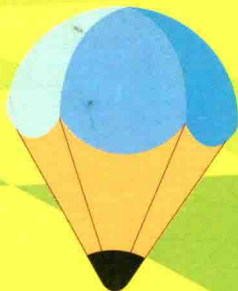


移動的心象

——國立臺灣文學館館員論文集刊 2012

楊護源 主編



臺文館叢刊 21

移動的心象

——國立臺灣文學館館員論文集刊 2012



移動的心象：國立臺灣文學館館員論文集刊. 2012年度／
王嘉玲等作.-- 初版.--
臺南市：臺灣文學館 2013.10
面；公分.-- (臺文館叢刊；21)
ISBN 978-986-03-7607-4 (平裝)
1. 國立臺灣文學館 2. 文集
863.068 102014569

移動的心象

——國立臺灣文學館館員論文集刊 2012

作者 王嘉玲、林芸伊、洪彩圓、張信吉
黃佳慧、陳昱成、楊護源（依姓氏筆畫順序）

發行人 李瑞騰

指導單位 文化部

出版單位 國立臺灣文學館

地址／70041臺南市中西區中正路1號

電話／06-221-7201 傳真／06-221-8952

電子信箱／pba@nmtl.gov.tw 網址／www.nmtl.gov.tw

總策劃 李瑞騰

叢書主編 許素蘭

主編 楊護源

執行編輯 許素蘭

編輯顧問 林佩蓉、洪彩圓、許素蘭、陳慕真、陳秋伶、張信吉

美術編輯 林盈男

封面設計 林盈男

印刷 如意打字印刷行

地址／臺南市育樂街57巷2弄5號

電話／06-2368880

著作財產權人 國立臺灣文學館

本書保留所有權利。欲利用本書全部或部分內容者，須徵求著作財產權人同意或書面授權。

請洽承辦單位研典組（電話：06-221-7201）

初版一刷 2013年10月

經銷展售 國家書店松江門市（02-2518-0207）

國立臺灣文學館·雪芙瑞文學咖啡坊（06-221-4632）

五南文化廣場（04-2437-8010）

南天書局（02-2362-0190）

唐山出版社（02-2363-3072）

府城舊冊店（06-276-3093）

臺灣的店（02-2362-5799）

啟發文化（02-2958-6713）

三民書局（02-2361-7511）

草祭二手書店（06-221-6872）

GPN 1010201748

ISBN 978-986-03-7607-4

定價 新臺幣250元整



Printed in Taiwan

著作權所有·翻印必究

「臺文館叢刊」出版緣起

國立臺灣文學館典藏、研究及展示臺灣多元文學內涵，為兼具圖書館、博物館、研究機構等多重功能之國家級文學館，自2003年10月17日開館以來，在靜態的徵集、維護、典藏作家文學文物，蒐集、整理、出版作家全集之外，並且積極策劃、舉辦文學文物特展、文學學術研討會、文學講座、文學教室等具學術價值與教育意義之各類活動；近年來更加强「文學向下扎根」之館務推動，落實文學奠基、讓文學親近民眾，引導民眾認識臺灣文學，期能培養喜愛文學、具文學內涵之現代公民，共創臺灣文學之未來。

文學以文字為基本之表現媒介，臺灣文學館開館至今年（2011年）6月，已編輯、出版288種圖書，內容涵蓋作家全集、研究學報、文學年鑑、研討會論文集、特展專刊、館藏圖錄、活動紀實、臺灣詩人選集、全臺詩等，其中並包含報導館內各種活動訊息、展覽內容、出版概況，以之做為與社會大眾交流、對話之平臺的《臺灣文學館通訊》季刊、《國立臺灣文學館年報》；2011年7月起，並計畫出版「臺文館叢刊」系列圖書。

「臺文館叢刊」由館長、副館長擔任正、副召集人，館

內同仁共組編輯委員會，研議、討論叢刊編輯內容方向、年度編輯計畫、審稿等事項，初步決定朝「臺灣文學史料」、「臺灣文學導讀」、「走進臺灣文學館」三方面來規劃。

臺灣文學館館員懷抱著文學理想與熱情，進入文學館工作，各依專長分擔不同職務，共同為臺灣文學之扎根、推廣而努力；「走進臺灣文學館」系列匯集館員研究成果、工作過程所累積之經驗與體悟，呈顯文學館之「場所」意義與本質；「臺灣文學導讀」系列為文學館如「府城講壇」、「臺灣作家專題」、「行動博物館」等，各種「文學向下扎根」、「文學普及教育」活動之讀本化；「臺灣文學史料」系列蒐集、整理臺灣文學相關文獻、史料，彙編成書，內容包含文學文物之評述、重要文獻重刊及詮釋、版本校勘、文學憶述等。

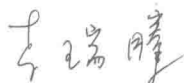
不同於文學館過去之出版品大多委託學界或民間文學社團研究辦理，「臺文館叢刊」之編輯、策劃皆出自內部館員之手，集稿完成再委請專業印刷廠商美編、印製。除聚焦、彰顯文學館內部文學研究、文學推展之成果，亦可將分散之出版品予以書系化使具整體性。

期待「臺文館叢刊」之出版，能讓臺灣文學的內涵更豐厚，也讓臺灣文學館更接近民眾、民眾更親近文學。

臺文館叢刊

編輯委員會 謹識

館長序



我曾以同心圓往外擴散的方式，說明國立臺灣文學館設址於臺南，卻又不局限於臺南的經營動向。其中心當然就是臺文館，往外各圈依序是臺南——臺灣——世界；當我們由中心向四方畫出箭頭，穿過各圈，走出臺南、走出臺灣。

在臺南，我們必須有足以吸引臺南鄉親前來參與本館展覽和活動的誘因，那就是創意與品質。創意不只是巧思，它關涉主題與表現形式。譬如說，因為展示空間不足，所以當第二期常設展「臺灣文學的內在世界」在研議階段，我們提出「複合式」的概念，希望五分之三的空間五年不變，另五分之二則每半年一換，換句話說，二期常設展期間，會有10個特展與之相配合，我們在不變中求新求變，創意十足；每一個展覽，我們堅持做到最好。

在臺南之外，我們的行動博物館滿載著文學到偏鄉；和一些地方的文學館合辦活動；委託民間團體，動員作家進校園、到社區，和喜愛文學的朋友談文學；此外，我們也把一些展覽移地展出，讓更多人親近臺灣文學。在可能的情況下，我們更要突破空間的限制，走出臺灣。

館舍定點存在，但「移動」無疑已是我們必要的選擇，也是努力的方向。開館十年，我們盼能在創意與移動狀態上做更深入的探討。

臺文館叢刊

編輯委員會（2013年）

召 集 人：李瑞騰

副召集人：張忠進

編輯委員：王素惠 林佩蓉 洪彩圓 陳秋伶 許素蘭

張信吉 楊護源 覃子君 簡弘毅（依姓氏筆畫順序）

臺文館叢刊 21

移動的心象

——國立臺灣文學館館員論文集刊 2012

目次

館長序 李瑞騰	I
---------	---

輯一 展示與推廣

博物館的服務美學 ——以「臺灣文學行動博物館」為例／黃佳慧	1
臺灣文學館與台北國際書展的合作與推展／王嘉玲	27
臺灣各文學館交流互動之探討／林芸伊	49

輯二 分析與研究

- The Usefulness of Textual Representations for making
Relevance Judgments in Image Retrieval (文字表述對
數位圖像檢索相關性判斷之有效性分析) / 洪彩圓 79
- 詩文連結：離散文人的扎根
——以丘逢甲在潮汕地區(1895-1900)為例 / 楊護源 109
- 矛盾的自覺：七等生文學淺論 / 張信吉 143
- 雲端上的詩人
——論鯨向海的網路經營策略與寫作特色 / 陳昱成 165
- 編後記 楊護源 201

博物館的服務美學

——以「臺灣文學行動博物館」為例

黃佳慧

展示教育組研究助理

摘要

隨著現代博物館營運狀態的改變，基於運作與生存，如何吸引觀眾、傳遞資源、提供資訊變成一件重要的事情。

然而，對於積極的「服務美學」，展覽由固定的「常設展」變成「巡迴展」，而運用貨櫃的概念可以成為一個「行動」，一般指的是載著展覽走遍城鄉的「行動博物館」。

另一種特徵是，去解決展覽空間的欠缺。除此之外，官方基於多年來的文化政策，幾個社會教育機構創造載著展覽的「行動博物館」到館外去服務不同區塊的觀眾。

展覽透過標準化的服務與管理，運用展覽內容、活動和服務來接觸觀眾，提供教育資源。本文試圖透過「臺灣文學行動博物館」做為案例，發掘它們如何運用文學資源來服務，並且試著去分析在服務科學的領域中，其在「服務美學」所使用的相關理論與樣本。

關鍵字：服務美學，博物館，臺灣文學行動博物館

博物館的服務美學

——以「臺灣文學行動博物館」為例

一、前言

現今許多博物館的展示空間面臨緊縮，且均致力於各項觀眾服務，為了達到資源分享，各博物館莫不卯足全力，以特展、巡迴展等形式，將博物館的展示內容及服務「外送」出去，發展新形態的「博物館服務美學」。而今行動博物館更是打破區域的藩籬，化被動為主動，讓不易前來博物館參觀的觀眾，在其生活區域，就能夠與博物館做直接的交流。

行動博物館本質上即是一個展場空間，為貨櫃車廂結合拖板車和相關設備，改裝成為展示空間，廂體之設計與改裝之規劃過程，與展示內容之規劃執行成果，亦可成為博物館產業及文化創意產業的一環，負載著新的功能與挑戰。本文依序由文獻探討、研究方法，進入研究結果分析與討論，此部分是由臺灣文學行動博物館的產品分析談到服務設計與美學分析，進而在結論分析它在「服務美學」可提供的貢獻。

二、文獻探討

服務設計（Service Design）的目標是創造有用、好用，人們渴望、效率好又有效的服務。服務業的對象與範疇，

由於本文在此設定為博物館及其觀眾，故在此不探討相關其他對象與範疇。它是以使用者為中心的方法進行開發，聚焦著力於顧客的體驗上，以提升服務前端的品質為成功的關鍵及價值所在。是一個需全面性地考量如何整合關於策略、系統、程序、節點的設計決策方法。是使用者導向、根基於多元團隊合作，系統性地不斷地重覆循環、漸進與學習的過程。服務設計受到各領域的啟發與協助，在方法上與工具上受到人機互動領域許多的啟發與貢獻，另一方面，體驗服務行銷與管理方面的研究與工具，在服務設計針對營運與策略規劃上，更是對服務設計本身起了嚮導的作用¹。公共服務設計（Public Service Design）乃是透過服務設計的觀念，讓使用者在運用政府公共資源或服務時，有更美好的經驗及使用效益。在公共部門，它提供了一個達到創新，必須能伴隨著變化而有切實可行辦法的戰略領導能力和服務轉型的組織。Richard（2009）認為設計可以替公共服務加值的重點如下：（1）公共服務設計可以幫助政府部門，從使用者角度重新思考價值傳遞的方法。（2）服務設計概念可以協助政府於重大投資前的測試與模擬工作。（3）服務設計可以協助公部門創新，並且針對未來的需求給予解決方式²。

1 Moritz, S, *Service Design - Practical access to an evolving field*, KISD, London, 2005.

2 Richard, M, *Design for Growth summit: A summary*, 2009.
http://www.designcouncil.org.uk/Documents/Documents/OurWork/Insight/2011DesignSummit_Summary.pdf, 2012/04/20.

由於「新博物館學」的發展，又近代出現不同的博物館「觀看」方式，其中以法國Malraux提出「無牆博物館」(The museum without walls)」理論，其背景是因為現代複製技術與藝術普及，特別是攝影與印刷技術發明後，使藝術作品得以大量複製、同質化，此行為對於人類美感經驗產生的衝擊³，對於博物館的「觀看」也產生了變化。

而所謂藝術服務，在「主動」提供給觀眾觀看的觀點上，根據Bruch (2010) 對「服務美學」的定義：「免費的藝術服務可以解決人與人之間的疏離，是一種美學思想，是一種服務經濟，是一種展示。」Bruch認為，「服務美學」的定義是指由一對一兩個人之間的連接，藝術家免費表演服務給觀眾，或稱「客戶」時，這些藝術家正在推動一種美學思想的新方式。他們每天日常生活中，以服務經濟的理念，把每個人連接，以免費的方式展示在我們生活中，彌補人際連接的缺乏。而藝術作為世界的一面鏡子，呈現世界需要解決的面向⁴。

如果將上述兩種理念結合，延伸到博物館的範疇，筆者認為由「無牆博物館」後續發展出的「數位博物館」、「虛

3 約翰·伯格 (John Berger) 著，吳莉君譯，《觀看的方式》(臺北：麥田出版社，2005)。

4 Bruch, K, *Service Aesthetics: Is it really art?*, 2010. <http://artificeau.blogspot.tw/2010/01/service-aesthetics-is-it-really-art.html>, 2012/04/05.

擬博物館」正是這些理念的產物。但基於虛擬博物館在可親近性、與地方交流性的缺乏，故在實體展示的方式中以「行動博物館」此種運用車體改裝擴充為可移動的、有機性空間的服務概念，來補足對不同群眾的服務，譬如無法上網者、無法透過旅行來參觀博物館者。

再談到「臺灣文學行動博物館」與服務設計理念運用的相似處，其設計概念同樣是一種講求整體經驗的設計，也是透過價值網絡中相關利益關係人的「共創」所得出來的結果。與其它設計相同的投入，卻可以產生不一樣的結果，其中之一的關鍵點就是公司領導者的作為，可透過「組織文化面」及「組織變革面」，帶出組織未來執行服務設計所面臨的挑戰。

「組織文化面」指的是領導者的意志，乃是形成一家公司組織文化的重要元素。公司的思維沒有整體提升，就無法看見服務設計所帶來的成長效益。「組織變革面」是指服務設計將引領組織改變⁵。在Kotter（1996）的想法裡，組織成功變革必須包含：建立危機意識、成立領導團隊、確立願景與策略、有效溝通、授權行動、創立短期成效、鞏固戰果並再接再厲、與打造新文化等八個步驟⁶。

5 楊振甫（Kevin Yang）、黃則佳（Joyce Huang），打開服務設計的秘密（臺北：財團法人臺灣創意設計中心，2011）。

6 Kotter, J.P. (1996). *Leading Change*. Harvard Business School Press.

三、研究方法

本研究首先了解案例的「目的」及「產品」後，以「個案研究法」針對該案例蒐集博物館相關資料包括網站、出版品、文宣、資料及文獻，了解目前現況，進而蒐集訪談資料與前述文獻資料作比對。此外，以「參與式觀察法」，由個案參與了解個案，並將蒐集內容進行分類與分析。

（一）研究對象

（1）專家：對象背景資料：以國立臺灣文學館內對象以館內人員為主，包括決策者與業務執行者共訪問受訪者A-I，共計9份專家訪談，問卷附於附件。

表1 受訪專家列表

受訪者A	館長
受訪者B	展示教育組策展人
受訪者C	展示教育組活動規劃
受訪者D	研究典藏組圖書館員
受訪者E	研究典藏組數位典藏及網站管理人員
受訪者F	公共服務組組長
受訪者G	公共服務組志工管理人員
受訪者H	公共服務組服務臺管理人員
受訪者I	行政室資訊人員

（2）觀眾：以國立臺灣文學館參觀觀眾為研究對象，藉由參與觀察了解觀眾觀點。

（二）研究過程

1、資料收集與訪談內容訂定：2012年12月。

訪談設計及文獻探討參考：國立臺灣文學館官網首頁及其下「組織執掌」、相關館方文宣資料。

2、訪談時間：2012年6月至2013年1月間。

訪談地點：國立臺灣文學館。

執行方法：依據業務劃分訪問9位主管及館員，共計9份訪談。每位以半結構式訪談約10至30分鐘。

3、資料處理及彙整時間：2013年2月。

4、文本資料的建立：訪談文字初稿建立後。請2位具博物館背景的編碼員進行編碼。

5、文本資料的驗歸納分析：

由本文作者依據內容進行歸納分析，並一同檢視受訪成員所表達內容與該博物館案例有關的文本。

（二）研究困難

由於館方內部訪談資料取得不易，進行詳細的量化分析恐有執行上的困難，故本論文採取質化分析的方式進行研究。

四、研究結果分析與討論

（一）「臺灣文學行動博物館」產品分析

「臺灣文學行動博物館」為國立臺灣文學館為推廣臺灣文學所打造的行動展覽，滿載著文學「情」、「采」所組合的豐富文學展覽自2010年起已完成臺灣地區3年巡迴展出，