

策划时代丛书

策划人 时代

皮力
著

NEW IDEAS IN
PRESENTATION



时代



图书在版编目 (CIP) 数据

策划人时代 / 皮力著. —南京: 江苏美术出版社,
2003.10
(策划时代)
ISBN 7-5344-1480-6

I. 策... II. 皮... III. 艺术—策划—世界
IV. J

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 095186 号

策 划	顾丞峰	责任编辑	顾丞峰
	皮 力	封面设计	卢 浩
版式设计	王洪志	责任校对	吕猛进
责任审读	钱兴奇	责任监印	吴蓉蓉

书 名	策划人时代
著 者	皮 力
出版发行	江苏美术出版社 (南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团地址	江苏出版集团 (南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团网址	凤凰出版传媒网 http://www.ppm.cn
经 销	江苏省新华书店
制 版	南京新华丰制版有限公司
印 刷	南京爱德印刷有限公司
开 本	889 × 1194 1/32
印 张	5
版 次	2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷
印 数	1-5,000 册
标准书号	ISBN 7-5344-1480-6/J · 1477
定 价	15.00 元

营销部电话 025-83361082 86639154 营销部地址 南京市湖南路 54 号三楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

策 划 时 代 丛 书

皮力 著

PRESENT IDEAS IN TIMES



皮
力
著

策 划 人 时 代

目 录

策划人语 生活在策划年代	006
1 策划人时代的到来	010
2 哈拉德·森曼，第一个独立策划人	030
3 卡斯帕·库林格，反策划人的策划人	050
4 汉斯·乌里奇·奥布里斯特，把展览变成实验室	064
5 侯瀚如，移动中的策划人	078
6 芭芭拉·伦敦，录像艺术的教母	094
7 长谷川佑子，寻找共存的联系	108
8 伊沃娜·布拉斯维克，历史呈现的思考者	126
9 凯瑟琳娜·大卫，策划游戏的改革者	146

策
划
时
代
系
列
丛
书

策
划
人
语

生 活 在 策 划 年代

策 划 人 语

生 活 在 策 划 年 代

翻开《现代汉语词典》，“策划”一词的解释是“筹划；谋划”。本来“策划”是个中性的词，但直到20世纪90年代以前，中国人的词汇中，“策划”的含义还隐隐约约地有些贬义。改革开放的脚步催生了这块沉睡的土地，策划一词出现在经济、文化等各领域。随着传播业、娱乐业视觉文化的发展，“策划”的含义逐步从一种简单的“计划准备”演变为一门“专业”，最后竟成为现在的一种“行业”。可以这么说，对策划的强调与凸显，正体现出在一个知识年代信息时代里，社会对人的主观能动性的最大程度的重视，也是社会分工的最好体现。

策划在文化艺术上的天地之阔自不待言，毕竟艺术只是一种情景与情感的预设，一种梦境，是一种对于虚拟境界的勾勒。在艺术创作与艺术策划越来越不容易截然区分的年代，我们面对的现实是，社会影响大的艺术已经不单纯停留在个人创作的传统空间，而更多

策 划

生
活
在
策
划
年
代



的是在广阔的社会空间中才得以辉煌地完成。

那么究竟什么属于策划？可以说，一切对结果有所预测并付诸实施的过程都可以称为策划。美国的艺术巨商利奥·卡斯特利能够在日后的大师劳申伯格、安迪·沃霍尔、李希腾斯坦等人刚出道时就慧眼独具地将其作品收归旗下并大手笔投入商业运作，最终在诸位成为大师之后，他自己收藏的作品售价也水涨船高，这是最好的策划；国际大地艺术大师克里斯托能够不惜8年光景，鼓动德国国会讨论他对国会大厦的包裹方案并最终得以实施，那也是策划；中国在海外最走红的艺术家蔡国强能够在短短的时间里说动上海市政府配合他完成规模空前的2000APEC会议焰火晚会计划并大获成功，足以证明他是个了不起的策划人，而且集策划人与艺术家于一身。

作为一套系统丛书，我们的“策划时代”丛书的编撰可谓迎合时代和社会的要求。在艺术的策划上，国外毕竟比我们先行许多，所以我们首要的任务就是借鉴。他山之石可以攻玉，何况是他山之玉。

本丛书第一批有《策划人时代》、《展示空间时代》、《艺术大展时代》和《公共艺术时代》四本。其中《策划人时代》重点论述为什么说当代艺术已经进入到“策划人时代”，同时列举国际上成功的



策划范例，也结合中国当代艺术的特点，谈到处于起步阶段的中国策划人的经验和教训。《展示空间时代》主要介绍国际上新的展示空间概念，结合外空间与内空间的实例，介绍艺术家如何利用空间、策展人如何安排空间等既具有技术性又具操作性的内容。接下来是《公共艺术时代》，公共艺术是近年来谈得比较多的一个话题，它将艺术从室内、从架上、从贵族化的趣味中解放出来，艺术在真正与大众、与社会的交流和反馈的过程中，寻找到了它新的立足点。该书介绍国外的公共艺术状况和理念，也结合中国的实际情况。最后《艺术大展时代》则主要介绍当代国际上各层次的艺术大展，如双年展、三年展、文献展等以及大展的地位、特点、频率。此外还有中国艺术家参加国际大展的情况，也对国际大展的地位和影响作出了评述。

本套丛书对于阐释策划理念仅仅是一个开始，接下来还可能涉及其他领域。我们既然无法逃脱策划的年代，我们就只好加入策划，在策划中实现社会的目的，同时也实现我们自己。

顾丞峰 2002年8月

策 划
人 员

生
活
在
策
划
年
代

策
划
时
代
系
列
丛
书

策划人时代的到来



1

策
划
人

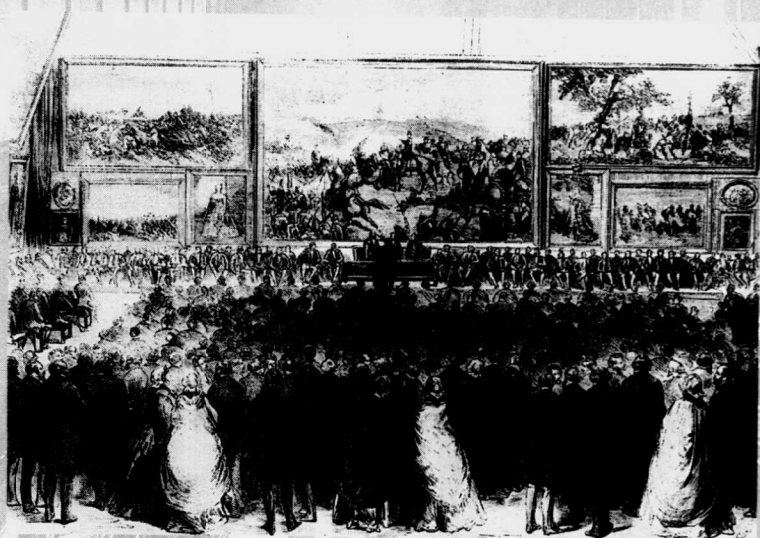
时
代
的
到
来

导论 策划人时代的到来

在2002年第三期的《美术馆》上，发表了一篇名为《博物馆和“非历史性”展览》的文章。这篇由美国学者 Debra J. Meyers 完成的文章的开头被作了如下的翻译：

“哈拉德·森曼（Harald Szeemann）曾经说过：‘博物馆是艺术的殿堂。’他是瑞士的一位陈列设计师。因为主持设计1992年喀塞尔文献展、波恩1975年装置联展以及苏黎士1985年艺术作品联展等等著名的展览而闻名于世。他另外还说，‘艺术品是很容易被毁坏的，而它们也和其他东西一样，是无法被重新创造的。因而对于艺术品的保护必须慎之又慎，而博物馆就是实验这一目的的最佳场所。’”

这段文字最显而易见的一个错误是将1972年的文献展写成了1992年。除此以外，译者将“curator”（策划人）这个词翻译成了“陈列设计师”，而将“curate”（策划）翻译成“设计”。虽然这是一个常识性的术语错误，但是在某种程度上却显示了策划人和策划的



开始于17世纪的沙龙展

实质。因为事实上策划人就是指那些设计展览展示的人，他们的工作——“策划”，就是设计陈列。但是这种设计陈列并不是指设计展柜、标签（当然策划人大多数时候要完成这些工作），而是指如何在一个固定的空间中将不同作者（甚至不同时代和不同类型）的作品联系起来，从而呈现艺术品内部的观念上的联系。作为一本介绍策划人的书，也许我们需要做的第一件事情就是解释什么是策划人，策划人这个角色或者说职业是如何产生的，并且在艺术的发展中具有什么样的意义。

对于大多数人来说，展览策划人是一个新兴的职业。事实上，策划人的出现远比我们想象的要早得多。人们对策划人这个职业的关注出现在20世纪70年代的博物馆革命。因此，在谈论策划人之前，我们首先要谈论的是博物馆乃至整个艺术生态（art community）。艺术的发展并不是一个单纯的艺术家创作作品而观众欣赏的过程，

而是依赖于一个更复杂的系统，这个复杂的系统就是“艺术生态”。

艺术生态

在社会中，艺术往往有两种存在方式，一种是作为文化存在的艺术，艺术的这种存在方式是一种精神性的存在，它是特定时期中意识形态和观看方式的体现，这也决定了它是一种抽象的存在。但是艺术的存在离不开它的另一种存在方式，即作为商品和财富而存在的物质存在方式。艺术的这种存在方式也被称作是“艺术品”。艺术品是艺术的物质存在，也正是因为艺术品的交易，为艺术的发展提供了丰富的物质条件。所谓的“艺术生态”就是指艺术两种存在方式的运动环节和运动形式。所谓的“艺术生态”包括下列几个部分：

角色

艺术家：具体说来他就是创造艺术的人。通常，指受过一定专业训练、有一定专业技能的创造者。

批评家：具体说就是那些对艺术家的创造进行说明、阐释和评价的人。如果我们进一步进行划分的话，批评家分为两种：新闻型和学术型。前者主要通过传媒影响社会公众，而后者主要是通过论文和评论影响专业人士。

收藏家（赞助人）：具体说就是购买和收藏艺术的人。在不同的时期，这种角色有着不同的体现形式。在古代赞助人体现为宫廷、贵族、宗教；在近代则体现为中产阶级和社会个体；而到了现代以后，艺术的赞助人则有个人，也有一定的企业和机构，当然也包括政府。

艺术史家：在艺术收藏和各种评论的基础上，艺术史家的工作才成为可能。他通过收集和整理这些材料，对一定时代的艺术和艺术家进行分析、研究和归纳，从而使一个时代的创作积累成“知识”。



1867年世界博览会的意大利部分

并通过不同的途径传递给下一代的艺术家。

场所

画廊：画廊指的是那些专门展示和销售作品的场所。和画廊相关也诞生了一些新的职业，比如艺术经纪人。

博物馆：博物馆首先是用于保存、展示和研究具有文化意味的事物的场所。在今天，和画廊不同，博物馆往往是非赢利性的公众机构，也就是说所有艺术作品进入博物馆以后通常不再进行销售，

而博物馆的存在往往依赖于政府和公司、财团的资助。

拍卖会：艺术作品的另一种交换场所。和作为艺术品交换的一级市场相比，拍卖会属于不同收藏家之间进行交换的二级市场。

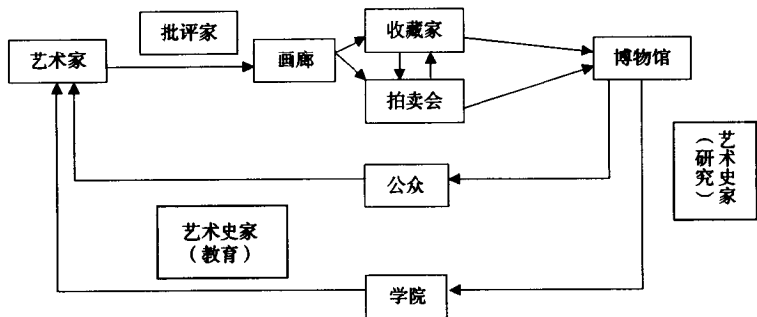
学院：如果说博物馆是保存艺术的场所的话，那么，学院就是传授艺术作品的地方。它所传授的包括艺术家的经验、艺术史家所研究的成果等等。

运动形式

销售：艺术品的最初级运动形式，也是一种商品交换形式。

购买：在艺术生态中有两种形式的购买：一种是为了占有和投资的购买，它通常指的是画廊和收藏家的购买；而另一种是博物馆和学院的购买，其目的是为了保存和研究，而不是赢利。

研究：艺术生态中研究的完成是通过批评家、艺术史家和学院中的教师来完成的，这种研究是建立在艺术作品（博物馆和私人的收藏）和艺术史实（批评家积累的文献）的基础上的。



博物馆的历史

这就是今天艺术流动的“生态”。只有在这个生态圈中，我们才能更好地理解博物馆、策划人的角色和意义。显然，博物馆是一个使艺术品行使自己的文化使命的空间，一个对艺术家和艺术品进行



早期沙龙展的陈列方式

最后定论的地方。从某种意义上说，博物馆是一个产生决定性意见的机构。而博物馆呈现这种决定性意见的方式就是展览。不同艺术家的重要性是通过在这些展览中的作品的比例以及空间位置体现出来的，而代表博物馆执行这种权力的就是艺术史家和策划人。

对于大部分的人来说，博物馆给人的第一印象就是“历史感”。因此从原则上说，博物馆的陈列方式很大程度上取决于艺术史的研究方法和成果。传统的艺术史方法是按照时间顺序、艺术发展中的风格、材料和门类的线索对艺术作品进行排列和研究。同样，博物馆也是按照这种逻辑对艺术作品进行陈列和展示。考虑到博物馆这种机构的起源，我们就更能理解博物馆的这些陈列原则。

博物馆最早起源于贵族、宫廷和教会的收藏库房。他们为了政治和宗教的目的，或者出于积累财富的目的，赞助和收藏了艺术家的创作，而收藏这些作品的库房变成了原始意义上的博物馆。比如