

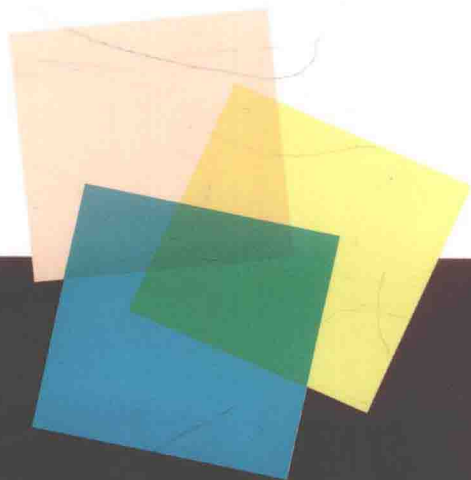


艺术学新学科新视野丛书

THE SERIES OF NEW DISCIPLINE AND NEW PERSPECTIVE OF ART

主 编 杜 卫

副主编 陈 星 张 伟



艺术策划学

张 伟 左颖哲 著



中国文联出版社

<http://www.clapnet.cn>



艺术学新学科新视野丛书

THE SERIES OF NEW DISCIPLINE AND NEW PERSPECTIVE OF ART

主 编 杜 卫
副主编 陈 星 张 伟

杭州师范大学

“攀登工程二期”传统特色学科建设项目成果

艺术策划学

张 伟 左颖哲 著



中国文联出版社

<http://www.cfapnet.cn>

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术策划学 / 张伟, 左颖哲著. — 北京: 中国文联出版社, 2016. 10

(艺术学新学科新视野丛书)

ISBN 978-7-5190-1990-7

I. ①艺… II. ①张… III. ②左… IV. ①艺术市场—营销策划

IV. ①J114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 225252 号

艺术策划学

著 者: 张 伟 左颖哲

出 版 人: 朱 庆

终 审 人: 奚耀华

责任编辑: 邓友女

封面设计: 马庆晓

复 审 人: 曹艺凡

责任校对: 朱为中

责任印制: 陈 晨

出版发行: 中国文联出版社

地 址: 北京市朝阳区农展馆南里 10 号, 100125

电 话: 010-85923078 (咨询) 85923000 (编务) 85923020 (邮购)

传 真: 010-85923000 (总编室), 010-85923020 (发行部)

网 址: <http://www.clapnet.cn> <http://www.claplus.cn>

E-mail: clap@clapnet.cn dengyn@clapnet.cn

印 刷: 中煤(北京)印务有限公司

装 订: 中煤(北京)印务有限公司

法律顾问: 北京天驰君泰律师事务所徐波律师

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 787×1092 1/16

字 数: 310千字 印 张: 21

版 次: 2016 年 10 月第 1 版 印 次: 2016 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5190-1990-7

定 价: 58.80 元

版权所有 翻印必究

总 序

在中国教育体系中，艺术学已经升格为新的第十三个学科门类，下设艺术学理论、音乐与舞蹈学、戏剧与影视学、美术学、设计学五个一级学科。这是中国当代艺术发展史上划时代的事件，必将促进中国艺术的进一步大繁荣和大发展。

为了适应艺术学学科的发展，我们策划出版了这套“艺术学新学科新视野丛书”。

出版“艺术学新学科新视野丛书”，从宏观上讲是落实习近平总书记关于文艺事业一系列讲话精神，践行中国梦的体现。习近平总书记在文艺工作座谈会上的讲话中指出：“实现中华民族伟大复兴的中国梦，文艺的作用不可替代。”中国梦的要义是中华民族的伟大复兴，中华民族复兴的首要任务是中华文化的复兴。这对处于文化核心层面的中国艺术提出了未来的指向和目标，即在世界艺术格局中不断形成全球的影响力。为了达到中国梦所确立的信念之基和目标追求，就要求我们大力推进艺术的发展，我们策划出版这套丛书就是用推进艺术学学科发展的方式来践行中国梦。

出版“艺术学新学科新视野丛书”，从具体落实到艺术学学科上讲是创新艺术学理论发展的需要。艺术创新表现为艺术理论创新和艺术实践创新两个方面。从历史发展来看，在世界艺术史上的任何一次变革都是从思想的解放和理论的创新开始。理论的实质就是创造，因为没有创造就没有黑格尔的“绝对精神”的巨大的理论构建，同样没有创造也不会有马克思天才的学说。我们说艺术是一种创造，理论也是

一种创造，而且是更为重要的创造。所以，出版“艺术学新学科新视野丛书”对于创新艺术理论发展是极为必要的。

是为序。

“艺术学新学科新视野丛书”编辑委员会

2016年5月

目 录

第一章 艺术策划的特性与基本策略	1
第一节 艺术策划的概念	1
第二节 艺术策划的内涵和基本要素	8
第三节 艺术策划的历史和现实发展	9
第四节 艺术策划的基本特性	17
第五节 艺术策划的基本策略	33
第六节 艺术策划的作用	34
第二章 艺术策划与创意产业	36
第一节 艺术策划的创意及其特性	36
第二节 创意产业是崭新形态的产业	52
第三节 当代创意产业的全球蜂兴	57
第四节 创意中国方兴未艾	62
第五节 艺术创意产业与创意阶层	66
第三章 艺术品牌策划	71
第一节 艺术品牌的概念	71

第二节	艺术策划的名牌与品牌	76
第三节	艺术节策划	82
第四节	艺术品牌形象策划	86
第五节	艺术品牌传播策划	89
第六节	艺术品牌保护策划	91
第四章	演艺策划	95
第一节	演艺策划的概念	95
第二节	音乐演出策划	100
第三节	舞蹈演出策划	110
第四节	戏剧演出策划	120
第五章	美展策划	132
第一节	美展策划的涵义	132
第二节	美术作品进入市场的策划运作	139
第三节	书画经纪人与美术策展人	153
第四节	美展策划的形式与技巧	163
第五节	画廊策划	174
第六章	影视剧策划	179
第一节	影视剧策划的涵义	179
第二节	中国影视节目市场的现状与展望	193
第三节	影视剧策划的基本特征	200
第四节	影视剧策划的程序	206
第五节	影视剧策划的炒作	214

第七章 畅销书策划	216
第一节 畅销书的概念	216
第二节 畅销书选题策划	223
第三节 畅销书营销策划	235
第四节 《哈利·波特》现象	237
第八章 动漫策划	244
第一节 动漫策划的涵义	244
第二节 动漫产业	249
第三节 动漫的历史、现状与展望	256
第四节 动漫基本知识简介	261
第五节 动漫策划人员应具备的素质	262
第六节 就业动漫策划与创业动漫策划	262
第九章 网游策划	267
第一节 网游策划的涵义	267
第二节 网游经济	273
第三节 网游的历史、现状与展望	275
第四节 网游基本知识简介	279
第五节 网游策划人员应具备的素质	279
第六节 就业网游策划与创业网游策划	280
第十章 大型艺术活动策划	288
第一节 大型活动的涵义	288

第二节	大型活动是现代生活的亮点	293
第三节	活动策划的基本流程	298
第四节	活动策划的基本要领和技巧	303
第五节	大型活动的宣传策划	306
第六节	大型活动操作实施过程应注意的问题	307
第十一章	艺术策划文案创作	310
第一节	调查研究是策划文案创作的前提	310
第二节	艺术策划文案	317
第三节	艺术策划方案的创作技巧	322
第四节	创意是策划文案的灵魂	324

第一章 艺术策划的特性与基本策略

第一节 艺术策划的概念

艺术属于文化范畴，是一种很重要、很普遍的文化形式，有着非常复杂而丰富的内容，与人的实际生活密切相关。因此，在阐述艺术策划的概念之前，首先应该了解文化和艺术的概念。

一、文化

文化，《现代汉语词典》的释义是：（1）人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和，特指精神财富，如文学、艺术、教育、科学等。（2）考古学用语，指同一个历史时期的不依分布地点为转移的遗迹、遗物的综合体。同样的工具、用具，同样的制造技术等，是同一种文化的特征，如仰韶文化、龙山文化。（3）指运用文字的能力及一般知识：学习文化 / 文化水平。（《现代汉语词典》第五版，第1427页）而《辞海》和《辞源》对文化这两个字比较准确的定义是：“人类生存和繁衍的模式叫文化。”

文化，百科名片解释为：文化是一种社会现象，是人们长期创造形成的产物；同时又是一种历史现象，是社会历史的积淀物。确切地说，文化是指一个国家或民族的历史、地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、思维方式、价值观念等。

文化，维基百科解释为：文化是（拉丁语 cultura、英语 culture、德语 Kultur）指人类活动的模式以及给予这些模式重要性的符号化结构。不同的人对“文化”有不同的定义，通常文化包括文字、语言、地域、音乐、文学、绘画、雕塑、戏剧、电影等。大致上可以用一个民族的生活形式来指称它的文化。

文化，互动百科解释为：文化是一个群体（可以是国家，也可以是民族、企业、家庭）在一定时期内形成的思想、理念、行为、风俗、习惯、代表人物，及由这个群体整体意识所辐射出来的一切活动。

1982年，世界文化大会对文化含义做了如此描述：“文化是体现出一个社会或一个社会群体特点的那些精神的、物质的、理智的和感情的特征的完整复合体。文化不仅包括艺术和文学，而且包括生活方式、基本人权、价值体系、传统和信仰。”

文化区分为广义文化和狭义文化，广义文化是作为与自然相对应的范畴来使用的。在这种情况下，技术、经济、政治、法律、宗教等等都可以认为是属于文化的领域。狭义文化是产生于人类行动但又独立于这些的客观存在的符号系统。

文化与文明这两个概念有联系也有区别。汉语中“文明”一词出于《易经》，《易·乾·文言》：“见龙在田，天下文明。”孔颖达说：“天下文明者，阳气在田，始生万物，故天下有文章而文明也。”“文明”的含意是指民族的精神气象。“文化”是一个人为的过程，而“文明”则是一个历史现象和范畴，指人类社会发展到较高阶段并具有较高文化的状态。也有的学者认为，文明偏在外，凡是政治、法律、经济、教育等生活上的表现，以及工艺与科学的成果，可以认为是文明的表现；而文化偏在内，偏重于精神方面，包含了宗教、哲学、艺术等思想与习俗。事实上，文化与文明概念的内涵虽有差别，但根本上都体现了一定社会人们适应自然环境和社会环境的自觉或不自觉的创造性实践活动的成果。

综上所述，文化是一个非常广泛的概念，给它下一个严格和精确的定义是一件非常困难的事情。很多哲学家、社会学家、人类学家、历史学家、语言学家和媒体工作者一直努力，试图从各自学科的角度来界定文化的概念。然而，迄今为止仍没有获得一个公认的、令人满意的定义。据统计，迄今有关“文化”的各种不同的定义至少有两百多种。

二、艺术

艺术，《现代汉语词典》的释义是：（1）用形象来反映现实但比现实有典型性的社会意识形态，包括文学、绘画、雕塑、建筑、音乐、舞蹈、戏剧、电影、曲艺等。（2）指富有创造性的方式、方法。（3）形状独特

而美观。(《现代汉语词典》第五版,第1613页)

1999年版《辞海》对艺术的内涵和外延作了解释:“人类以感情和想象作为特性的把握世界的一种特殊方式,即通过审美创造活动再现现实和表现情感理想,在想象中实现审美主体和审美客体的互相对象化。具体说,他们是人们现实生活和精神世界的形象反映,也是艺术家知觉、情感、理想、意念综合心理活动的有机产物。作为一种社会意识形态,艺术主要是满足人们多方面的审美需要,从而在社会生活尤其是人类精神领域内起着潜移默化的作用。根据表现手段和方式的不同,可分为表演艺术(音乐、舞蹈),造型艺术(美术、国画、绘画图片、雕塑、建筑),语言艺术(文学),综合艺术(戏剧、影视)。根据表演的时空性质,又可分为时间艺术(音乐),空间艺术(雕塑、建筑),时空并列艺术(文学、戏剧、影视)。”

艺术,百科名片解释为:“一种文化现象,大多为满足主观与情感的需求,亦是日常生活进行娱乐的特殊方式。其根本在于不断创造新兴之美,借此宣泄内心的欲望与情绪,属浓缩化和夸张化的生活。文字、绘画、雕塑、建筑、音乐、舞蹈、戏剧、电影等任何可以表达美的行为或事物,皆属艺术。”

艺术,维基百科解释为:艺术(英语 Art)迄今依旧没有公认的定义,目前广义的艺术乃是由具有智能思考能力的动物,透过各种形式及工具以表达其情感与意识而产生的结果。艺术不只存在于人类社会中,也存在于其他相对高等的动物。艺术是人类精神的升华,也是生命内涵的养分。艺术门类迄今还没有公认的艺术分类标准。各个艺术理论的派别有不同的分类方式,在时间轴上越靠近现代的艺术分类,就越繁复而且具有争议。

艺术,互动百科解释为:艺术的本质就是通过某种特定的媒介符号如绘画、诗歌、音乐、舞蹈、小说、戏剧等来反映和描述事物及其价值关系的运动与变化过程,从而对人的情感、知识和意志进行交流、诱导、感化和训练。

综上所述,艺术是人的一种主观行为,是人们进行情感和思想交流的一种文化形式,是人们为了更好地满足自己对主观缺憾的慰藉需求和情感器官的行为需求而创造出的一种文化现象。这种主观行为属于娱乐

游戏的范畴。艺术可以言简意赅地定义为：“人类以创造美为主要目的的技术及其产品。”艺术作为一种精神产品，具有无限发展的趋势，并在整个社会产品中占有越来越大的比重。

古人们早就专注于艺术的分类问题了。我国战国时代的《乐记》就提出了“声”与“音”的区分。在后来《毛诗序》中对诗、歌、舞的联系与区分也提出了明确的见解：“诗者，志之所之也，在心为志，发言为诗。情动于中而形于言，言之不足故嗟叹之，嗟叹之不足故歌咏之，歌咏之不足，不知手之舞之，足之蹈之也。”“艺术”是所有不同种类艺术作品的总称。整个艺术系统，是由众多不同的艺术门类组成的，每个艺术门类都自成体系。艺术的门类，自始就不是单一的；而且在它的发展过程中，更是愈益呈现出多样化的趋势。

艺术种类繁多，根据不同的分类标准，艺术的类型也不同。如依据艺术形象的存在方式，艺术可分为时间艺术、空间艺术和时空艺术；依据艺术形象的审美方式，艺术可分为听觉艺术、视觉艺术和视听艺术；依据艺术的物化形式，艺术可分为动态艺术和静态艺术；依据艺术分类的美学原则，艺术可分为实用艺术、造型艺术、表演艺术、语言艺术和综合艺术；依据艺术形象的表现方式，艺术可分为表现艺术和再现艺术。依据表现手段和方式的不同，艺术可分为：表演艺术（音乐、舞蹈等），视觉艺术（绘画、摄影等），造型艺术（雕塑、建筑艺术等），视听艺术（电影、电视等），语言艺术（文学等），综合艺术（戏剧、歌剧等）。

长期以来，存在的一种最常用、最具有实践意义的分类方式，这就是以创造艺术形态的材料和技法为依据，分为美术、音乐、舞蹈、文学、戏剧、摄影、曲艺、杂技、建筑和园林等。

迄今，还没有公认的艺术分类标准。各个艺术理论的派别有不同的分类方式，在时间轴上越靠近现代的艺术分类，就越繁复且有争议。随着社会的发展和科技的进步，还会不断有崭新的艺术类型出现，如近年来应用广泛的以电脑科技为基础的艺术与电脑技术相结合的电脑艺术。

三、策划

“策划”一词，古已有之，它是人类社会活动积累、传承、升华的智慧结晶。策划一词最早出现在《后汉书·隗嚣传》中“是以功名终申，

策画复得”之句。其中“画”与“划”相通互代，“策画”即“策划”。策划就是一种策略、筹划、谋划或者计划、打算，它是个人、企业、组织机构为了达到一定的目的，在充分调查市场环境以及相关的环境的基础之上，遵循一定的方法或者规则对未来即将发生的事情，进行系统、周密、科学地预测并制定科学的可行方案，同时在发展中不断地调整以适应环境的变化，从而制定切合实际情况的科学方案，这就叫作策划。简言之，策划，就是为达到一定的目标而制定行动方案的过程。

近二十多年来，国内外众多学者与策划人借鉴各种理论与实践，为“策划”一词下了很多的定义。这些定义包括：

所谓策划，其科学内涵是指在人类社会活动中，人们为达到某种特定的目标，借助一定的科学方法和艺术，为决策、计划而构思、设计、制作策划方案的过程。

策划就是策略、谋划，是为达到一定目标，在调查、分析有关材料基础上，遵循一定的程序，对未来某些工作或事件事先进行系统、全面地构想、谋划，制订和选择合理可行的执行方案，并根据目标要求和环境变化对方案进行修改、调整的一种创造性的社会活动过程。

策划是人类运用脑力的理性活动，是一种思维活动、智力活动，属于脑力劳动。

策划，就是人们认识、分析、判断、推理、预测、构思、想象、设计、运筹、规划的过程。

美国哈佛企业管理丛书编委会把策划定义为：“策划是一种程序，在本质上是一种运用脑力的理性行为。基本上所有的策划都是关于未来的事物，也就是说，策划是针对未来要发生的事情作当前的决策。换言之，策划是找出事物的因果关系，衡度未来可采取之途径，作为目前决策之依据。亦即策划是预先决定做什么，何时做，如何做，谁来做。”

更多人说策划是一种智慧创造行为，是一种构思或理性思维程序。

策划是以既定目标为起点，根据对有关信息的分析，制定策略、政策及具体实施细节，以求目标之实现，最后还有对结果的评估。深层次的策划，必然涉及到文化和哲学。策划的最高境界，是方法论，是哲学。

晏滔先生从“东方策划研究”的视角认为：“策划，即创新思维的智慧表现，是通过隐喻的系统思考，以灵感的涌现为形式，对现实任务的

困境进行全面系统干预,创造性地发现真问题,解决任务堆题中正确的问题;是整合逻辑与非逻辑两种思维层面上的信息资源,面对复杂性的挑战,开辟有序的人类活动,迈向未历之史的科学认识论和方法论。”

策划的定义五花八门,见于各类策划和经济管理的著作中,可见策划的定义很难用一句话简单的回答。随着社会和科学技术的发展,随着策划实践的日益丰富,还会不断总结出关于“策划是什么”的答案。

策划内容涉及面广泛,几乎涵盖了社会发展的各个方面。策划按不同领域分有:经济策划、政治策划、军事策划、艺术策划等;按不同手段分有:新闻策划、促销策划、广告策划、形象策划、公关策划等;按策划对象分有:选题策划、产品策划、专题策划、项目策划等。

根据策划的主体不同,策划主要可以分为:国家、社会团体为主体的事业策划,企业、经济团体为主体的企业策划,个人、家族成员为主体的个人策划。对企业而言,根据经营活动的不同,又可将企业策划分为:发展战略策划、经营策略策划、品牌形象策划、市场营销策划、公关广告策划、危机应对策划、管理咨询策划等等。在政治、经济、文化、商业等活动中,好的策划一定会获得巨大的经济和社会效益,这正是人们为什么要运用策划的原因,也是新时期策划活动蓬蓬勃勃大发展、大兴旺的原因。

我国的现代策划起步较晚,20世纪80年代后期,才伴随市场经济而萌生、而发展;新时期,则借势知识经济的兴起而兴盛、而繁荣。正因为实践的时间比较短,所以理论体系尚不够健全。较早投身艺术策划领域的先行者们,一方面借鉴中国古代的策划经验,一方面借鉴外国的管理咨询经验,又在自己的策划实践中探索积累,总结、升华出一些规律性的认识。这些由我国第一代策划人总结提炼的策划理论,更适合新时期艺术策划的实际,也为后来学习艺术策划的人提供了方向。

四、艺术策划

艺术策划是在社会文化艺术领域,针对有关文化艺术及其相关问题,通过科学有效的手段所采取的策划行为。艺术策划是一项具有创新性、系统性的新领域。它涵盖了演艺策划、美展策划、影视剧策划、畅销书策划、动漫策划、网游策划、大型艺术活动策划以及报刊策划、电视频

道与栏目策划等诸多方面。

当代高新技术日新月异的发展和“全球化”观念的深入人心，以及互联网应用的飞速普及，对传统艺术方式造成巨大冲击，不仅导致所有传统艺术形态的升级换代和现代更新，而且创造了大量崭新的艺术形式。此外，由于文化的大工业化带来艺术活动日益深入的市场化、商业化与产业化，艺术的消费出现了投资、流通、传播等等艺术本身以外的手段。这些经济的、工艺的、传播的手段，把某一种艺术加以放大、彰显并为社会大众所接受，正是艺术策划的神奇功力。

这些变化使得艺术不再是只为“小众”进行的艺术创作。它要最大限度地满足“大众”对艺术的需求，就必须用现代的复制技术和市场手段来策划运作，以最快的速度 and 最大的广度，来满足“大众”的最大需要。因此，不断出新的艺术作品不再仅仅是艺术天才灵感突发的产物，也是艺术策划人精心设计、运筹策划的结晶。作为一种市场推广手段，艺术策划本身的作用是正面的、积极的，很多艺术家的成功往往得益于策划，特别是一些初踏艺术殿堂的年轻艺术工作者，更是把艺术策划视为走向成功的桥梁和纽带，可以说艺术走进了策划时代。这种变化使得深谙市场因素的策划人、创意者在整个艺术活动中的地位和作用甚至于超过作为如画家、作家等传统的艺术生产者，于是专业艺术策划人破茧出壳、应运而生，而且很快形成群体、阶层，广泛地在文化艺术领域引领风骚，取得了举足轻重的地位。

进入新世纪的信息时代，策划活动呈立体、多维形态发展。当前，随着各种门类和各种形式的艺术“泛市场化”，大量从事艺术投资和从事艺术中介的机构如雨后春笋般涌现出来，伴随这些机构出现的“新媒介人”，实际上已顺理成章地成为新时期艺术策划的中坚力量。这些艺术策划人、文化经纪人、艺术经纪人、传媒中介人、制作人、销售商、文化艺术营销者、文化艺术产品生产单位、文化艺术投资商等等，既熟悉艺术家，又深谙艺术形式的运作规律，还有艺术家不具备的市场运营和操控能力，所以他们在艺术策划领域纵横捭阖、如鱼得水，策划出一系列让人耳目一新，又为大众喜爱的艺术精品。

功利性是策划活动的显著特性，艺术策划也概莫能外。艺术策划与策划是种属关系，在“策划”前加的“艺术”是在策划的“属”概念里

加以“种”的区别。

随着社会的进步与发展,策划在各个领域越来越受到人们的重视。艺术策划作为策划学的分支,对文化艺术的发展创新起着关键作用。优秀的艺术策划可以提高文化艺术活动的科学性、有序性,增强文化竞争力,创造品牌和效益。艺术策划已成为文化艺术发展与创新的助推器。

21世纪,世界进入“知识经济”时代,而知识经济又进入“全球大策划”时代。任何产品、企业、事业、团体、个人、国家都处于一张策划的大网中,策划在人类社会发展起着越来越重要的作用。21世纪不仅是知识经济、网络经济时代,也是文化经济时代,文化已逐渐成为推动生产力发展的一支强劲动力。艺术策划对于知识经济和创意产业尤为重要。从创意经济包含的出版、影视、动漫等十几个方面看,哪一个方面都不可或缺艺术策划。

艺术策划学是一门应用性学科,实用性是其重要特点。学习艺术策划就是为了应用。学习一般原理是为了在应用中使思维更自觉,有遵循。艺术策划是在艺术实践过程中进行的策划,所以学习艺术策划,既要掌握最新的科学知识,还要广泛结识社会人脉,在艺术实践中探索策划技巧,在策划竞争中提高策划技艺。

第二节 艺术策划的内涵和基本要素

一、艺术策划的内涵

艺术策划的内涵是,在特定的艺术环境中揭示个人、组织创造性地组合运用一切可以利用的信息、资源和时间这三大基本要素,从而掌握行动的主导权,达到预期的目标。在策划的实践中,只有掌握了行动的主导权,才能够在事前制定排除各种干扰的预案,事中及时恰当地采取富有创造性的策略,真正按照自己的意志行为,达到行动的预期目的,获得策划的成功。

艺术策划的狭义内涵:所谓艺术策划,就是指策划主体或策划机构通过对一定艺术环境的调查和进行系统的分析,利用已经掌握的有关文