

什麼是好展覽？論策展意識

日期：2015年5月22日

地點：台北當代藝術館

主持人：賴香伶／春之文化基金會董事

主講人：徐文瑞／獨立策展人

●**賴香伶**（以下簡稱「賴」）：謝謝大家來到最後一場講座，今天請到的是徐文瑞老師來為我們主講，相信大家對他都不陌生。徐老師曾經在 2006 年於當代館策畫「赤裸人」一展，當年是場非常成功且轟動的展覽，而現在談到獨立策展人一詞，徐文瑞老師的名字就會浮現腦海。徐老師國際策展經歷豐富，包括兩屆的台北雙年展，他也是台灣唯一策過兩屆雙年展的策展人，除此之外還有像是威尼斯雙年展台灣館的評審工作。

2010 年徐老師創辦了 TCAC，是目前台灣當代藝術圈中很重要的機構，該機構和以往常見的替代空間很不一樣，今天請到徐老師來談策展意識，相信他獨到的見解能為本系列講座畫下完美的句點，現在就請他開始！

●**徐文瑞**（以下簡稱「徐」）：其實我覺得要討論策展細節並不有趣，甚至有點無聊，很多人覺得策展很有趣，也想知道一場展覽如何生成，但了解「策展人」和了解「策展」其實不太一樣。

策展意識這個的題目來源和我們的看展經驗有關，通常在哪種情況之下我們會認為這是一場「好」展覽？一般界定會認為擁有許多「好作品」就是一場好展覽，但實際情況卻又不是如此。如果只想單看好作品，那麼到藝術博覽會上就可以看到許多。但藝博會中的作品展示方式又跟其他展覽展示方式非常不同，差別在於藝博會呈現的是作品之為商品的方式，也就是展示作品的商業價值。

現在我們所處在於一個「展覽的社會」，從盛行的社群軟體 Facebook 就可以說明這個現象，從每個人的個人介面來看，人人都是策展人，大家展示的主題（Po 文、關心的議題）是和觀眾、社會逐漸深化發展的，這種社群媒體實際上對我們思考策展時相當有助益。而當我們在思考策展意識時，必須先排除幾項條件，例如：好展覽不一定是在美術館裡進行，而會在任何可能的空間中出現。例如街頭上的櫥窗、咖啡廳都可以看到被精心設計出的展示。

究竟該如何定義出展覽？關於這個問題，其實我們很相信一種公共化的方式，當能夠透過這些公共化的方式，把人群、公眾和內在意涵搭建起來的，我們就會說那是一個展覽原型。這是一個現代性的結果，包括科技、接頭景觀等等，都逐漸朝這個傾向發展。所以當我們今天在思考展覽時，要把展覽的介面思考到如此被普遍化的層次，而不是當我們提到展覽這個詞會的時候，聯想只是侷限在台北雙年展而已，因為展覽隨時在發生。

若在此前提下思考，到底什麼是「有意義」、或是「有趣的」展覽？其實就是當背後有一個策展意識在，這個意識可能是出於對當代生活一種特別的觀察和發現，所以現在談論展覽意識時，不再只是界定在美術館內發生的展覽，而是拉到一個日常生活空間裡來思考這件事。今天當我們去談論一場好展覽的時候，不難發現該展的策展人或是展覽規畫者，他們花更多心思在觀眾、議題性和展示方式等等層面上。

這樣脫離傳統美術館中單純展示作品的方式，其實靈感就是來於自日常生活。在街頭上、社群軟體上看到的充沛溝通力、影響力、議題連結性和感動，我們思考著它們從何而來，這也是當代策展相當關注的面向。「策展」，此一活動已經從藝術領域擴散到其他各個文化領域中，只用傳統展示方式的展覽已經不再吸引觀眾，但可惜的是目前官方機構都還是沿用這種展示方式。

關於各國的展示方式，目前浮現眼前的是國際美術館和博物館開始一種「參與式」的策展，也就是邀請一般觀眾從典藏或是展品中挑選物件，重新規劃這些物件能夠如何被展示和呈現的一種參與式策展。這種方式目前在台灣還不常見，但我想會慢慢出現。用這種策展方式，用意在於跳脫傳統美術館典藏部門的思考邏輯，而讓可能和藝術毫無關係的一般觀眾激發想法，這些想法實際上就是目前當代文化再創造的重要資源，也是未來策展時能幫助我們理解觀眾想法，說服他、並找到一種能讓彼此感動的方式。

現在有愈來愈多人開始策展，不再僅限於藝術史學家、考古學家或是博物館學家，而這之中無論是專業領域跨界合作的策展，或是完全非專業的策展，他們開始介入我們當代生活原因之一是：巨型文化史的崩解。也就是例如今天當我們談台灣的文化發展時，已不再只是關注過去遺留下來的古文物，而是這些古文物到我們現代人的手上時，和過去所展生的文化連結，而對這個連結的說明就是策展論述，這個論述也將不再仰賴用時序斷代來建立，時序斷代的意思像是：台灣過去四百年的文化歷史，哪些時期屬於日治時期、哪些屬於荷治時期等等；或是中國水墨畫發展哪些時期屬於文人畫等等。

像這樣沿用已久的文化史分界開始崩解，個人觀點開始出現，人們透過小型論述和小型展覽來宣示自己的立場，或是透過田野調查後在地文化的重現，這都是當代生活的一部分。如此一來，**在地文化變成當代策展的重要趨勢**。

另一層面與之相關的是資本主義發展。在 1970 年代 Daniel Bell 曾寫過一書《文化資本主義》實際上就是在討論資本主義開始進行的文化轉向，一個商品從製造、行銷、買賣，這連續的過程其實都是在強調該商品由該廠商製造。現在則不同了，我們會知道製造商和行銷、建立品牌可能來自不同公司，而這種行銷方式則變成當代生活的日常語言。

因此，在日常生活中我們所接收到來自某項產品的訊息，其實這背後都是經由**策展之後所產生的結果**；而先前所提到社群媒體 Facebook 塑造出分眾的社會和知識的生產與分配，雖然今天我們談的是展覽，但這兩層面對當代生活的影響確實不容小看。無論在 Facebook 上大家看完展覽對作品的分享或看法，甚至提出討論後產生更大的迴響，這些連結本身都是社會正在發生的事件，它也會影響到我們去**思考展覽到底在做什麼**？

以前做展覽的時候，展覽做完便盡快發記者會和媒體宣傳，但現在做展覽不能只再用這樣的方式，現在更重視的是和第一線觀眾的接觸，因此**策展人更該去思考展覽如何和觀眾發生關係、如何進行有意義的教育活動**。在過去，教育活動只會在展覽現場發生；但現在教育活動很可能發生在虛擬的社群媒體中，因此我們在做當代策展必須要思考**展覽和觀眾的關聯**，我想這個議題也是現今博物館學中很重要的部分，

另外很重要的是**博物館的民主化**，我們會希望美術館、博物館能夠歡迎各式各樣的觀眾，但這裡要注意的是，觀眾人數雖然增加，可是展覽整體的議題性是否能完整的傳達並被正確吸收？以及在博物館民主化的同時，無論觀眾參與策展或是前來參觀，這個過程形成一個公共場域，在此之中策展人**如何使展覽變成觀眾日常生活和日常意識的一部分**？

總結來說，現在是一個「人人皆為策展人」的時代，經過新興媒體（例如先前提到的社群網站 Facebook）的影響，生活中開始出現一種新的角色，在策展學裡我們稱為「Prosumer」。這個字可以被不同定義，例如：Professional Consumer（專業消費者），透過他們我們可以得知現在流行的商家，或是現在很紅的餐廳，要去哪裡吃以及吃些什麼等等，就是我們說的「消費達人」，這些達人的挑選力和辨別力日漸茁壯，以及擁有特別精確的訊息管道，因此，當我們在進行跨領域策展時，很有可能會讓這些達人注意到展覽訊息，進一步發送訊息給分眾。

達人們所具備的辨別力 (Disdigustion) 其實就是對文化的識別力,「消費達人」這裡並不是負面的意思,反倒是正面肯定他們對文化的辨識,也就是他們經由消費的過程去定義文化。對文化的辨別、區別和鑑賞能力,一直是美術館展覽希望帶給觀眾的影響,透過展覽讓觀眾的三項能力能更加細緻,並運用於生活中。

Pro-sumer 還有另一個意思是: Pro-active Consumer (進步的行動派消費者),當這些消費者發現勞工受到廠商的不人道、不公平對待時,透過抵制買入該產品來維護公平正義的信念;第三個 Pro-sumer 的意思則是它的原始定義: Producer Consumer (產品消費者),也就是製造商將產品製造出來,我們在終端進行消費。

Pro-sumer 在這裡重要的是呈現一個態度的轉變,也就是面對媒體訊息不再只是被動的接收者,並開始介入公共媒體的訊息網絡中,甚至提出問題、表達個人立場,矯正問題。無論是對訊息解讀或是製造訊息上,現在成為媒體的門檻愈來愈低,人們很容易能夠製作影音,成為訊息傳播者。而對策展而言,最重要的目標在於「Making things public (將事物公共化)」所以做展覽其實就是在做媒體,展覽本身就是媒體,就是一位訊息傳送者。當策展人意識到自己具有這樣的身分時,策展就會變成一件自然而然的事情。

身為訊息傳送者的策展人,同樣需要考慮到訊息接收者,因為閱讀訊息的能力隨著年齡而產生區隔,這是目前世界普遍的現象,年紀較大者在閱讀訊息上,或是對訊息真實性的辨識能力相對較低。人人都是策展人的概念之下,其實許多策展人本身的主業並非策展,策展 (Curating) 這個字也是從英文翻譯而生,英文原意是修理、照顧和矯正,完全沒有展覽二字。在傳統美術館中的 Curating,其實指的是照顧典藏者。

在這邊要強調的是, Curating 一字被翻譯為策展其實誤導大家,因為 Curator 做的事情不只是策展而已。現在大家看到這張交通警察的圖片給了我很大靈感,他們指揮交通、站在車水馬龍的流通管道上進行疏通工作,我覺得這和 Curator 的角色有很大關係,他們則期望保持訊息的暢通無誤。藝術策展人名詞的出現是在過去二、三十年當 Curating 的概念在藝術圈被提出時, Curator 才應運而生

目前當代著名的瑞士獨立策展人 Harald Szeemann 對藝術策展人的定義提出:「一名業餘者。」他主張看待當代藝術時,應該盡可能擺脫傳統藝術史訓練,因為當你愈是被藝術史專業所侷限,愈無法看到來自當代生活的各種可能性。另外他還提出: Author of the Introduction (專門寫導論的作者),一名策展人你不需要寫出一整本的理論,那是專家學者的工作。但撰寫導論是一門哲學問題,必須掌握

得恰到好處，不失書裡內文的精彩，又不至於透露太多內容；不至於斷章取義，又能耐人尋味。

書寫展覽導論也是目前當代策展常見的問題，我們常見在**策展論述中策展人給予觀眾單一的方式閱讀作品，或者用某種斷定的立場陳述，這反而誤導觀眾用錯的方式解讀作品，失去原來應該給予的開闊眼界。**策展導論是一門很有趣的學問，它不能夠取代展覽，也不能侷限展覽被閱讀的空間，它需要成為一個引子，吸引觀眾前來，但不至於帶給他們錯誤的閱讀。

除此之外，策展人需要具備的像是圖書館員所具有編纂文獻的能力，並將文獻編輯成為有意義的架構。在編纂文獻的過程中，策展人還需要對訊息的敏感性和辨識能力，才能轉換訊息為能夠被理解的視覺語言。另外還有如同圖書館員的「服務」能力，館員在圖書館中協助人們找到所要的書籍，策展人則協助觀眾找尋他們需要的答案。

另外不能忘記的是資源分配和使用，例如：經費，**如何讓有限資源達到最大的使用極限**，是策展人也必須具備的能力，此外然還有像是外交官般的「外交能力」，也就是如何和人溝通、如何釋放細膩的訊息等等。最後策展人必須像催化劑一樣活化展覽的氣氛，透過展場的氛圍引起觀眾的好奇和注意力。

所以有很多人會說好的策展人不應該是爸爸，而是媽媽。通常一般觀念裡爸爸是代表權威的象徵，這也是當代策展中常見的問題，也就是**策展人一進到團隊中便想要指揮眾人做事，但實際上更應該要向媽媽的角色，照顧眾人、藝術家和藝術品，發揮和融合三者的最高效益。**特別在碰到藝術家時，策展人更需要細膩的心去照顧他們，因為策展是一個團隊工作。

那麼另一位策展人 Kate Fowle 則對策展人身分提出總結的概念，分別為：Mediator（溝通中介者）、Facilitator（促使事件發生的人）以及 Middleman（中間人）和 Producer（生產者）。Producer 這裡說明的是策展人在進行實際策展時，常常需要參與作品製作，其中需要知識、經驗以及人脈協助，幫助藝術家完成作品，讓展覽順利展出。

我們剛剛說到策展人不是只做展覽，那麼他們到底在做什麼？現在策展學出現了新的概念：「類策展（Paracuratorial）」，將策展工作進行實際區分，**做展覽就是策展（Curating）而做展覽以外的事件、活動等等，便稱作類策展**，包含項目為：演講、表演性演講、放映會，或是做一個純粹展示概念，完全無作品的展覽，以及參與藝術家作品計畫等等。國內有許多藝術家身兼策展人身分，像是藝術家吳瑪俐便是一例。

這時候的策展人，對他們的策展意識而言更重要是提出概念，像這樣的目標在數媒科技展示或是數媒科技計畫中更是明確。在計畫中介入非常多的人們參與，有許多故事包含其中，但最後並不一定有實際作品產生，就算有，可能也是計畫推動後產生的效應，和計畫本身並不一定直接相關。就計畫本身而言，能夠給予觀眾的是一個故事，重點在於實際參與，而計畫中可以被作為媒介、被拿來展示的是它的故事。

那麼策展人和藝術家的任務在於如何把故事中打動人心的部分模擬出來，呈現給觀眾，整個計畫結束以後的呈現，可能變成第二次創作，執行角色可以是藝術家，也可以是策展人。以上就是用數媒科技計畫來談類策展的概念。除了計畫之外，還要談的是機構，作為策展人來說，尤其是獨立策展人（不在機構內工作的策展人），其實就是一個臨時機構的概念。

相對臨時機構來談，常態性經營的機構是一個具有明確規則的公共性平台，當人們有明確需求時就會知道要去哪個機構尋求幫助。剛剛提到獨立策展人就是在扮演臨時性的公共機構，他有明確的公共性，並在策展過程中進行溝通，相對於常態性機構而言，臨時性機構（也就是獨立策展人）擁有更多的彈性和柔軟性，不被制式規則僵化。

最後回到本日重點策展意義上，策展意識的出現當然和策展人相關，關於 Curating 的概念我們先前也討論過，而策展人其實就是近代社會文化發展應運而生的一個新角色。近代社會裡「人人都是策展人」，然而這口號出現之前其實便已存在「人人都是藝術家」的概念，我要強調的是在談論策展意識時，談論角度不該是從文化生產領域中去定位策展人角色，而是我們的文化生產領域中有一件事情叫做 Curatorial，這件事情和「人人都是藝術家」的概念有關，也就是 Being artistic。

這裡指的並不是說創造出某個物件，而指的是發現一件事情具有像藝術品一般創造力的感動，這個狀態就不是特定指某位藝術家創造出來的狀態，藝術家 (Artist) 和具有藝術性 (Being Artistic) 這兩件事情必須區分開來。

因此，具有藝術性的事情並不一定只有藝術家能做，人人都可能做到，這件事情也發生於策展中，甚至不僅限於展覽中，只要某個活動具有我提到的這幾項特性，例如具有高度創意、藝術性、具有擾動人們心靈的能力，我們就會說這項活動擁有策展意識。目前社會裡經常可以見到具有策展意識的活動，可能是對文化經濟提出某種問題意識，或是透過展覽以及類策展的活動去帶出這些問題，而且這些問題具有一定的緊要性。

另外一個重要的面相是策展是做為一個協作平台，這也是和 **Being Artistic** 所做的明確區分，通常 **Being Artistic** 是非常個人、具有獨特意識的創造，但涉及策展時指的則是作為一個協作平台所具有的公共性和合作性，成為一個 **Joint Venture**，**策展人在此之中就是要讓參與其中的人們明確意識到自己是正在參與 **Joint Venture**，共同探險或是共同摸索一件事情。**

接著是策展意識具有的獨立性，指的是整場 **Curating** 的主事者的責任是需要讓團隊具有信任感，在過程中如何妥協、協商，以進行明確的溝通，如何達成便成為一門藝術性問題。以上特性就是我今天針對策展意識特別提出來的部分。接著從我個人的執行來談剛剛說的這些狀態，我個人特別關心的是整個資本主義系統的運作，還有人們所處之中如何應對等等。

關於這個議題經過長久的研究和藝術家間的討論，我作了兩場展覽－「嘛也通：非常經濟實驗室 (Wayward Economy) 2005.01.21-2005.02.26」還有「2008 年台北雙年展 Taipei Biennial 2008.09.13-2009.01.04」；另外我還關心的議題是在現代國家系統中人的生存狀態，我把這些議題連結在一起，在台北當代藝術館作了展覽「赤裸人」(Naked Life, 2006.12.03-2007.02.04)。

我在 2001 和 2002 年到了歐洲學習，在我學習的過程發現的是歐洲對於類策展的活動上，無論藝術家或策展人，他們把具有策展意識的活動多元化，一開始可能出於某個想法，接著把想法落實到另類空間，爾後透過另類空間拉贊助、找經費把活動辦成。我在 2010 年回到台北後創立「TCAC 台北當代藝術空間」，對我來說就是一個 **Curating** 的案子，大家若仔細去看，就會發現我們用的是非正統博物館配置方式，我們把整個辦公室放在入口處，讓觀眾在進入時就可以直接接觸到所有工作人員，也象徵觀眾對我們的重要性。

此外我還作了幾個策展工作坊，和一些年輕策展人去作議題討論，現在類策展活動其實在很多的「文青」空間裡面可以看到，像是：「後門咖啡」、「公共廁所」等等。那麼策展意識的主題我在這邊就暫告結束，謝謝大家，也歡迎各位提出問題！

●**賴**：再次謝謝徐文瑞老師帶來的精彩演講，今天他特別在策展身分和職能為大家說明，並提出類策展的概念，現在其實可以看到很多人不一定能夠舉辦展覽，但常常在類策展活動上努力，譬如像春之當代夜系列講座就是這個概念！今天非常難得的機會，請大家開始發問。

Q&A

●**提問一**：我想請問徐老師，從策展到類策展的概念來說，我們以前在討論策展人或是獨立策展人時，無論他們是從機構裡面出走或是期望顛覆機構的策展方式，您認為獨立策展人是否為一個恰當名詞？如果從策展意識和策展可能的型態來看，是否還有獨立策展人存在？

●**徐**：通常獨立策展人的定義是「不在機構裡工作的策展人」，但這個定義通常有點 tricky，因為少了機構的支撐，你很少有作展覽的機會，或者根本沒經費，現在有很多獨立策展人則在大學裡教書來取得生存的來源。我作為一名獨立策展人就是屬於這種狀態，在此情況之下更仰賴公家資源，或者說為了爭取得到展覽機會和資源，必須附和公家機關或資源提供者，實際上而言，**獨立策展人的「獨立性」其實是最底的。**

這裡談的獨立的概念大致分為兩種—不附屬於任何機構裡的獨立，以及本身具有的獨立性、抵抗性的偏判精神。然而經濟狀況在這裡則成為很高的門檻，若你堅持不願妥協，就必須要有足夠的經濟來源支撐，但這部分是最困難的。獨立策展人往往以接案方式執行，他們必須按照案子所寫的規則去做，在這種狀況之下，他們原來的批判性和獨立性就被逐漸消磨。這裡的獨立精神強調獨立於階層系統，並針對這個大系統進行對抗、調和或是協商，這個獨立就是一個態度或是一種個性。

而當策展人擁有這般態度時，去定位他的角色和他是不是附屬於某機構沒有什麼太大關係，在台灣可能相對困難，但在歐洲的狀況則是機構內附屬的策展人其實擁有很高的批判精神。

●**賴**：這邊也想和徐老師提一個問題，我和他合作已久，徐老師特別在於他有一個關懷的議題，而其中有種切身性存在。在台灣獨立策展人也有很多和他人共同工作的機會，我想請問的是在這樣的聯合場域中，不管是共同策展、擔任大型展覽評審或是顧問，你們的共同策展意識是如何形成的？在此之中獨立策展人要如何保持自己的獨立批判精神，又能和他人一起工作形成共同的意識？

●**徐**：我想某種程度也和個性相關吧！我自己的經驗來說，其實大部分的展覽都是協同策劃，沒有一個展覽是個人策劃的，**我覺得這是一個日常生活狀態，無論在職場上或是生活中，都會需要與人合作。**當你的想法很強，要如何實際執行？要如何跟合適的人合作？策展人需要和團隊溝通、協商共同找出解決的方法，這也是為什麼瑞士獨立策展人 Szemann 提出**策展人需具備如同外交官的外交能力，能夠折衷於不同角色和立場中，就是這個道理。**另外我自己接的案子則是經過挑

選以後的決定，並非照單全收，不是提案的人提供高額經費、高額自由度等等就接下案子，接受與否是和你到底想做什麼事情有關。

●賴：謝謝，那能不能請徐老師也談談類策展的規畫？例如在做上海雙年展時，展覽周邊其實有許多活動，而這時活動形式和規劃上要如何與雙年展本身進行對話？

●徐：這些其實都跟我先前強調的「信任」有關，無論是 2012 年在上海雙年展做的策展工作坊或是其他的展覽都是如此，雙方尊重且相信彼此的專業，並在過程中不停協商溝通，在此過程中自然形成的信任。

●賴：除了雙年展之外，常常可以看到徐老師舉行類策展活動，例如 TCAC 的策展工作坊，想請問老師是如何組織和推動類策展活動？

●徐：幾個不同的策展工作坊設定的宗旨不同，例如在 TCAC 時我是擔任規劃和主持，但實際策展工作坊的執行是我們從美國和歐洲聘請一名策展教育的專業人員來台，他們是受過專業訓練的人員，所以知道如何培訓年輕策展人，特別是已經具有工作經驗的人。TCAC 在這裡則具有學校的特性，所以我的角色就變成設定議題後和兩位老師溝通，尋找哪些以及如何尋找適合的學生。

上海雙年展的工作坊宗旨則在於他們提出一個國際策展工作坊的型態還有它應該要變成什麼樣子？因此招生對象是全球各國，一共來了 20 名來自世界各地的學員，這時的工作坊議題便是直接針對雙年展所定。所以我們給學生的主題便是：「如果你策劃下一屆上海雙年展，你會如何策劃？」給上海這個城市一種想像和可能性。

●提問二：請問一般觀眾對策展人而言的角色是什麼？在策展時他們能夠發揮什麼功能？以及我們究竟能夠過展覽學習到什麼？

●徐：最近幾年有一個專業的提問方法，叫做「策展的專業轉向」，在過去策劃展覽時通常由專業人員研究、討論到規劃形成後，幾乎最後一步展覽教育人員才加入；但現在的策展方式則有所改變，如先前所提，策展工作其實就像是一個臨時機構平台，每個第一線接觸的觀眾都很重要，過去展覽中觀眾可能容易感受有時自己與展覽的距離遙遠，不是很清楚展覽在做什麼。因此近幾年規劃展覽時，在第一步我們便將教育人員和義工納入，因為義工是第一線和觀眾接觸的人，他們最清楚觀眾的需求和狀況。

甚至近年也開始出現策展教育人員的角色，他們不只將義工納入，可能與展覽相關的地方文史人員也會參與展覽籌劃的第一步，這些轉變都與觀眾之於展覽的角色日趨重要有關，我們將自己由策展人員的角色專業地轉向為觀眾，也是今日在談策展意識中非常重要的部分。

落實到展覽執行細節上則在於展示方式和展示文字上，在一開始我們便把觀眾考慮其中，討論如何透過作品展示和文字書寫作為成功的引子，順利發揮展覽的教育功能。像這樣的策展方式將日趨普遍，因為觀眾扮演的角色愈來愈重要，他們對展覽的期待跟要求也會愈來愈多。

●賴：謝謝徐老師的回答以及今天帶來非常精彩的內容！春之系列講座在今日也畫下句點，我想再次謝謝在場的講者與參與的觀眾，謝謝你們的支持，也希望大家透過春之講座有所收穫，晚安！