



# 不只是“陳列”(上)

文.圖/蕭美足

處在國家財政越來越困難的時刻，社教館所預算緊縮已是不爭的事實。各館所自籌財源的政策，是壓力亦是轉機。於這樣的氛圍之下，館所分配在特別展示的預算已大不如前。各館所每辦理一場特別展示，所需的經費少則數十萬，多則數百萬，有些甚至上千萬。然而特展的展出不似經常性的常設展，是有期間限制的，短則幾天，長則數月至一年。

有些館所嘗試與外界企業合作引進國外的特展，彼此分享資源、減少重複性支出，以友館巡迴展的方式於北、中、南進行展出來因應。事實證明這樣的運作模式是相當可行的。特別展示主題若具議題性再加上媒體行銷操作，將會為館所帶來門票與特展商品的收入。

海生館與都會型館所最主要的差異在於交通便利性與一票到底的收費標準。事實上，門票因素會直接影響遊客是否來館參觀的意願。本館由於民眾購票入館參觀的展場交由民間企業經營，展場的營運收入以一票參觀到底的模式運作（特別展示不額外收費）。然而特別展示的策劃、現場佈展及後續維運操作都需要龐大經費來支應。如何在有限的預算經費下，適時更新、辦理展示規劃，並將各項研究成果轉化為特展素材，使遊客能享受更豐富的展示，這些都是策展團隊的壓力，但這也是契機。

在這樣的時空環境背景之下，如何策劃出觀眾有興趣、有需要的特別展示主題且還能兼顧巡迴展示時的便利操作性，以及最重要的部份是得到最大的「效益」，這裡的「效益」不只是參觀民眾的門票收入而已，提供偏遠民眾海洋新知與多元的參觀經驗、結合學校種子教師的教案推廣、巡迴展示使用授權亦包括在內。

工欲善其事，必先利其器。要策劃吸引民眾目光、讓民眾感興趣的特展，除了對主題有深入的瞭解認識之外，還要度量這主題有多少影響力？希冀藉由這影響力將人與海洋之間架起一道互動與互知的橋樑。要建造好這座溝通的橋樑，大致可分為下列幾個步驟：特展可行性評估與前期規劃、初步設計、細部設計、製作執行、佈展、開展、巡迴等。現就從展示規劃

談起，一一拆解隱藏於特別展示背後，這一段民眾所看不見的幕後過程。

## -- 策展前期規劃 --

策劃一個特別展示，策展人 (Curator) 相當於說故事的角色。他把單純的展品物件與相關元素彙集、運用後，道出一篇文章或是動人的故事。故事背後所要作的準備從可行性評估、場地接洽、商談展品保險運送、標本製作、活體飼育、解說文字、互動裝置、導覽手冊 (專刊)、多媒體製作、影片拍攝或授權、美編設計、輸出貼圖、燈光、木作...等，構成特展值得欣賞的種種要素，每個環節所包含的細節皆要付出相當的心力與時間，一個大型特展前期規劃長達2、3年或3、4年都很常見，而這是大家走進展場之前所看不見的。

此外，在特展規劃實務中，策展人的角色是將艱澀難懂的研究學問轉化為能被民眾瞭解的白話語言，因此他扮演著學術與觀眾之間的架橋功能。目前館內的特展都是由館員規劃，早期特展空間設計與製作大部分外包，經費有限的情况下，經常搭配大量靜態的展版，而這也比較容易造成研究知識落實科普教育過程中所產生的距離感，民眾易覺無趣。近幾年則由館內自行規劃設計，加入大量活潑因素，例如多媒體裝置、活體展示、機械性互動、導覽解說...等，更能拉動民眾踏入博物館的意願。

### A. 主題與架構

特展主題如何擬定？執行上有二種方式可提供參考：第一種方式是執行調查觀眾想法的「策展前問卷」，亦可作為策劃展出主題的重要參考。海生館定期從民眾的觀感出發，進行海洋相關問卷調查，依據問卷結果規劃製作民眾有需要且感興趣的主題。第二種方式是廣召人員辦理展示教育發想、進行腦力激盪活動。針對現有及未來可能議題，結合眾人的智慧發揮創新力量，藉由工作坊的形式分組進行討論與發想，各自訂定主題架構，劃出空間草圖或初步規劃空間製作模型等，組員以說故事的形式發表成果。





▲展示教育訓練：結合眾人力量發想創意設計腦力激盪。

主題定案之後，隨之而來的就是資料收集與大綱架構的處理。當資料、展件有限時，如何運用有限的展示物件與參觀民眾作交流溝通？相對的，如果資料、展件豐富時，就全部都要上場展出嗎？實務處理上，如果未具對主題架構有深層瞭解，根本作不了取捨而易失焦或流於形式。

### B. 文案撰寫與取得版權

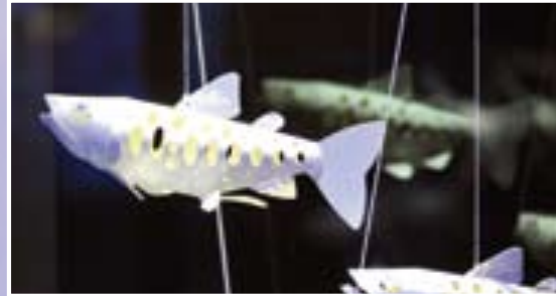
特展的精華除了展件之外，展版文字的撰寫也是相當重要的一環。事實上，要將生硬的研究知識轉化為明白易懂的寫手不好找。相信大家看過有些展版上佈滿了很密密麻麻的文字，展出單位背後的良善立意或許是想要讓民眾獲得豐富的知識。然而民眾看展版的耐心大約只有3至5分鐘，如何在這有限的耐心時間內與觀眾溝通訊息？建議還是站在觀眾角度去思考。如果文字詮釋太過複雜、冗長、枯燥，可使用圖片、插畫等容易消化吸收的方式去與民眾溝通，藉以達到傳播知識訊息的目的。只是解說版的說明文字到底要多少字數才適切呢？一般大標下的內文最多約150至200字而已。至於特展所使用之圖片、插畫、影片、文字、動畫…等，版權使用的取得也是策展成本費用中相當重要的一環。由於本館研究人員致力於海洋生物的研究，因此專業圖片（已建置影像管理系統）與影片的取得更顯其助益。

### C. 展示手法

民眾或許對展覽暨有的刻板印象就只是陳列擺設一些物件罷了。然而，特別展示並非只是陳列展品與說明文字而已，展現手法、媒體科技的應用、典藏品與展出物件的選擇、行銷策略、教育推廣等等，都是可藉專業知識、技術來達到與民眾溝通零距離的手段。

重要的是瞭解觀眾的想法，然後運用民眾之視覺、觸覺、味覺、聽覺、嗅覺等感官體驗，以動畫展示、生態展示、陳列展示、天花板展

示……等手法，來達成揭露、展現、告知、說服民眾的目的。展示手法會依照不同的展件特性、陳列、材質，來配置不同的燈光效果：陰影、亮度及色溫。現場氛圍的營造經常透過燈光與音樂來營造，例如運用直接照明強調展件本身，但會產生深黑陰影；間接照明的氣氛則較為柔和。



▲洪新富老師以白模垂吊展件並搭配燈光與玻璃鏡面，成功營造出海洋生物紙雕藝術獨特的氛圍。

### D. 展件：藝術品、活體、模型、標本、實體等

容易吸引民眾注意的展件有哪些特徵呢？其實不外乎下列幾種：一、「極」字輩：極大（小）、極強烈、極熱、極黑、極可愛、極快速…等。二、整個展示空間僅有一個展件（觀眾無其他選擇）。三、具有社會議題性的物件。四、容易讓民眾參與的互動式展件。五、民眾生活中熟悉、感興趣的物件。

由上述這些特徵，展件可以是藝術品，可以是展示活體，也可以是模型、標本、歷史文物…等，不勝枚舉。就觀察海生館的展示，具有動態的活體展示與互動裝置，還是最受民眾喜愛的前二名。當然成為數一數二的背後也是要付出代價。以展示活體為例，包含了：1. 展出活體的選擇，2. 議題性，3. 養殖條件及環境設備建置，4. 獲得途徑，5. 是否牽涉保育，6. 運送設備及方式，7. 飼育紀錄，8. 相關研究收集，9. 孳生物與標本的處理，10. 維生系統的設計 11. 照明系統…等，細節與過程相當繁雜，然而看到參觀民眾驚喜、感興趣的表情與極欲探究的肢體語言，一切努力都值得了。



▲活體展示與互動式遊戲總是最受民眾青睞，相對的損壞率也是數一數二的高！

【作者：蕭美足 國立海洋生物博物館展示組技士】