



1. “永远有多远：博物馆@当代艺术跨界展”现场，2020

面对科技未来的策展视野

The Curatorial Vision Facing Future Science and Technology

宋振熙 Song Zhenxi

摘要：本文着重讨论当下策展在面临科学技术的双重夹持下，如何利用其特殊属性来自我更新和发展。在此，笔者提出了三个方向，一方面，策展将人工性与智能的“人工性”相互穿插，形成新的策展价值体系。其次，策展在当下更需要利用好公共社交作为思想的沃土，与社会日常发生碰撞。最后，策展要将“线下”和“线上”两种方式形成相互补充、各自独立的姿态。只有这样，策展才能有技术未来和社会性视野。

关键词：人工智能，公共社交，互联网，策展

Abstract: This article focuses on how curating utilizes its special attributes to self-renewal and development when it faces the pincer movement from science and technology nowadays. Here, the author comes up with three directions. Primarily, curating makes artificiality and intelligent “artificiality” be interspersed with each other to form a new curating value system. In the next place, curating needs to take advantage of public communication as fertile ground for thoughts than before, which collides with social daily life constantly. In the end, it is necessary for curating to combine “offline” with “on-line” to form a state of completing each other and being independent respectively. Only in this way, would curating have a technological future and a social view.

Keywords: Artificial Intelligence, public communication, internet, curating

一、策展的“人工”智能

无论站在艺术史上的哪一个时间节点，艺术和技术之间的纠葛从未停歇过。无论是文艺复兴时期的湿壁画技术，还是19世纪的摄影术发明，再到如今的人工智能与大数据技术在艺术中的运用。技术本体的进化带动社会变革，同时改变人类艺术格局的变动。技术往往协助我们改变社会变革的同时，也成为驯化和征服我们的工具。在贝尔纳·斯蒂格勒（Bernard Stiegler, 1952 - 2020）在《技术与时间》一书中明确提出，技术是“药”（pharmaka）^[1]，它具有两面性，一方面为人们带来了社会进步和发展，另一方面在某种意义上让人类个体知识不断退化。在技术和艺术方向的“危机”也是一样，随着互联网时代到来，计算机的学习能力超乎人类想象，艺术家和策展人都在寻找新的能够带来艺术“安全感”的位置。这种位置从策展的角度看，就是一种不被取代，亦可和技术和谐相处的策展实践。从某种意义上说，大数据算法的技术，冲击了已有的策展“工业化”生产的模式。面对市场需求的展览产品由大数据算法及策展可以完成。2010年，艺术史学者、策展人丽贝卡·乌吉尔（Rebecca Uchill）委托本·格拉尔德（Ben Guaradi）开发的计算机代码策展软件以略带调侃的方式诞生^[2]，人们可以随机地生成展览主题。去年，艺术家胡帅创建了一个叫做“Curator Nereus”的人工智能策展人。只需要输入一个展览主题，它就能用大数据爬虫软件来组织艺术作品，在互联网上创建自己的展览。这种便捷的策展生产，无疑让很多并没有理解策展本质的策展人失去了饭碗。但是，从“药”的反面来看，这种算法式策展带来的却是景观策展的极速蔓延，夸大了展览的商品使用价值，而忘却了当代艺术作为交换价值的重要属性。打开了策展与“人工智能”之间的技术之门，策展的工业化反倒更加严峻起来。如何让策展作为艺术行动与大数据时代的技术形成恰到好处的结合，在这里需要更为深度地理解策展对展览价值的把控。无论是科技技术作为生产展览的工具还是作为策展实践讨论的内容（比如讨论新媒体艺术创作），策展实践是否能够突破景观策展样式的根本还在于其策展动机，即在问题意识下，作为媒介的策展。我们不能永远以作为再现技术的目的成



2. 汉斯·奥布里希特在德国杜塞尔多夫地铁站里用便携式小相框作为载体的“博物馆”

就展览，而是需要利用技术形成可能性地去排演展示。作为媒介的展览，策展人需要用技术的内核来将观者和艺术之间建构一种智性的场域，参与和互动是在可能性清晰的指导下完成某种反思性的回答。这不是摆弄全景投影、贩卖绚丽图像的那种展览所能完成的，而是基于观者对技术的趣味，逐步引入对艺术本质的迷恋和感悟。策展人必须开放原有对观者的定义。现在的新媒介时代内，展览的观者是生产者、不在场者、策展者、传递者、批判者，它通过技术无时无刻不以各种方式进入到展示事件内。重新给予他们互动的可能性，这就是拓展策展视野的重要的“药”。

回到策展实践本体的讨论中来。关于技术的使用总有两个误区，第一个是某种“炫耀”式的展示，向观者自上而下的以技术知识不平等构筑某种权力，使得策展或艺术创作的作品成为一种自我表现的个体行为。观者利用技术参与展览展示，往往难以构成认同，仅仅是帮助语境的构筑者完成自身的快感，形成自我的新型阐释价值。第二种则是一种以“技术”为技术的感官翻译，策展人和艺术家共同组构了一次技术体验场景，观众的参与成为了迪士尼式的娱乐模式。策展成为了一种“编程”状态，进入消费逻辑。但策展实践是以人为主体的，执行主观思考的行为，它本应该充满智慧，而不是某种基于资本掌握，完全掌控社会人类消费

诉求和欲望算法下，形成的机械劳作。正如《关系美学》中提到的，“技术只能让艺术家将其效果形塑为视野，而不是让艺术家承担它作为意识形态的器具”。策展正是视野的本体，是人工智能背后的“人工”。策展在新媒介技术到来的今天，越发要强调的是人为、人思和人工。贝丽尔·格雷厄姆（Beryl Graham）在其谈及新媒体后的策展方法中强调策展团队群体性的重要方式。在复杂的技术与观念面前，团队策展能够更好地建立高效的“自制化”工作方式，从设置技术框架到围合问题意识范围，再到实施专业知识、技能分享以及展示呈现。群体性策展给人工策展以内关系建构的策展，这不是“算法”可以得来的景观。它需要在去除分类学意义下的新媒介时代下不断寻找策展边界。

当然，作为不断实验中的当代艺术策展，新技术带来了新艺术的生产方式，比如近些年来出现并流行于艺术界的NFT、元宇宙等概念，它们的到来间接使得策展实践需要有新的方式与其共同的创造策展价值用于展示文化。但并不代表，策展在社会具体现实空间以及传统艺术的生产模式被取代。多元混合世界只是开辟了面对世界的不同口径，这绝然不是一个取代另一个的单一世界进化论。所以，关于策展的价值体系不会因为新技术的来临而有所变化。我们要保持一种客观谨慎的策展敏锐度，去适应技术给



3. 纽约巴德研究所的在线展览“视觉化19世纪的纽约”，2015

策展者带来的双向给予。我们的视野要保持在对当代艺术，而不是具体媒体的艺术”^[3]。同时，策展人需要建构面对以科技技术为特征的策展对象和语言时，新的阐释方法使得策展回到问题意识的论述中来，警惕被作为科普技术和景观刺激所带来的“演”效果。在面对当代艺术本质之下，策展人同样需要转变其角色位置，从话语权的绝对掌控者，问题意识的引领者、发起者，走向对于新技术下新媒体展示内容的合作者、组织者、管理者和引导者。策展已然模糊了艺术作品和策划之间的边界，在科学和技术注入当代艺术的现实之下，策展要从孤傲的状态走向自谦的参与状态，在群体中寻找新的策展价值。这让笔者想起了1989年，艺术批评家黄专曾经提到：“一门艺术在希望自己承担那些超越自己本分的任务时，它总是难免陷于一种难堪的窘境……”^[4]对此，新到来的技术总是想在其技术之外的世界寻找它的力量。但在策

展实践作为艺术的创造性行为时，往往相反，当我们给了策展界限的时候，那么“窘境”就会到来。在这里，我们相信要想彼此拯救，策展和新技术之间，需要形成对“人工”的一种定义，让策展发挥其价值体系的多重平衡，确保主体智性的存在，从而以技术作为“药”的延伸，改变“窘境”的现实。

二、公共社交的策展沃土

策展人的源来自人类对“物”的迷恋，对收藏行为的痴迷。博物馆和展览基于收藏体系，提供策展人以更多艺术作品来激发他们的整理、归纳和研究。这种对个体内部的欲望需求，在资本主义价值体系社会中形成了向外实现交换的欲望。公共空间正是孕育此价值的中介区域，人们可以在这里完成对“物”占有欲的某种补偿，策展看上去则是完成补偿价值的实践行为。在20世纪60年代，策展人协同艺术家们开始将艺

术的展示与创作延伸到了社会日常，介入到当下生活情境中，与实时的社会情境发生碰撞。进入80年代末，尼古拉斯·伯瑞奥德同样也强调，当代艺术作为关系艺术，注定要在两个层面上产生共享意义，一个是作为特定时空下观者参与的评论和感知，另一个则是在特定社会情境下的共生知识生产。这两者的前提就是要“夺回”被景观混凝土固化的公共空间，被切断亦或者被资本主义全球化垄断的公众社交媒介。策展的意义不再依托于物质本身，而是在“去物质化”的过程中建立艺术的社会性、公共性。20世纪80年代中，随着媒体艺术的发展，策展的方向又在潜移默化地改变。策展人面对媒体艺术的媒介属性，强调社会性下的公共互动，艺术家和策展人逐步隐身于媒体创作之后，社会参与性成为策展行为的主要方向。策展人不再呆在办公桌前研究美术馆的收藏历史和作品，也不仅仅只和艺术家们单向



4. “粮道山18号计划@人人都是策展人”计划，虚拟项目展厅图

地讨论强制于社会的单向表达。20世纪90年代，汉斯·奥布里希特在自己的策展行动中创造了一系列公共性极强，设置于日常的展览。他将展览看作日常随时可以发生的事件，依托小型空间和个人的流动场景激活策划展览的“展示价值”的定义。例如他在德国杜塞尔多夫地铁站里用便携式小相框作为载体的“博物馆”^[5]（图2）。围绕着这样类似的公共展示项目，奥布里斯特创建了纳米（微缩）博物馆的概念策展，这一类策展不需要任何展览的资本资助，不需要特定的展示空间，日常场域和流动性社交成为展览的根本属性。在这样的情况下，没有资本对策展行为的“挟持”，摆脱了“景观”策展的绑架，策展更像是行为艺术，策展的公共性加强，在展示价值和认同价值间找到了新方向，而策展人成为隐匿的发动者，在日常事件之外，观察着日常的一举一动。正如侯瀚如在回复奥布里斯特关于纳米博物馆的项目时提出的观点，巨大资本进入当代艺术领域，形成资本价值对策展系统的完整控制，当代艺术的生产面对两难的境地。在这时，我们需要找寻到一个中介地带，一方面不被资本所完全控制，一方面还能利用资本价值来构架展示系统中阐释、认同和展示的多维度内涵的可能。日常的生活则是能够为我们提供中介地带的“细胞”，完成抵御景观化策展的有力阵地。

从这里我们回头看《关系美学》中所强调的展览本质，即构建一种自由的空间，

建立日常范畴内可以为之相互关联的人际贸易。而在未来的微粒化社会中，我们更需要的是通过策展行动找到策展的“中介”^[6]界面，在共同体的空间特殊性建构上去发挥重要作用。这也是在“作者之死”^[7]的观点之后，策展人们将策展本身看作媒介本体，让新媒体的技术铸造真正的公共空间，社会参与在社会行为的交互中，找到新的认同价值与展示价值，新媒体艺术的魅力带来了不可回避的芬芳。我们不应完全抛弃“关系美学”给予当代艺术策展实践带来的思想馈赠，反而应该在时隔20年后，介于新的混合世界现实之下，在互联网4.0时代内重新调整，进行公共社交“事件”的策展工作。这不仅仅是某种新媒体信息化技术的植入就可以达到的某种升级，而是重新思考关于人、社会日常、多维空间、思想性、艺术语言的多棱关系。在公共社交性的策展实践中，我们首先要强化社会公共参与，这种参与在当下一方面是通过和现实构筑共同体，并让他们能够在参与中形成艺术互动的创造。它不是一种狭义的互动肢体，以及单向的展示游戏，在展厅里那种简单的新媒体技术的感应以及单向的技术趣味，只能更加巩固公众的景观效益，适得其反。参与是一种主动的表述，一种从策展引发的受众群体的感应和思考。参与是将策划主体和客体统一在一起，让社会进行不断自行表达的艺术关联。在这里，我们需要强调的是互联网带来的多重世界之间，个体多种身份的相互照应，相互穿

插，以及相互参与。这带来的复杂性没有改变关系艺术作为策展实践的重要方法，只是在客体的层面上建构出了新的多维。另一个重要的实践则是表达出策展“事件”的传递性。这种传递性稍微不同于“关系美学”中所提到的艺术家通过作品的传递性来建构观看者与世界的关系。在笔者看来，突破景观式策展的方法所需要的传递性更应该是一种来自艺术外部的问题意识的感染内容，是如何激发观者在策展人及艺术家的展示界面之后的一种对日常生活的批评惯性。同时，这种传递性还在于消解认同壁垒，建构更活跃的意识群体，传递“艺术共同”开放态度的可能。无论是传递性还是参与性，策展依托公共社交领域的实践，往往都是反白盒子及常规艺术展示空间和语境的。它需要在社会日常的时空中寻找策展作为关系的重要职责，也是高士明教授提到的关于策展作为“媒介”的概念。未来，集中于公共社交的两大试验场将是互联网社区以及城市化社区。在这里，微观认同群体在不断被构建，调动他们和艺术之间的文化关联，就是策展行为对象。这些临时性的集体在展示事件时刻生成，在事件结束时带着事件的“基因”离散，等待下一次的文化聚合，这就是微粒化社会在去除标准性评估个体的特征下，所需求的社会塑造个体和群体关系的方式，也是新的认同价值构筑群体关系的方式。

三、策展的线上与“下线”

互联网信息时代带给策展的冲击是前所未有的。它一方面改变了策展的生产方式；另一方面策展实践的主体和客体也发生了剧烈变化；第三方面，我们可以看到技术带来的将是策展对展览界面展示价值的深入拓展。目前，各大博物馆、美术馆都有着各自的线上展示系统，不少艺术机构也通过互联网发起线上展览项目^[8]。通常我们认为它是基于互联网虚拟模式，在线上网络社交平台形成的一种展示方式。有记录的最早的所谓线上展览来自牛津科学史博物馆（Oxford Museum of History of Science），早在20世纪80年代开始，它就用丰富的线上展览展出高分辨率的展品图片。这一类的展览其主体强调的是基于博物馆自身的知识储备内容形成低成本、高效率的知识传播方式，但是从展示价值本身来说，并未做到如今互联网

所提出的新的要求。随后，以互联网技术和平台作为生产媒介的艺术品不断生成，至90年代中后期，完整的数字艺术生态在当代艺术领域基本建成。国内的数字艺术展示介入较晚，2000年后，从新媒体艺术实验当中走出来的艺术家们开始受到国外数字艺术家的影响，策展人的策展方向也给予了他们更多的信息来源。于是，国内迅速出现了大量的网络艺术和数字艺术家。他们的艺术作品一方面以影像的形式进行传播，另一方面则是在互联网上通过社交媒体平台得以展示。线上策展的一部分来自对一类艺术创作形式的展示价值建构，针对互联网的公共性和社交性达到当代艺术传播与表达的新途径探索。另一部分则是在现实生活中，将当代艺术的知识生产、艺术创造力通过互联网媒介进行传播。

无论是哪一种方向，策展的线上实践往往被自我媒介化了，单纯认为线上展览的核心概念在于其对展示价值的绝对诉求，但实质还是策展生产展览的价值系统给予合理的展现。互联网线上艺术展示项目和实体线下艺术展示方式有着截然不同的发展方向，在不同策展人持有的策展动机面前，展示出不同的特质，绝不能在简单意义上将线下的策展实践结果丝毫不动地搬到互联网上去，这是对策展“下限”的考验。艺术作品的唯一性体验，常常需要观者依托其展示空间的体验而实现。我们很难做到在网上观看超高质量的米开朗基罗《创世纪》之后去体会其“指尖”的神圣，而对于在西斯廷礼拜堂看过这件作品的人，更是不屑于再从其他的渠道来欣赏这幅佳作。这种所谓身临其境的体验感，在互联网模式下的线上展览中很难实现。如果还在用模拟的使命及要求线上展览取代线下实体展示的思想指导去策划虚拟网络展览，总会显得有些强人所难了。瓦尔特·本雅明在《机械复制时代》中所强调的“灵韵”（Aura）^[9]，消失在摄影复制的过程中。其实对于互联网展示系统来说，对真实的虚拟，很难获得一种切身“光晕”感的存在。

目前在国内外，有好几种线上展览的趋势，建立起新的策展思路。2015年，纽约巴德研究所（Bard Graduate Center）推出在线展览“视觉化19世纪的纽约”（*Visualizing 19th-Century New York*）（图3）。该展览的核心是将一幅19世纪的



5. 杭州博物馆线上策展项目“粮道山18号计划@人人都是策展人”，2021

纸质地图数字化后，嵌入有关的信息线索，做出一套“19世纪的百度地图”。这种做法在旅游景区的实景导航中很常见，但在静态文物本体上的应用案例并不多见。同年，史密森国家航空航天博物馆（Smithsonian National Air and Space Museum）策划的“飞船之外：50年来的舱外活动”（*Outside the Spacecraft: 50 Years of Extra-Vehicular Activity*）在线展览使用了视差技术（parallax techniques），创建了一个流动的视觉体验，让人们得以想象太空行走是什么感觉。整个展览的核心互动基于一套螺旋式手套架，观众可以通过屏幕旋转这个螺旋结构，更加详细地检查每只手套的特征，了解太空手套的沿革发展历程。这个过程很容易让人联想到在机场店里旋转售卖纪念品的货架，或是在喇嘛庙里可推动的转经筒，唤醒了人们在现实世界探索未知物体的学习路径，是一种细腻的真实感模拟。从这两个案例中看，虚拟线上展览给予我们的新

关键词，就是“互动参与”。线下展览之所以不可能消失，是因为人们强调某种不可替代的艺术品感受力的一手性，线上展览需要反复抓住的就是通过模拟技术的开发，建立有效的人与展览的全面互动，从而让展览的展示性从平面走向多维。互动的发生建立在对展览知识体系的重新梳理和建构之中，观者可以在互动中让原本在实体空间中因为成本及相关现实条件所不能达到的知识体验重新激活。观者自由地享受知识带来的感受力，也能够自主地创造新的艺术观点或者寻找到不同的艺术展示的面向。如果说互动是建立在对展示内容的梳理和重构上，展览内容生产上的疆域可能也将是线下展览不能与之相比拟的。实体空间中，全球化和在地性的问题仍然在实操层面上存在某种隔阂。由于地理性的限制，在组织艺术展示内容的时候，不能充分完整地通过艺术家作品、艺术素材、文献、实物等来诠释具体的展示概念。但在互联网媒介中，基于完善的版权制度及操作流程，在组织表达展览内涵的层面上，

有更多的知识素材可以运用。这样海量的信息来源，在策展人的策划过程当中，将起到最为关键的作用。

如果说线上展览的交互性是在展览展示性上证明自身价值，那么线上展览的知识拓展则改变了策展人的动机与思路，为展示价值的内核给予了高度证明。面向全球化的互联网，这个展览讨论的话题将面对全网络的信息资源进行重新排演。策展人对于线上展览的诉求不仅把线下实体空间的展示内容完全挪移到网络上。更重要的是，策展人的工作要重新启动思考，面对更为广泛的讯息资源来重新建立新的展览叙述体系，使其问题意识深化，建构更为庞大和具有深度的知识生产，重构对展览阐释价值的理解。以互联网的优势来改变对策展完整性的要求，这种全球式的信息植入展览，也展示了用全球化的模式解决在地问题的方法。当然，这种层面的线上展览策划，需要明确的前提是策划者应该遵循互联网版权的合法性，在积极遵循图像使用规则和方式的前提下，完成高质量的展览展示。2021年，杭州博物馆线上策展项目有了新的突破，名为“粮道山18号计划@人人都是策展人”（图4、5）。项目以互联网交互APP平台作为技术支持，博物馆提供大量的文物素材，根据观众自己的选择和问题思考，生成属于自己的策展展览。策展人以开放策展面对的知材料以及策展方法，让交互性背后建立项目的认同价值，同时将展示价值的意义嫁接在公共性之上，使得线上策展的意义不仅是媒介本身，而且是策展背后的策展人，成为媒介语境的制造者。

总之，线上策展实践的意义在于两个方面：第一，什么样的展览是线上策展本身应该重新界定的。如果说线下展览的策展在处理问题意识上的全球化与实操层面上的在地化之间有一种必然碰撞，那么，线上展览的策展更像是问题意识的在地化与实操层面的全球化之间的磨合。我们需要利用互联网信息的便利，重新来生成策展过程中所需要解决的问题。只有重新面对新的材料，重新思考，重新构建新的知识体验，才能让策展的有效行为延伸到“线上”时代。第二，讨论的另一个问题是策展行为与观者的关系，在这种关系中，虚拟展示平台的角色与方法需要在认同关系中不断生成。拥有展示性的艺术展览并不是策划者和艺术家们自娱自乐



6. 王海利、王佳，《古桥》，布面丙烯，96×180cm，2020

的知识生产，它需要和观众建立良好的参与秩序和方法。传统的线下展览中，观者的被动性常常被放大，策展人和艺术家们通过对展示议题范围内的知识优势，来建立一种强势的体验压迫，使得艺术展览的展示区域狭隘。在技术的革新之下，观者的参与可以从策划之初贯彻到展示之末，良好的互动环节设置让观者的知识体验可以实现更为完整的建设。线上艺术展览的观看终端是1对1式的，不像线下展览，只有一个公共空间，每个人都需要建立某种和空间的共享妥协。在线上则不然，艺术展示的界面内容是可以根据唯一终端口的观者为之互动发生变化。这样一来，展览的展示将具有流动性、变化性。不需要因为迎合所有人的诉求而折中呈现。展览真正成为了一种不断变化、不断生成知识的载体。它的可能性将会超出策展人的预设，观者的参与互动将使其身份发生变化。一个全策划全观看的互动模式正在线上展览策划的发展中得以实现。所以，策展人的线上策展实践，往往要站在自身策展人身份“下线”来完成，不在线的策展人不是不在场的服务，他应该是将认同价值背后的公共性、体验性、互动性变成阐释价值的内核，让互联网技术在展示价值上给予阐释意义上的准确。只有这样，线上展览的策展才有技术未来和社会性的新视野。

作者简介：宋振熙，中国美术学院媒体城市研发中心策展部主任，中国美术学院博士，研究方向：当代艺术策展与实践。

注释

- [1] 顾学文：《技术是解药，也是毒药——对话法国哲学家贝尔纳·斯蒂格勒》，《精神文明导刊》，2018年第7期，第3页。
- [2] 登录<https://www.mit.edu/~ruchill/lazycurator.html>。
- [3] [英]贝丽尔·格雷厄姆（Beryl Graham）：《重思策展：新媒体后的艺术》，译者：龙星如，北京：清华大学出版社，2016年，第375页。
- [4] 黄专：《艺术世界中的思想和行动》，北京：北京大学出版社，2010年，第15页。
- [5] 侯瀚如：《奥布里斯特·策展的挑战》，北京：金城出版社，第75页。
- [6] [法]尼古拉斯·伯瑞奥德：《关系美学》，译者：黄建宏，北京：金城出版社，2009年，第8页。
- [7] “作者之死”理论是罗兰·巴特在1968年提出的观点，收录于其文集《-音乐-文本》，英译：“Stephen Heath”。其从本质上以理论和现实矛盾的角度，强调资本主义生产方式和资本价值增殖方法手段，让艺术作者予以“死亡”。
- [8] 近些年来，NFT艺术成为新的艺术交易内容成为艺术界和金融资本相互合作的重要阵地。
- [9] [德]瓦尔特·本雅明：《技术复制时代的艺术作品》，译者：胡不适，杭州：浙江文艺出版社，2005年，第100页。