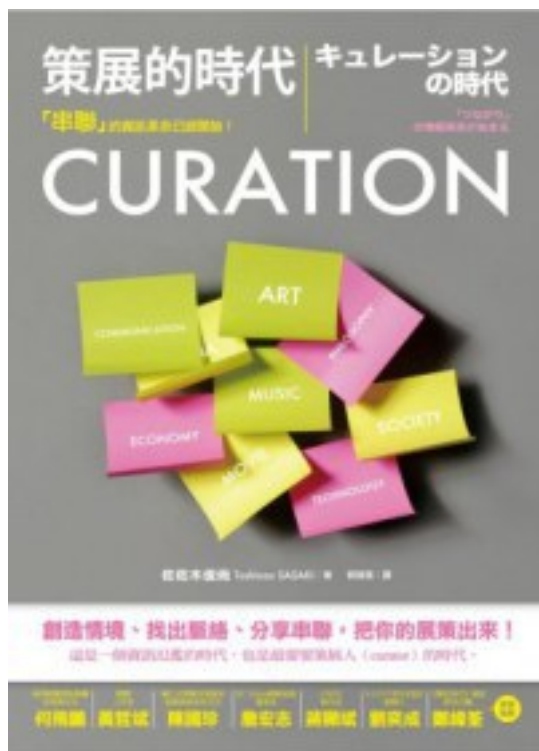


# CURATION策展的時代



[CURATION策展的時代 下载链接1](#)

著者:佐佐木俊尚

出版者:經濟新潮社

出版时间:2012-11-17

装帧:平装

isbn:9789866031236

為一則訊息、一件作品或一個商品，  
篩選資訊、賦予脈絡、創造情境，  
並且提出看法、重組價值、分享串聯，  
就是二十一世紀的策展（curation）。

這是一個資訊氾濫的時代，

也是一個最需要策展人（curator）的時代！

當我們在意見領袖的觀點上按讚、在目前所在地打卡，

就是一種策展，全民都是策展人的時代已經到來！

消費市場或資訊傳播已經產生莫大的變化——從二十世紀強調提供「更多」的價值，到二十一世紀重視「好用」的價值。不僅如此，消費者與閱聽大眾與人串聯的想望，改變了他們的需求，從過去期望「獲得更多資訊」，到現在渴望「以資訊串聯人們」。

然而，「以資訊串聯人們」的關鍵，在於賦予共鳴的脈絡與情境。除了網站上的搜尋關鍵字之外，還需要有「人」的介入——藉由這些人的「觀點」，讓我們在取得資訊的同時，也藉由這些觀點串聯人們。為資訊賦予脈絡、創造情境的人，提供我們「觀看世界的方式」，這就是「觀點」。

提供「觀點」的人，英文的網路世界中稱為「策展人」；策展人「提供觀點」的行為，就是策展。

以往，所謂策展，指的是策展人在博物館或美術館中所策畫的展覽；現在，策展指的是從如恆河沙數的資訊洪流中，基於策展人的價值觀與世界觀淘選資訊，賦予新意並與眾多的網友共享。

以往，每天最重要的頭條新聞在報架上；如今，最重要的頭條新聞，往往是社群網站上最多人轉推的文章——電視、報紙、書籍、雜誌、廣告等傳統媒體沒落，傳播資訊的常識出現重大轉變。透過推特（twitter）、臉書（Facebook）、Foursquare等社群網站，將人與人之間「串聯」起來，策展已經和資訊本身同等重要，「策展的時代」已經來臨！

本書作者佐佐木俊尚從藝術、演唱會、電影、社群網站，到媒體、政治、社會、全球化等角度，以說故事的方式，帶給讀者一場場策展的盛宴。精闢解讀「當我們在意見領袖的觀點上按讚、在目前所在地打卡，就是一種策展！」的緣由，深掘策展時代中資訊傳播產生巨變的本質，進而詳述如何藉由策展找到新商機，是一本角度多元、觀點獨到的資訊社會論。

作者介紹：

佐佐木俊尚（Toshinao SASAKI）

現為日本內閣總務省資訊通信專責委員、自由作家。一九六一年生。早稻田大學政經學部肄業。曾任職《每日新聞》記者、月刊《ASCII》編輯部。著有《電子書的衝擊》（Discover 21）、《二〇一一年報紙．電視的滅亡》（文春新書）、《決戰網路「光之道」革命》（與孫正義合著，文春新書）等書。佐佐木俊尚網站：[www.pressa.jp](http://www.pressa.jp)。

譯者簡介

郭菀琪

東吳大學日本文化研究所碩士，日本埼玉大學地域文化研究科日本語學碩士。曾任職於電視及雜誌媒體、科技公司、法律事務所擔任翻譯及口譯工作。譯有《邏輯思考的技術》《策略思考的技術》《給設計以靈魂》等（以上均由經濟新潮社出版）。

## 目录:【推薦序】

◎content+3C=curation——策展，是網路世界的新全民運動

文／何飛鵬（城邦媒體控股集團首席執行長、台灣數位出版聯盟理事長）

◎人人策展、人人是伯樂——揭開數位策展時代的序幕

文／劉奕成（《小日子享生活誌》創辦人、英商巴克萊銀行董事總經理）

◎原因終究還是，人。文／黃哲斌（獨立媒體工作者）

◎Curation時代來臨——當按讚也是一種策展

文／鄭緯筌（《數位時代》雜誌研究主編）

◎前言：約瑟夫·約克姆的故事

激起對流浪的渴望／前往戰地／七十歲繪畫天分甦醒／「這可是驚人的大發現！」／創作者與發掘者——千里馬與伯樂的新關係

◎第一章：無數的社群誕生

巴西出身的傳奇音樂家／更寬廣的「音之樂」：我們一起走在「大串聯」的路上／一九九〇年代音樂的大眾行銷模式仍然有效／「不能邀請吉斯蒙提到日本演出嗎？」／日本公演終於實現！但是……／故弄玄虛、引起好奇——經紀人田村直子的精準策略／喜歡西野加奈的瑞典人能與日本人同樂嗎？／兼具開放性與封閉性的全新資訊世界／資訊流入社群，籠罩世界／社群在哪裡？／朝歌后瑪麗莎·蒙特現場演唱會出擊／吉他樂迷們的特質／猶如溯溪前進溼地探險一般／神祕組織——「吉斯蒙提訪日執行委員會」／憑藉狩獵者的嗅覺本能找出觀眾／雖然那真的只是小小的成功／社群中是否存在法則？

◎第二章：再見了！過度強調表象的大眾消費時代

主動起而行參加連署的人們／搞笑藝人與活殭屍電影／寄望大眾媒體神效的電影業界／為什麼電影泡沫破滅？／DVD泡沫時期並沒有來／一九九〇年代音樂業界也是泡沫化／「氛圍化」是泡沫化繁榮的背景／HMV被迫關閉澀谷店的真正原因／大眾符號消費的滅亡／年少的水谷豐想逃離什麼？／出走也算遊玩的一九八〇年代／手槍殺人魔的青春歲月／村落社會消失，開始變透明的自我／秋葉原事件——為什麼派遣員工成為殺人犯？／與人串聯的渴望改變了消費市場／透過「購物」與他人串聯／福井市一家小眼鏡店的故事／田中老闆為何立志開眼鏡店／在物質背後可看見人們笑容的時代／雲端與分享交織的「清貧思想」／沒有「所有權」的時代——獨自擁有的時代告終

◎第三章：「在觀點打卡」的新典範

foursquare的樂趣／平台與組件／快閃行銷為什麼興盛？／推特（Twitter）讓傳統產業復活／只要打卡，就可讀到餐廳的口碑／真實與虛擬的分界日漸模糊／以推特串聯攤販與顧客／關係，從一瞬到永久、從剎那到持續／千利休為何稱讚所招待的客人？／插花者與鑑賞者／人格，帶來約定／打卡的祕密／無法杜絕隱私外洩的疑慮／「追求更新的廣告！」／生活紀錄可演進到什麼程度？／生活紀錄面臨的問題／暗中進行？還是敲鑼打鼓？／打卡可消除隱私疑慮／所謂觀點僵化／電影《變腦》的啟發：從別人的眼睛看世界，不就等於在別人的觀點上打卡？／人與人之間，總有看法不一的時候／以名媛的眼睛看世界？獲得觀點的新思維／在觀點上打卡以渡雜訊之海

◎第四章：策展的時代

誰也無法分辨資訊的真偽／網路讓人以往的言行舉動變得透明／何謂策展人？／夏卡爾展覽會的全新打光／夏卡爾與前衛派／司空見慣的畫，展現不同姿態／內容與脈絡、情境的美妙關係／亨利·達戈孤獨的人生／策展人找出素人藝術／「發現」素人藝術的精神科醫師們／大眾消費的盡頭，近在眼前／兒童的畫，並不會動搖我們的存在／內容與策展分離的世界／持續畫愛犬「茶太郎」的女畫家／靠內容取勝的時代已死——內容為王？別開玩笑了！／分界產生「搖擺不定」／語意界線、意義疆界／界線經常在更替／正是「搖擺分歧」讓我們的資訊隨時更新／「故步自封」批判的錯誤認知／封閉的村落社會，加速資訊的故步自封／一期一會——經常更替而一生一遇的關係／前往大整合的起點

◎第五章：我們正串聯上全球化世界

文化氛圍化而跨越國界／由鎮壓伊斯蘭看見普遍主義的終結／共享與斷開，同時發生／資訊傳播的權力已失去力量／大眾媒體沒落，前往多元文化發聲的時代／素人，隨處可見／戰後的藍天下出現的中間文化／中間文化已經消失／我們能夠共享吉斯蒙提的根源嗎？／從可口可樂的電視廣告看戰後文化／文化帝國主義開花的時代／全球化是否招致

統一化? / 蒙古帝國平台 / 平台保護文化多樣性 / 從伊斯蘭的藍, 思考全球化時代的未來

• • • • • ([收起](#))

[CURATION策展的時代\\_下载链接1](#)

## 标签

策展

文化

日本

艺术

社会学

社会

傳播

策展文献列举

## 评论

曾经逛街时冒出想法, 生活就是被策展, 购物就是选展品, 生活就是最大的展览。还真有人写书, 把策展人当成经济管理用语, 涵盖星探, 编辑, 制片人, 博客主管...

-----  
关于音乐和SNS的部分太多了, 艺术与设计的涉及很少, 比较坑爹, 空洞

-----  
篩選 加值 傳播 分享 4C=Content+Context+Comment+Conclusion

-----  
將數位策展的概念，樂觀的表述出來~

-----  
外圖

-----  
不深刻但实用

-----  
關於策展和內容不再為王的觀點很新穎，但是用故事和重複來包裝的講法好像不適合寫成書，讀下來感覺像是把優秀名師的上課內容語音轉文字…

-----  
[CURATION策展的時代\\_下载链接1](#)

## 书评

文/周猫又 消费，本质上是为了与人联结 未来不是“物”的时代，  
而是一个编制相互联结“故事”的时代。

原发表于【周猫又的创意私塾】，版权所有，转载需取得本人授权和署名

[http://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzA3MjQ0OTMyNQ==&mid=403209546&idx=1&sn=2497440fe9c44a296d66...](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA3MjQ0OTMyNQ==&mid=403209546&idx=1&sn=2497440fe9c44a296d66...)

-----  
策展：基于自己的价值观和世界观，从信息海洋中选取信息并赋予其新的意义，与他人分享。扉页上的这句话，是整书的精髓。

在阅读的过程当中，一直在想这本书的写作年代，因为在中间部分写到的一些应用目前都已经不再如当年般大红大紫，但是他们的影响和替代者却依然把精髓延续…

-----  
[CURATION策展的時代\\_下载链接1](#)