer Kobler Architekturen, CH

20

Der gespiegelte Mensch

Weiersmüller Bosshard Grüniger WBG, CH
Stefan Zwicky, CH

24

PSYCHOanalyse

Praxis für Ausstellungen und Theorie, D

30

Sonne, Mond und Sterne

Steiner Szenische Architektur, D

36

Good N.E.W.S.

Studio Italo Rota & Partners, I

40

Wonderkamers

Kossmann.dejong, NL

46

Einstein begreifen

nowakteufelknyrim, D

50

All we need

Holzer Kobler Architekturen, CH
iart interactive, CH

56

Im Zeichen des Drachen

Buero Reinhardt, D
Ossenbrunner Wagner Gestaltung, D

62

New New York 2

Studio SUMO, USA

68

klima und mensch

Atelier Brückner, D

72

Botschaft der Dinge

Hamann-Projekte, A

78

Senseware

Hara Design Institute, J
Nippon Design Center, J

82

Sportdesign	Museum für Gestaltung Zürich, CH	88
P.P.P.	chezweitz & roseapple, D	92
Reality Machines	Maxwan architects, urbanists, NL	96
Istanbul	Kossmann.dejong, NL	100
Wohlstands-Träume	Buero Reinhardt, D fnp architekten, D	106
At Home in Renaissance Italy	OPERA Design, NL	110
La Grande Svolta	Studio Italo Rota & Partners, I	114
Im Zeichen des Goldenen Greifen	harry vetter team, D	120
Cyberhelvetia	3deluxe, D	126
In heikler Mission	Holzer Kobler Architekturen, CH	132

02 永久性博物馆展览

Fernsehmuseum	Hans Dieter Schaal, D	138
Aomori Museum of Art	Bluemark, J	144
Shanghai Auto Museum	Atelier Brückner, D	148
Schlesisches Museum	hg merz architekten museumsgestalter, D	152
KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora	Hans Dieter Schaal, D	158
National Denkmal Konzentrationslager Vught	Marcelwoutersontwerpers, NL	164
Museum Volkenkunde	OPERA Design, NL	168

	Deutsches Museum	nowakteufelknyrim, D	174
	Info Center Alptransit Gotthard	Atelier Oi, CH	178
	Kloster Wedinghausen	Kalhöfer & Rogmans, D	182
	Map of the Diaspora	Studio SUMO, USA	186
	Pommersches Landesmuseum Greifswald	Bertron & Schwarz, D	190

03 品牌博物馆

	futurezone	Atelier Markgraph, D	196
	Mythen Lamborghini	KMS TEAM, D	200
	Mercedes-Benz Museum	hg merz architekten museumsgestalter, D	204
	Messestand Museum Ritter	Büro Uebele Visuelle Kommunikation, D Büro für Gestaltung Diane Ziegler, D	210
	JURAworld of Coffee	Andrin Schweizer Company, CH	214

04 商品陈列

	Moroso	Tokuji Yoshioka Design, J	222
	Lexus L-finesse	Tokuji Yoshioka Design, J	226
	Puzzle	Heider Pannen-Vulpi, D	230
	Muji	Super Poteto, J Hara Design Institute, J	234
	ISH 2007 Dornbracht	Meiré und Meiré, D	238

	Showroom in the DHL Innovation Center	Triad Berlin, D	242
	Aufgetischt	avcommunication, D	246
05	试验性和先锋派作品		
	Déplioire	Intégral Ruedi Baur et associés, F	252
	Juste avant la transformation	Intégral Ruedi Baur et associés, F	256
	The Edible City	EventArchitectuur, NL	262
	Free2choose	Ars Longa, NL	268
	P0ES1S. Digitale Poesie	chezweitz & roseapple, D	272
	1000 Peacewomen across the Globe	Atelier Oi, CH	278
	Unexposed	Featuring, NL	282
06	艺术		
	Kosmos im Kopf	Via Lewandowsky, D	288
	Max Bill	L2M3 Kommunikationsdesign, D Ulrich Zickler, D	292
	Das Paradoxe von Schrödingers Katze	Harald Fuchs, D	296
	M-City	ReD Research + Design, P, E	302
	Artchair	Featuring, NL	308
	Das Hotel	Via Lewandowsky, D e2a eckert eckert architekten, CH	312

	Stankowski 06	Stankowski + Duschek — Grafisches Atelier, D	318
07	时尚		
	Beyond the Catwalk	OpenOffice, USA	324
	Fashion Show. Y-3	Villa Eugénie, B	330
	The 50th Collection	Villa Eugénie, B	334
	Arnhem Fashion Biennale 2005	EventArchitectuur, NL	338
	minä perhonen	Bluemark, J	344
08	公共空间		
	Fussball Globus	3deluxe, D	350
	Wasser~Fälle. An Rhein und Maas	Steiner Szenische Architektur, D	356
	Raum auf Zeit — Zeit im Raum	Stefan Korschildgen, D	362
09	访谈		
	对格特弗里德·科尔夫的一次采访		366
10	索引		
	建筑师, 艺术家, 设计公司		382

关于新展览设计的21个专题

本书的书名和主题同由理查德·洛泽所写的名为《展览中的新设计》的书有关联。洛泽（1902~1988年）曾是一名海报创作人、画家、绘画艺术家和作家。“在构成主义画面设计的基础上，他发展出了一种构成派的设计形式。作为一种具有代表性的模式，这种设计产生了瑞士的图案设计学的概念，并为瑞士设计学的理念成为20世纪50年代的世界设计潮流铺平了道路。”（Jörg Stürzebecher¹）在1953年，洛泽的著作《展览中的新设计》出版。而他从1958年之后一直担任《新美术》的合伙发行人。洛泽关于展览设计方面的书籍已经被视为了此方面的经典著作，他的这些书深刻地向人们展示了展览设计是如何的确地成为了一种空间理念的试验性领域。

如今，内容、理念、建筑风格和设计之间的强烈的互动并没有导致这一点有任何变化。在他当时所著的一篇序言中，洛泽写到：“这项工作包含了展览本身或其部分的内容，也包括展览结构和展览体系。而这些都会因每个展览会本身的不断发展的文化定位、特定主题的内涵、展览的结构以及对于展览形式高水准的艺术质量要求等方面的不同而各具特点。因此，我们要找到一种能够代表国际性特点的方法来反映出当代展览会设计的发展以及在形式和功能两方面都恰当的定位——这是对于任何形式设计都十分重要的先决条件——同时这也是使这些作品符合展览会未来样式要求的前提。”²

我们同样也在21世纪的展览会设计中寻找“新亮点”，如在设计、艺术和技术特色上突出的高水准的设计理念。我们不但在那些常规的展览地点，而且还

1

洛泽，理查德·保罗. 建筑应用美术. Ostfildern: Hatje Cantz, 1999

2

洛泽，理查德·保罗. 展览中的新设计. 苏黎世: Verlag für Architektur, 1953, 第7页

在那些诸如特殊的商店、展示间、绚烂的时装展示会以及特别的贸易市场等不寻常的展览场所中发现了我们所寻找的这些东西。但是，我们仍然是根据主观的标准来选择设计项目的，完整性和代表性并不是我们所关注的内容。因此，所选出的设计项目都严格地反映了展览设计的艺术品味。在每两年发行一本的这一系列中，我们将展示并记录那些展览设计领域重要的发展，同时，我们也将探究在21世纪展览设计中所采用的设计语汇。

本书中的介绍性文字为读者提供了通览展览设计新主题的机会（赖因哈特教授和托伊费尔教授），而且还包括对与具体设计相关的博物馆学知识的概览（对科尔夫博士的采访）。本书向读者提供了获得更多知识的详细信息，还提供了对这些项目的资料进行思考的空间。书中的设计项目按章分类，包括展览（临时性展览）、博物馆（永久性展览）、品牌博物馆、商品陈列、试验性和先锋派作品、艺术、时尚以及公共空间等八章。在每一个例子中，读者将看到的是信息丰富的编排、附有图案的资料以及对于每一个项目的简要的描述，此外还有对每个项目中所有的重要设计要素的分析。而在本书的附录部分，读者可以找到设计师事务所的地址。

“博物馆和展览会都属于现代主义的感觉媒介，它们是文化表达和展现的场所。”³多年以来，曾出版过许多关于博物馆学的问题以及普通陈列与通过展会进行展览之间的关系的著作。“指导、教育、取悦和记忆”的功能已经被学者们充分地探讨过了，但是对于展览设计条件的问题的研究却不够充分。展品展示的美感直到目前才被作为重要的考虑因素。而博物馆在第3个千年开始之时也需要通过设计的手段来对其传递知识的效用进行研究和记录，以便提高博物馆对大众的吸

引力。

先不谈建筑师的培养，即使在设计师的培养中，使学生更全面地掌握展会项目中同内容相关的、概念性的以及关于设计的方法步骤的知识也是十分基本的要求。因此，我们在杜塞尔多夫成立了一家研究机构，即edi（展览设计研究所）。同时，我们首先将“展览设计”的硕士学位作为了一个跨学科的研究阶段⁴。设计本身越来越被看待成了一门科学或者是科学的方法。有关设计学的研究正补充着设计作为一门艺术或一种技术性手工艺的内容。因此，设计方法和步骤成为了一个研究的热点领域（即设计方法学）。虽然，这项研究是为了满足设计本身的需要，但是，其发展是有该学科所固有的经济基础的。设计学之所以需要将其自身改造成一门科学，是同其在经济和文化领域内的重要性不断提高有关系的。我们可以从设计行业不断多样化的划分中看出其中内在的原因。

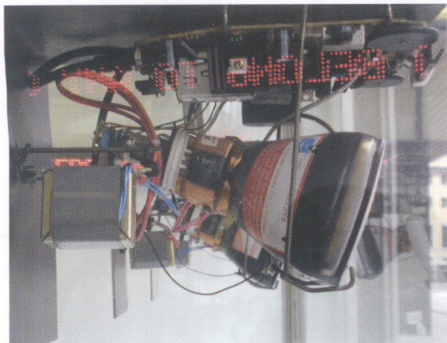
设计研究可以被划分为两个基本的研究领域。二者也都可被认为是一种研究型的科学领域。

第一种是对于设计本身的研究——该领域是对设计学本身的研究。研究的客体包括设计史、美学或者设计方法学。该研究所要反映的是设计及其方法的根本内容。

第二种是对于设计过程的研究——设计研究同样可以针对设计的活动或由设计所带来的发展。这种研究就叫做设计过程研究。设计过程研究是一门设计类学科或者是发展型学科。它同时也包括在“行为科学研究”的领域内⁵。

2007年，苏黎世艺术设计学院（HGKZ）的文化研究所将其研究结果发表在题为《展览展示》（Exhibition Displays）的报告中：“在文化和商业领域中为艺术展示、媒体和设计服务的革新性设计。”其中的主要问题是：“作为一种媒介，展览活动在21世纪还会有哪些革新？”⁶在北莱茵—威斯特法伦州德国工艺联盟最近出版的刊物中，Thomas Schleper以“视觉展览和博物馆的黄金时期——论知识社会中的美学教育的机会”为题进行了分析⁷。

上流艺术圈近年来开始探讨“新展览”运动，并尝试将其定位于“实践性文化展示”。在夏季版的《艺术论坛》（art forum）⁸中则出现了对诸如“作为一种试验性表演舞台的展览媒介”、“展览展示”、“允许不连续的形式和转换视角的出现”等主题的探讨。该版的《艺术论坛》提出了一系列的新问题，“因为传统的展览在场景设置和景观布局上越来越接近于戏剧的理念，所以展示活动本身



00.01



00.02

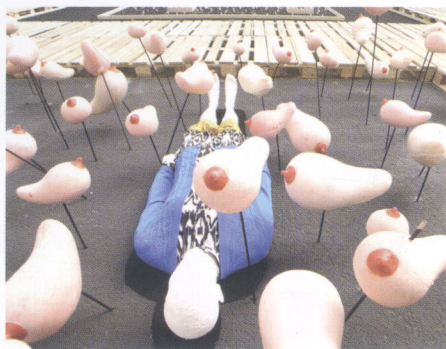
00.01-02 Video Take Out, 安特卫普, 2006年

3

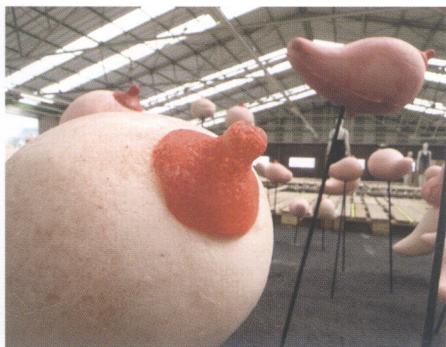
格特弗里德·科尔夫. 博物馆的问题——收藏和展示. 维也纳: Böhlau, 2002

4

www.design.fh-duesseldorf.de



00.03



00.04

00.03-04 安亨时尚双年展, 安亨, 2007年

5

设计领域的研究状况. 第二期论文集. 瑞士设计联合会. 苏黎世: 苏黎世艺术设计学院 (HGKZ), 2005

6

展览展示. 应用于文化和商业的艺术、媒体和设计展览中的革新设计. 苏黎世: 苏黎世艺术设计学院 (HGKZ), 2007

7

托马斯·施乐佩尔. 视觉展览和博物馆的黄金时期——论知识社会中的美学教育的机会. 科学短评. 埃森: Klartext, 2007

8

国际美术论坛. 2007年6-7月, 总186期, 新展览

变成了展现任何具有美感的客体的重要事件, 而在这一事件中, 对于实际的展示活动所需考虑的只有展示者、参观者和展品间的交流。”⁹

对于图尔高 (Thurgau) 艺术博物馆名为“2006新展览”的研讨会, 西格丽德·沙德写到: “只有同‘旧事物’在一起, ‘新事物’才会得以体现。”¹⁰对传统的修正是既痛苦又有意义的一个过程。从这一点来看, 我们的确可以认为设计潮流的转折点就在2000年汉诺威世博会和2002年瑞士世博会之间。

2000年在汉诺威世博会上采用了主题公园的形式来作为展示“21世纪开始时对社会有关的不同主题的视角”的平台, 并重新诠释了旧式的世界博览会。这场博览会的许多部分都体现出了一种“乌托邦式的图画……而这种效果得益于巨大的全景画——一种在19世纪盛行的大众视觉媒介”¹¹。作为当时的项目经理, 扬·瓦内克斯曾对于题为“视觉星球”的展览做出过如下的评价: “这是建造得恰到好处的装饰, 并由灯光、气味、声音使之富于活力。在某些地方还会加入一些诸如天堂中的独角兽之类的机械性元素。而对不同的理解方式来说, 空间都拥有自己的特殊魅力, 并因此成为了真正的媒介。”从那时起, 让人们对于复杂的事物有所理解的科学事实往往是展览中具有支配地位的内容。

就对于设计和根本性概念的决策来说, 2002年世界博览会较之汉诺威世界博览会而言取得了更惊人的、更具有生产价值和创造性的进步。作为一个整体, 瑞士的展示活动在主题和设计风格上具有更好的连贯性, 而且整个展览全部以更具娱乐性的方式建在了“湖中平台”上。参观者的导游指南也有了很大的改进——更具有逻辑性和戏剧性。由瑞士的五个联邦州、四处地点和三个湖泊构成的通用两种语言的区域成为了一个具有特殊吸引力的舞台。在其中还包含了若干个建筑技术的象征标志。正是这个原因使我们认为2002年世界博览会是一个转折点。

关于Yverdon-les-Bains的Diller+Scofidio所提到的“云雾”, 2002年世界博览会的艺术指导马丁·海勒是这样说的: “虽然事实上不是一次展览, 但仍是一次展览; 虽然事实上不是建筑物, 但仍是一个建筑物。”安装有3万个精致的气雾喷射器的湖中平台制造出了云雾的效果, 但并没有展示任何物品。“公众把这看成了一个巨大的浴室喷头, 或者是一个外星飞船, 或者是一个露天市场用来吸引顾客的噱头。云雾某种程度上是一种诱人的“丑闻”——之所以称之为丑闻是因为在瑞士不缺乏雨雾景观, 但为这一工程却花费了850万欧元。”¹²海勒继续解释说: “云雾效果示范性地展示了这样一个事实, 即若没有清晰的定义, 则这些展示物仅对广泛的大众起作用。它们能够被从不同的方面来解读, 而不能仅被理解成单一的意思。”¹³

主题01

The poodle's core.

传承知识仍是展览会这种活动的核心目的。博物馆并不是展示事物形象的平台；它本身就是一种景象。博物馆的首要任务就是发展出一套向公众展示所用的语汇。然而，博物馆中真实的陈列品则是博物馆的实质所在。博物馆中的陈列品是社会知识、自然历史以及美学的载体。这些陈列品与其所在的真实环境相分离，并脱离了与其处于同一历史时期和不同历史时期的其他事物的影响。博物馆是知识的主要来源，并在文化历史研究上具有一定的价值。博物馆中的陈列品是一种真实可信的事物。这类事物不仅作为知识来源具有价值，而且具有美感，能够吸引人的感官并引起人们对它的兴趣、好奇和迷恋。它们也是历史上的事实的记录和见证。博物馆将历史以压缩的方式展现出来，世界的一切都包含在这些展品之中。

主题02

“Every grandma runs into the MoMA.”

展览会作为一种媒介已经变成了赋予品牌以个性的途径。大型博物馆也对文化的全球化趋势做出了反应，将自身改造成了展示具有历史事件性质的品牌产品的场所和举办为大众所熟知的轰动性展览会的场所。另一方面，以往不具有吸引力的企业博物馆如今也变成了参观者喜欢光顾的场所。企业不再单一地展示他们自己的收藏，而转为展出能代表其品牌全部内涵的事物。尤其是那些大型汽车品牌更是如此。他们试图将其品牌的历史和传统表现为是其所拥有的独特而明确的东西。

主题03

The three Ms.

博物馆（museums）、手工艺集市（manufacturer's fairs）以及购物中心（malls）都使用同样的手段来传递信息和与公众交流，并运用同样的展示说明策略来吸引大众。作为对2002年世界博览会更进一步的发展，诸如“Westside”和“Ebisquare”之类的瑞士购物中心都是作为一种独特的体验来进行构思和设计的。设计人员通过在设计中运用不同的情绪元素和气氛效果将购物融入到冒险经



00.05



00.06



00.07

00.05-07 瑞士，2002年世界博览会，比尔

9

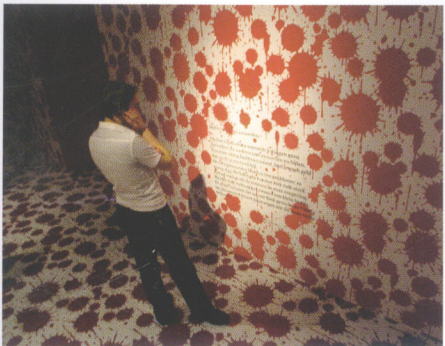
国际美术论坛. 2007年6-7月，总186期，新展览，第42页

10

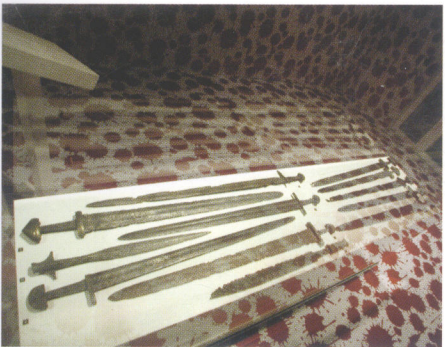
展览展示. 应用于文化和商业的艺术、媒体和设计展览中的革新设计. 苏黎世：苏黎世艺术设计学院（HGKZ），2007，第53页



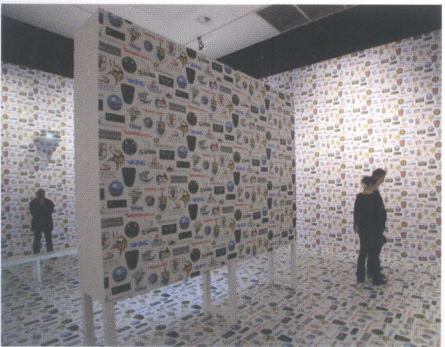
00.08



00.09



00.10



00.11

历和休闲趣味活动之中。由此，大型购物中心向公众展现出了以往只有在大型世界博览会上才有的景观。

主题04

The natural enemy of the exhibition.

参观者一直是最终使展览会得以真正完成的因素。只有当参观者走进展览会进行参观的时候，展会中所要进行的交流过程才能完整地实现。优秀的展会通常都能找到自己的观众群，但是我们仍然不能确定在这个全球化、快节奏、支离破碎并充斥着各种媒体的时代中，人们的理解力会发生怎样的变化。

主题05

The return of the graphic.

这是对二维艺术手段的一种拯救。在法兰克福历史博物馆中陈列的印有经文的地毯中所体现的原则正在回归。然而，完全用三维图案进行完整展示对于上述手段来说是全新的体验。虽然绘图和文字的二维结构不如现代手段那么有装饰性，但是通过合适的设计，它们也可以作为阐释展览内容的途径。得益于现代科技所带来的人们感受事物方式的多样化，图案的暗示效果往往被以直观的方式运用。例如，在“Beautiful Evidence”、“Envisioning Information”（Edward R. Tufte）中，通过图案，科学知识被以可视化的方式展示给公众。这代表了由奥托·诺伊拉特专门为展览会所创造的图案语言的进一步发展。

主题06

The eyes of the text.

文字内容再次得到了重视。“如果没有眼睛阅读文字内容，那么参观者所看到的仍是空空如也的东西。”展览的种种表现手法需要伴随解说，需要设想有解说员正在向参观者讲述其中的故事。现在并没有一个明确的定义来告诉我们设计是什么，设计做什么以及设计的目标是什么。“……，到最后，重要的就是故事讲述的精神。讲故事是人们解读自己生活的一种最典型的方式，也就是说发现自我的方法。”正因如此，文字的排版有重要的作用。

00.08-11 维京（海盗），乌德勒支中央博物馆，2005年

主题07

Display and Interfaces.

显示器和接口已经成为了一个独立的整体。数字媒体经过改造使其可以不经任何干扰而被人们直接体验和接触。经典的显示器被转化成了空间，有时甚至作为一个即插即用的接口。从观察者到使用者，参观者同时变成了信息的制造者和接受者、发送者和接收者、产生者和散布者¹⁴。

主题08

Field of Vision.

越来越多的布景本身都试图在表现出一种纯粹的空间。视觉领域：整个房间、地板、天花板以及其中的物体都要尽可能地“消失掉”。有些人梦想着拥有全息传送技术或者是电影《星舰迷航记》中的“holodeck”。这样就出现了“融合”的画面；展览作为一种流动的元素填补宇宙的无限，因为在展览中体现了一种与宇宙的无限相一致的内在的无限状态：Subversum¹⁵。

主题09

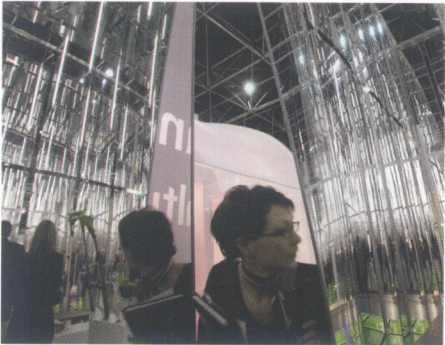
Mise en Scène.

这是一种博物馆学中的构图法。展览会仍是一个使用舞台展示手法的模式化的世界，而参观者则悠闲地在其中徜徉。真实的展品被放置在基座上并处于适宜的光线之下。参观博物馆就是一种通过消遣时光来学习的表现艺术。那些关于文化历史和科学的展览越来越多地采用了具有艺术性并富有诗意的设计方法，如抽象派拼贴法、拼接法、蒙太奇、解码技术、文字特效或者投影法。

主题10

Exhibitions in the 21st century are:

奥拉迪克式的、恰当的、实用的、环保的、自然的、美丽的、智能的、竞争性的、饱含感受的、简明切题的、引起人们共鸣的、充满信息的、故事性的、情感化的、灵活的、主观的、革命性的。



00.12



00.13



00.14

00.12-14 Euroshop, 杜塞尔多夫, 2005年

11

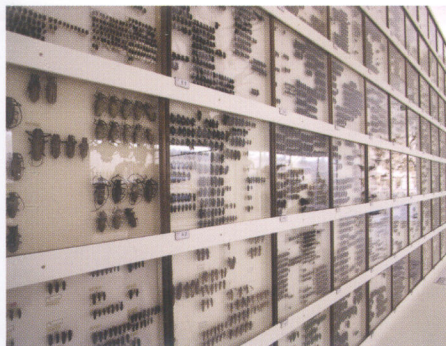
作为传播知识的手段的展览，2002年8月26日至27日的展示，Helmholtz文化技术中心，柏林Humboldt大学，手稿



00.15



00.16



00.17

00.15-17 Archive des Lebens, 巴塞爾自然历史博物馆, 2007年

12

国际美术论坛. 2007年6-7月, 总186期, 新展览, 第167页

13

同上

主题11

Exhibitions in the 21st century are also:

一部观察机器、连接不同地方的通话管、偷窥器、富于感情的博物馆、表演舞台、大轮盘、让人冒险的运动场、让人集中精神思考的安静场所、情感的疗养地、新的珍品藏室、搜索引擎、档案中心或是试验性演出舞台……

主题12

New exhibition design creates:

意味深长的空间、物质的世界、体验真实的场所、领悟知识的地点、具有效能的世界、充满命题的房间、储藏室、沉思反省的处所、多变的空间、交谈的场所、带有故事的空间、富于诗意的空间、好似地球疆域之外的区域、体验直接的感觉经历的氛围……

主题13

Permanent conference.

展览会应当成为永久的大会, 并成为正在进行中的启蒙工程的一部分。

主题14

New museums are:

公立的艺术学校、人们的故乡、墓地、赌博嬉戏的小屋、传说中吸血鬼的地窖、不幸的灵魂的展室、储藏室、纪念碑、酒馆、语言实验室、俱乐部、百货店、现代的大教堂……

主题15

The new chambers of wonders are:

奶酪店、肉店、市场、教堂、巧克力商店……

主题16

Money rules the exhibition.

“最近几年, 德国以及其他国家的城市举办了越来越多的大型官方盈利性

展览会。这一现象要归因于所有展会参与方的支持，尤其是来自于财政部门的支持。”（引自《新法兰克福》，1930年6月，《展览会特刊》）

主题17

Of indolence.

事实上，并没有必要不停地举办展览会或兴建新的博物馆。

主题18

Authentic, direct, lasting and sensorial.

展览会将变得更精致、更加活泼并更具开拓性。集中到每个展览项目上的解说手段使人们所感知的事物以新的方式呈现出来。对要点的简化并不一定意味着随意的设计。对小型化的热情也不意味着附庸风雅。令人兴奋的简洁的展示可以通过诗一般的讲述、精巧的技术手段以及细致的描绘来实现。因此，小型结构的效果可能会优于昂贵的大型展会工程的效果。可能威廉姆·冯·奥卡姆的节约主义原则会重新得到关注。而这还要看为了准确解释观察所得的知识，我们应当优先考虑这一屡试不爽的理论的哪一方面。或者，我们可以转向雅各布·格林所主张的“对不被忽视者的热爱”。

主题19

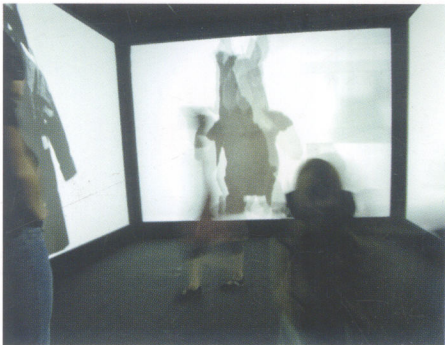
New exhibition design concerns itself with: the old

El Lissitzky, Frederick Kiesler, Lilly Reich, Walter Gropius, Herbert Bayer, Carlo Scarpa, Castiglioni兄弟, Hugo Kükelhaus, Harald Szeemann, Daniel Spoerri, Knut Lohrer, Klaus Peter Groß, Karl-Ernst Herrmann, Peter Greenaway
.....

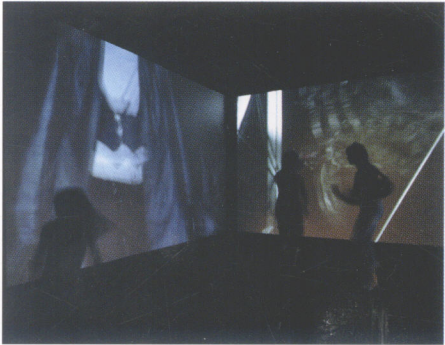
主题20

The future.

Italo Calvino¹⁶于其去世前不久提到了未来美学论的六大价值：灵活性、快速性、精确性、吸引力、复杂性以及连贯性。



00.18



00.19

00.18-19 安亨时尚双年展, 安亨, 2007年

14

彼得·魏贝尔. 你: 博物馆和Web2.0——从观察者到使用者. 五月会议的主题展示——博物馆与互联网, Karlsruhe, ZKM, 2007年5月

15

国际美术论坛. 2007年6-7月, 总186期, 新展览, 第101页

16

伊塔洛·卡尔文. 对下个世纪的六项建议. 在哈佛大学的讲座. 慕尼黑: Hanser, 1988

17

赫姆科恩. 有保留的乌托邦. 手稿, 没有创作日期