

陶博館 館刊

閃亮

陶博館
本期專
2020年
題



目錄

03 館長的話

研究專文

04 以實務經驗談博物館常設展、超級特展與
一般特展展示設計案之流程及工作要點
撰文 | 鄭建榮

16 感官體驗作為特色之展示個案分析
撰文 | 劉一儒

32 鶯歌陶瓷博物館推動藝文扎根計畫
產生在地新生代的新陶藝經驗
撰文 | 高麗真

陶藝天地：陶瓷業 × 陶藝家專訪

40 安達窯 - 家族兩代陶瓷的發展
撰文 | 宋佳晏

44 卓銘順 - 鶯歌小孩的赤子之心至今做陶歷程
撰文 | 鄭欣琦

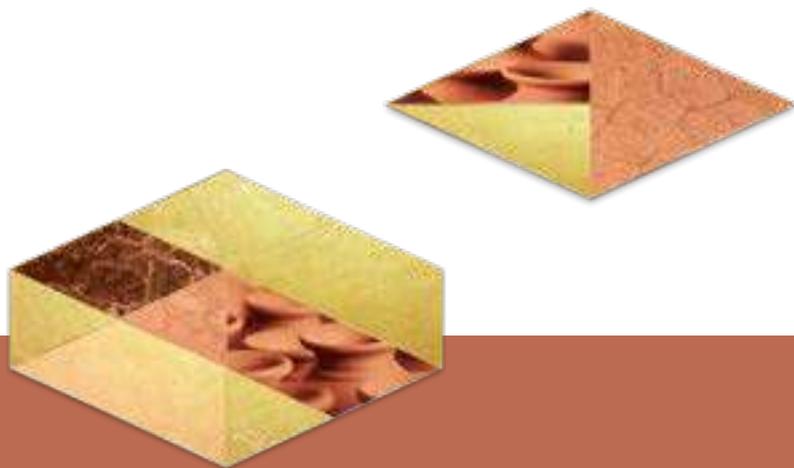
陶博大小事

48 博物館的防疫服務
撰文 | 郭志弘

52 2020 臺灣國際陶藝雙年展
撰文 | 林佳蓉

本期專題 - 陶博 20 年

60 陶博 20 年館史
撰文 | 葉亭秀



館長的話

新北市立鶯歌陶瓷博物館（以下簡稱本館）成立 20 週年，20 年又稱為瓷婚，所以今年館慶對於以陶瓷為主題的博物館格外有意義。本館這 20 年來，除博物館基本任務－調查、收藏、保存及維護，對外則與鶯歌在地文化、觀光及產業相輔相成，在這陶瓷的重鎮裡，致力推廣陶瓷文化藝術，將臺灣陶瓷帶到全世界。

閃亮 20 館慶擴大舉辦，從 10 月開始陸續登場，包含館史展、雙年展、表演藝術及走秀派對等系列活動，並在 12 月 5 日揭幕的閃亮 20 派對裡，由市長及外國使節參與之下，共同回顧本館 20 年來的點滴，將一系列的館慶活動達到最高峰。

在全球氣候變遷及能源枯竭下，身為地球村的一份子，環境教育推廣刻不容緩，本館有幸於今(109)年 4 月通過環境教育設施場所認證，將於地方上，提供機關、學校更臻至的環境教育，將環保理念深化於每位學童心中，以實踐永續發展。在未來也將廣續研擬新教案，更要為文化保存盡一份心力。

世界四大陶藝競賽展之一的臺灣國際陶藝雙年展，自 2004 年首次舉辦，至今邁入第 8 屆，提供國

內外當代陶藝家一個大展身手的平臺。本屆參賽作品件數為歷年之最，共計來自 58 國 732 件作品，入選共計 109 件作品。針對這些多采多姿的陶藝精品，依其技法、形制與概念歸納，將以四類主題作為展示規畫；其內容所投射出的敘事主題，兼具技術性、實驗性、概念性、傳統經典與紀實性，提供給觀者一個多元辯證的空間。

今年是病毒肆虐全球的一年，憑藉數位資訊科技發達，我們將展覽數位化，民眾不出門也能於線上欣賞展覽，使民眾與博物館嚴峻的疫情下仍能透過網際網路保持聯結，讓我們防疫不防藝。

防疫工作有賴於全民共同努力，臺灣防疫的成果亦是世界有目共睹，本館有幸於疫情漸趨緩和之際，能夠辦理 20 週年館慶活動，實屬不易，本館也祝福世界各地的疫情能夠早日平息，恢復正常生活。

館長





以實務經驗談博物館常設展、超級特展 與一般特展展示設計案之流程與工作要點

新北市立鶯歌陶瓷博物館 典藏展示組 / 鄭建榮

前言

博物館的特展 (special exhibition)，是一種與常設展 (permanent exhibition) 相反的概念，兩者之間最大的不同在展示的時間與方式；一般我們僅將博物館的展覽區分為以上兩種，然而特展如依規模大小，還可將其細分為超級特展、一般特展及小型特 (個) 展的分別。雖說在展覽空間規劃及設計上遵循著一定的步驟流程，但也會因展覽的性質及目的不同而有某些關鍵性的差異。

正如博物館需滿足其在蒐藏 (Collection

& Conservation)、研究 (Research)、展示 (Exhibition)、與教育 (Education) 四大功能；而常設展之展示往往成為博物館設立的基礎及根本：「沒有展示的博物館，不算博物館」，另外特展則是博物館的行銷利器「沒有特展的博物館，缺少吸引觀眾再度參觀的動力」。曾信傑 (2001)

以上兩者的替換與更新延續著博物館的生命，在整個博物館營運作業上也佔有極重要的分量，其規劃及流程將如下敘述：

常設展的設計流程

不同於一般商展或百貨櫥窗的商業性質展示以吸引消費、促銷為訴求重點，博物館的展示屬於文化教育性質展示，本質上是一種學識、思想、訊息的傳輸，……所以博物館的展示必要掌握主題及目標觀眾，提出設計理念、展示內容、空間規劃及動線，進而作細部的設計與製作。換言之，展示是博物館與參觀者之間的橋樑，博物館藉著生動活潑的展示手法，傳達正確的資訊，激發觀眾的學習興趣，使其獲得愉快且具知識性的參與經驗。張崇山（1993）

就如同所有博物館於籌備期就訂定其建館目的及宗旨一樣，常設展的展示為達成以上所提之學識、思想、訊息傳輸之功能，其架構理當建立在完整且詳實之研究報告上；一般而言常設展的研究報告往往在博物館籌備期間既已委託相關學者專家組成研究團隊撰寫研究內容，經館方與學者多次開會討論取得共識後將其匯整，才得以集結成一本架構清晰之研究報告，以作為常設展無論是開館或更新時內容之依據。

一、設計案的成立

常設展的委託設計案很難僅由一位設計師獨立來完成，通常都是由一個團隊或甚至是專門對博物館常設展有設計經驗的國內、外公司來執行；例如設計國立自然科學博物館人類文化廳（原中國科學廳）單元的日本的丹青社以及生命科學廳單元的英國 MET studio 兩間大公司就是一例；在這些公司的團隊中所包括的專業人才有：空間設計師、平面設計師、燈光設計師、多媒體軟硬體設計及機電等領域的專業人員，如在展示內容上有需要時，還會有與公司合作之學者配合。一般而言，國內常設展的設計案常是由以下兩種途徑來取得的：

（一）、以直接委託方式：

前自然科學博物館館長漢寶德所著專書《展示規劃：理論與實務》自序中提到，科博館是國內第一所既無建築、又無收藏品從無到有的科學類博物

館，所以可證當時科博館常設展從展示架構到展覽內容可說是結合國內專家學者意見及國外設計公司規畫經驗所匯整設計完成的；之後位於高雄的國立科學工藝博物館常設展設計案也是委託英國及日本設計公司設計，在其館史主題網有記載：「設計作業在 83 年完成後，分別由英國卡登貝克公司及日本乃村工藝社施作。雖然這兩家公司之經驗皆非常豐富，但因文化差異，本館人員與廠商人員在共事時仍有頗多的波折與困難，英國公司更因颱風緣故而中途解約，因此展示分為兩階段完工，第一階段日本公司在 86 年完成了 8 個展示廳，本館也因此順利開館，第二階段 10 個展示廳則在 87 年全部完成」。從內部消息得知，當時因建築硬體屋頂滲漏導致工期延宕，造成館方與設計公司在合約執行期程有上的爭議，最後英國卡登貝克設計公司放棄未完成部分，館方轉由發包給國內的設計公司作收尾。



▲ 圖 1 國立自然科學博物館人類文化廳（原中國科學廳）單元是委託日本丹青社所設計，展場一隅



▲ 圖 2 國立自然科學博物館生命科學廳單元委託英國 MET studio 所設計，展場一隅

早期（約 1990-2000 年）在國內擁有博物館常設展設計經驗的公司並不多，與博物館展覽經驗有關的業務頂多也只能算是承包工程的施工廠商，也就是將國外設計公司已經繪製好的施工圖將其轉化為國內各工種可行的施作方式以及整合所需的廠商或專家執行施作；由於常設展展示表現上的多樣化，使得施工上較一般展覽或百貨商場複雜，所涉及的特殊工種包括：木細工、竹籐編織、模型製作、臘像人物、樹脂塑形、背景繪製、電子機械及電腦等，都是常設展中用來製作擬真場景、道具或互動裝置常用到的手法，而國內承包公司除必需有能力找尋及集結整合各領域人才之外，還需在品質上達到國外設計公司的嚴苛要求，實屬不易。另一方面，國外設計公司確實在創意上較大膽、活潑及不落俗套，且在科學知識之基礎背景上也較為扎實，然而對於不同國家或地區之文化、風俗習慣、使用行為、常用建材及施工方式卻不一定了解，如沒有透過適度翻譯及轉化，很多圖面在當地是無法施作及結案的。

於是 後來經過一些國外設計案失敗案例或是經費上的關係，國內地方性博物館籌備單位也曾試圖找尋國內設計公司來執行常設展的設計案，但都因在創意以及觀念上的不成熟而放棄，以至於演變到後來的委託案往往是委由國外專業的設計公司作概念及創意發想的部分再結合國內有施作博物館展示實際經驗的公司一同執行。

（二）、以競圖的方式：

以競圖案來選取所需要的設計團隊，是目前許多博物館常設展設計案所採取的方式，在作業上除資訊公開透明之外在程序上也比較合乎法規要求；然而對於競圖案而言，廠商在投標文件製作上需要投入相當的人力、物力及時間成本，如果遇到標案經費有限或標案已有內定人選傳言的話，一般大型或有一定名氣口碑之設計公司是沒有投標意願的。

屏除以上可能的優、缺點不提，競圖案在程序上先由館方將標案之案名、展示內容、場地條件及預估經費以公開方式對外公告，然後有意願投標的廠商須於期限內將所需資料寄送抵館方行政單位，

經行政單位檢核投標廠商符合資格後，將所提服務建議書移交給主辦單位人員。廠商建議書所提之內容一般包括公司簡介、設計團隊成員簡介、設計提案、經費分析、工作期程表及過往相關案例等資料；展覽主辦單位在接收到投標廠商所提服務建議書之後，依採購法視標案經費大小及規模，擇期舉辦廠商圖說會，用以現場接受館內、外所聘委員的質詢；或於館內自組評選會，由館員中評選委員針對提案作討論評估，然後最後都是以不公開之計分方式取積分最高者成為決標廠商，這便是整個競圖案的流程。

以過往多次擔任委員之經驗，服務建議書封面及內頁的平面編排、紙張及裝訂的品質是給評審委員的第一印象，有無用心顯得十分重要，因為稍有觀念及品質管理良好的設計公司是不會繳出編排雜亂及裝釘草率的服務建議書；再來就是在內容的呈現上，忌諱公司團隊成員簡介以沙龍照及標榜個人學經歷等豐功偉業的方式來呈現，會讓委員覺得這家公司只重頭銜不切實際的風氣；再來就是必須認真了解展覽內容及展示場地條件後再行提出建議案，否則提案很容易變成辭不達義、輕重不分或甚至本末倒置。

國內大部分的廠商在建議書裡只著重在提案的 3D 模擬表現而忽略或甚至沒有概念設計及設計動機的說明，這樣的結果造成提案只是拼湊已經有的國外案例而顯得毫無創意可言，其實有越來越多的委員開始注意到提案的空間配置樣式及風格的由來及依據，所以於建議書中附有說明創意概念由來的設計公司是比較容易獲得親睽的。

二、基本設計

如前所述，由於常設展的設計案有以委託的方式執行，也有以競圖的方式辦理，導致基本設計所涵蓋的範圍有所差異：

以委託案為例，2000 年陶博館開館時常設展的設計案就是一例，該案名義上是委託博物館主體建築師事務所設計，實質上是透過事務所委由澳洲

專業設計公司作初期發想的概念設計以及後來較具體的平面配置、立面大樣、櫃體型式及色彩計畫等基本設計，直到施工圖及細部設計階段才由建築師事務所來繪製。

而在 20 年後的 2020 年陶博館 201、203 常設展的更新案，則是以競圖案的方式執行；該案在選定設計廠商後，原先在服務建議書上所提的提案只當作後來在設計方向及型式上的參考；所有設計回歸到以展示內容、展示物件及館內、外學者專家對主題詮釋上的想法及意見為基礎，所以在競圖設計案到了基本設計階段時，往往指的是設計單位已經與館方在展示內容、展示物件及設計手法上取得共識且經學者專家同意後，開始繪製施工圖的階段。

三、細部設計

由於常設展的使用期少則 5-10 年多則 15-20 年，且所編列之預算較特展充裕，使得設計者有餘裕來作更多的嘗試以及細部的斟酌；德國現代主義建築大師 路德維希·密斯·凡德羅（Ludwig Mies van der Rohe, 1886 – 1969）就曾說過：「上帝存在於細節中」；我想以此來形容常設展與特展在設計上最大的差異點即在於此。

常設展細部設計大致包括：

（一）、在空間製作上：（包括天、地、壁）特殊材質的選擇、材料顏色的選擇、材料的固定方式、材料收邊處理、異質媒材銜接等。

（二）、在櫃體製作上：（包括壁櫃、獨立櫃）櫃體材質、櫃體結構、細部收邊、滑軌絞鍊等精密零配件的選擇、櫃體內恆濕散熱處理、櫥窗及玻璃罩佈展操作及清潔方式、特殊展品固定架製作等。

（三）、在照明品質方面：（包括機能照明、裝飾照明）包括燈具形式的選擇、燈具位置、燈具數量及密度、間接照明隱藏方式等。

而用來呈現細部設計的圖面常包括了：櫃體的橫剖及縱剖圖、局部細部圖、局部大樣圖、組裝圖及材料表等；當這些細部設計能被用心思考及處理

時，所附加的價值總能使展場在整體效果呈現上顯的層次更加豐富，並同時付予了精緻感以及耐用度。

四、施作與監造

常設展工程從展場硬體進場施作到展品上架所花時間較一般特展為長，通常介於兩個月到半年不等，期間由設計單位負責監造及品質控管；常設展的設計委託案通常只包含設計及監造部分，在設計完成定案後將施工圖、設備數量規格及工作說明書等資料提交給館方，由館方另行招商製作，在投標廠商中以最低價承攬為決標廠商的情況下，監造便顯得十分重要；如果常設展是由競圖案的方式遴選設計單位，則多數情況為施工部分包括於合約中。

一般而言，博物館常設展的施作與監造比較類似於大型百貨公司樓層的裝修工程，因為施作的範圍涵蓋天花、壁面、地坪、水電及機電等，且使用材料種類繁多，使得各工種之間在進廠、施作以及配合上所需的時間及先後次序都需在事前作詳盡的規劃，這也就是為什麼早期國立博物館常設展的施作廠商多委託予有施作大型百貨商場經驗的設計公司的原因了。

而對於常設展的施作及監造，館方人員須介入的狀況較少，主要是針對廠商工作進度的掌握、使用材料的核對及抽驗、工地及周圍的環境控管、工程期間人員貨物的進出及控管以及行政程序上的協助等。

五、設施維修與更新

就如同汽車雖然被視為耐久財的一種，但還是會隨著使用次數及時間在零件上逐漸損耗及外觀上退流行，且在其生命週期內需要定期的保養及對損耗之零件作更換或甚至局部更新才能維持其正常運作，同樣的現象也發生在常設展施作完成後的生命期中。

回想起 2000 年陶博館剛開館前一個月的新鮮感，帶來人潮蜂擁展館內幾乎天天客滿，經由這段

試營運期從遊客行為所產生的問題（如互動裝置被頻繁或不當的操作、地坪材質運用不當導致粉塵現象、展品未完全保護隔離導至破損或遺失等）幾項展示設計上的不足及缺失被無情的發掘，所以許多常設展的改善是在開展之後持續進行的。

對於以上的問題分可成兩方面解決：如果是設計上的問題，可反映給設計公司，請設計人員來館勘查作設計上的調整及修正後，擇期維修或拆除重新施作；至於 如果是設備運作上的問題，則視設備是否於保固期限內請廠商維修或更換耗件；或是因設置環境問題（如散熱不量、電壓不穩等）導致損壞一再發生，則需由設備廠商會同設計單位針對問題提出改善方式及建議。

然而 陶博館開館至今在常設展維修上最令人困擾的問題卻出在多媒體的部分：其中包括中控電腦之軟硬、體及周邊設備的整合及耗損；當初 陶博館常設展在展示效果上為求活潑新穎，於是運用了大量以當時而言最先進的多媒體設備，由於在國內並不普遍，導致包括控制程式的編寫及周邊設備規格開立完全依賴國外設計公司；而澳洲設計公司慣以 iMec 電腦為主系統且所有繁複的功能全部安裝於一部桌上型電腦內，導致開館後只要電腦當機，全館多媒體即停止運作。如此不穩定狀況直到委託國內有製作多媒體經驗公司將其逐項功能簡化或轉為 Window 系統後才得以改善。至於周邊設備的耗損問題，許多是發生在檔案在長時間不斷的撥放狀況下損壞或儲存格式更換，又或者型號太久已無維修備料，解決的方式則是將當初原始檔案將其複製於現有規格並找尋相同功能之機器取代，嚴重而無法維修者則停止運作放棄原有之聲光效果。

至於單元得更新，是開館至今持續在作的事；更新原因有：內部檢討效果不章（如語意不祥或以隱喻方式呈現但觀眾無法瞭解）的單元，機能不足有瑕疵或使用率偏低的單元，或是唯有補充內容才足以詳盡之單元等，所有這些單元的更新除了改善展示上原有的不足之外，其實也是吸引觀眾再次蒞臨參訪所需要的。

舉辦一般特展與超級特展的目的及差異

博物館舉辦特展，除了增加與其他機構的合作交流之外，也可以吸引既有固定觀眾之外的群眾，更可以藉由事件行銷，增加博物館本身的形象和曝光度；而超級特展，英文以（blockbuster）稱之，意指引起轟動矚目的特展，至今沒有統一的定義，但國際博物館協會（ICOM）曾在非正式的網路留言板上回覆讀者，認為符合超級特展的要件包括短期而持續的展覽、展示內容暨技術美麗壯觀，舉辦目的是為了館方自身的知名度、開發更廣大的觀眾、策展經費非常昂貴、是刻意設計而非博物館平常的展示機制，且通常是借來的物件。許慧真（2003）



▲ 圖 3 超級特展案例「圖坦卡門 - 法老王的黃金寶藏特展」展場一隅，2020

而在實際執行案例上，博物館一般特展與超級特展間最大的差異在於經費及內容研究深度的不同：

一、以經費、場地規模而言：

館內主要特展每檔總經費約 400-600 萬之間（以市立博物館為標準），其多寡視展覽為國內或國際競賽、邀請或主題研究展而有所不同，經費內常包含運輸、保險、專刊製作、展場製作、作品佈展及開幕等費用，實際可分配在展場空間製作上僅剩 60-80 萬左右，如果是附屬空間的小型個展，更只能分到配 5-10 萬以內的特殊展櫃、展牆訂作及補漆、展櫃搬運費而已。

超級特展規模一般約為 1800-2000 萬之間，由博物館（多為國立博物館如：國立自然科學博物館、

國立歷史博物館及國立故宮博物院等)及合辦單位(2000年時多為中時報系及聯合報系)各出一半,並於合作合約中述明分攤及收益所得事項,實際可分配在展場空間製作上約300-500萬左右。

二、以研究內容而言：

郭瑞坤在其「博物館論述與文化民主：從超級特展現象再思教育」論文中將超級特展內容界定在：各個超級特展，依其論述特性而分為三種不同概念類型：「法式或歐式精品」、「神秘古代」、「大師與收藏家」。200406(8:2期)

而本人所接觸到的超級特展之研究內容很多都是早已備妥用以巡迴展覽之用，涵蓋包括有：專家學者或著名策展人對展覽主題之論述及研究成果、博物館常設展部分之精華或曾經策劃之口碑特展等，所以在媒體宣傳度、精緻度、展品新奇性及話題性自然與一般特展有所差異。

館內特展則多為館方編制內之研究人員一手負責，展覽負責人除內容研究及撰寫外還兼做其他像聯絡、借展、保險、運輸及圖錄等其他週邊工作，實際能夠專心於主題研究上的時間不到半年甚或更短，自然在展覽內容上無法與超級特展相比擬。

超級特展的設計流程：

一、概念發想階段

在特展的設計過程中，設計者最先所接觸到的便是館方所提供的展覽書面資料(展示規劃書)，其內容往往包括：展覽策劃的前言與背景、基本設定、展示目標、預期效益、核心概念、展示內容、展出文物、工作時程、經費預估及特殊要求等；以及較為明確的展覽名稱、展覽主題項次及其順序、展品清單及其分類與展覽會場的建築平面圖。

在收到以上資料後，設計者除了儘可能詳讀以便充分理解吸收之外，並可依展覽主題內容廣泛的

找尋相關書籍閱覽，並可同時收集與內容有關的圖片及意象(如展品屬性、線條、色彩、造型或過往同類型展覽的展示手法、氛圍等)作為發想的依據；此外在幾次與國外博物館合作之設計經驗，國內館方的展覽負責人常會安排與設計人員一同前往展品所在地博物館參訪，讓設計者能了解展品在原博物館的展示方式或古蹟原在當地的樣貌及該地的風土人情以作為設計上的參考。

在概念設計階段，工作重點在於展覽負責人與設計者彼此想法的溝通，在可能的情況下訂定出某些方向及共識，以利設計可以進一步的進行。此階段設計者也應該試圖了解展覽負責人原先對展覽的一些想法以及想要的呈現的方式、方向為何，畢竟展覽結果的成敗有一大部分由展覽負責人承擔，所以如何調和彼此的經驗及想法以利截長補短或折中的各種可能性都是容許的。

首次向館方提出的概念設計圖說，原則上不需要太具體，容許保留某種可能性及發展上的寬容度，討論的事項大致上分為兩部分：

(一)、對展覽內容的理解：會議以和該領域的研究員或展覽負責人溝通及討論設計者對展覽內容的了解是否正確，因為唯有當設計者對展示內容及展品有正確的認識情況下，才有可能提出適當且有效的規劃及表現方式。

(二)、在展示概念發想及設計動機上：依對內容的理解，檢選適用的圖片及大量的構想草圖，向館方解釋概念發想的依據、可能設計方向及展示手法，並可初步依主題順序及展品數量提出可能區域分佈大小及動線上的可能。

二、初步規劃及設計

此時展場的平面配置已初步成形，階段重點在於透過圖面及模型與展覽負責人及其他相關人員作有效的溝通，將概念進一步具體化；設計者應輔以一系列展場內之簡單透視圖及草模型來作為解釋其想法的工具，其用意如下：

(一)、簡單透視的作用：

- 1、在發想方向及動機上：用以呈現從概念演生而來的造型、材質及空間語彙等。
- 2、在整體氛圍上：可以用來說明在一系列參觀過程中的視覺焦點（如入口型式、動線端景、照明形式及色彩等）所呈現的樣貌。
- 3、在機能說明及運用上，可以針對某些主題目標或重要展品描繪出可能的展示手法（如多媒體互動方式、展櫃型式及展品特殊固定方式等）。

(二)、草模型的作用：主要從會場模型各個方向（建議放入等比例人體模型）來討論及檢視

- 1、展覽入口形式及位置，次子題的區域比重、位置及順序是否合宜。
- 2、主動線及次動線彼此的關係是否清晰合理，其寬度是否滿足大量民眾及身障人士參訪時的需求。
- 3、設施的造型、大小、高度、位置、間距及疏密對照整個會場其他區域是否均衡。

依個人過往經驗，在基本設計階段不一定一次就能完成，往往需要討論及修正好幾次才有可能達到共識，但此階段的重點在於轉化雙方腦中的概念及想法成為往後具體化可行的過程；期間 設計者應該真誠以對，最忌以虛假的透視技法（如誇大會場高度、深度及不切實際的效果等）以及國內無法掌控的軟、硬體技術來欺騙館方人員，畢竟所繪製的圖面終將被施作，但當結果與圖面差距太大總是容易引起爭議的。

三、基本設計及細部設計

經過前面的初步設計確實定案之後，接著就是來到了基本及細部設計階段，也就是繪製可以用來施作的施工圖了。

一般而言 施工圖的繪製及編輯在邏輯上可比照字典工具書般進行，越是詳盡且有系統的圖面越利於使用，除在投標前利於廠商進行估價之外，對

於得標後進場施作期間更是各工種查詢的依據，所以如何簡化查詢過程及標示清晰就顯得十分重要。這裡從圖面的功能大致將其分類為：

(一)、總體性之圖面：可以包括總圖面編號（各圖面的性質、頁次）、總平面圖（包括各區域及其設施、櫃體之位置、尺寸及各個區域用於查詢之立面編號及範圍標示）、天花板圖（包括天花造型、燈具位置、燈具形式、迴路及開關位置等）及地坪圖（地坪材質、顏色、不同材質銜接位置及接縫位置等）。

(二)、實際設施、櫃體施作圖面：用以對照總平面所示之立面位置，繪製該設施、櫃體之實際形式；如呈帶狀（如牆面櫃或區域分隔櫃），多繪製以各個面向的立面圖（圖內標示尺寸、材料及顏色）、櫃體內縱剖圖及櫃體間橫剖圖為主；但是對於獨立櫃體（中島櫃、特殊機能櫃體）則多以三面圖（立面、上視及側視圖）為主輔以剖面或等角透視。

(三)、局部及特殊圖面：如前述常設展設計所提，在繪製施工圖的過程當中，常會遇到某些細部是一般比例圖面所無法解釋標示清楚的，這些都需要另外繪製比例更加放大的細部圖、獨立的部件圖（以利其他工種作精密雷射切割用）、剖面圖、等角透視圖、及組裝圖等加以解說。

在此順便一提，由於施工圖的繪製在短短 20 年間改變很大，由當初手繪於描圖紙之後等比例晒圖，到今天以電腦 Autocad 繪製後出圖，所涉及的改變包括輸出圖面的大小（藍晒可達半張報紙 A1 尺寸，印表機多以 A3 為多）；圖面線條的層次（即使電腦在圖層上可調整線型及粗細，但無法呈現線條的輕重）；及圖面在尺寸上標示，所以某些圖面尺寸遺漏時，在施作現場是無法以比例尺來測量的。

四、施工監造

設計與監造應是一體的，許多的問題會在圖面被實際施作時顯現；除了施工的師傅看錯尺寸或誤解造型之外，櫃體結構及櫃體承重亦常於作品佈展

上架時才顯現問題，所以「隨機應變」在監造及佈展過程中相當重要。

一般超級特展的委託設計案均涵蓋監造部分，一來是因為施工圖是承攬設計師所繪製，理當對設計圖內任何細部瞭若指掌；另一方面也唯有設計者對所欲達到的整體效果，能在現場施作的過程中對問題作最快速且有效的反應與調整，使結果能最接近於設計師腦中所想要達到的效果。

空間整體美感對展場空間設計者在監造過程中是一大考驗，一樣尺寸的物件在不同的空間尺度、不同角度或與其作對比的物件旁顯得比想像中大或小，甚至同一色彩所占面積、比例及強度也會影響展覽整體的空間氛圍；所以即使施工圖繪製過程中想的再周延，在實際施作監造的過程中還是得依現況作適度的調整。

超級特展會場之施工期大約為期三個星期到一個月不等，這段期間除硬體施作（施工圖所列之入口、櫃體、地板、天花、裝飾造型及照明等）之外，還包括展品上架的時間；依過往經驗，得標廠商為掌握工期，會於得標之日起至進場施作前這段期間將圖面上不同工種部件（木作、鐵件、玻璃及壓克力等）分包出去，如廠商有配合之木作工廠則會先行施作部分組件，然後等進場後組裝；如有遇特殊材質（如天然木皮、布料或進口零組件等）則於此期間與廠商直接到工廠看料，以利事先訂購及備料。

廠商正式進場施作期間，監造者通常會整天留在現場巡視，一來是看施作有無錯誤的地方以及對施工人員在圖面不瞭解的地方作即時解說，或視現場狀況對不妥之處作直接修改以解決問題。

在硬體大致完成後，緊接著是展品上架的過程；展品上架所需時間則視展品之性質及價值而有所不同；例如向國外博物館借展之文物，須符合對方所提出的會場環境及展櫃內條件達到標準後始可上架，而要達到所要求的標準值往往需在硬體施工完成後保留幾天的靜置期，才能讓會場的落塵量及有害物質減少及櫃體內的乾濕度及照明趨於穩定。

而之後的展品上架過程，一般均由對方博物館隨行人員會同我方博物館之典藏、展示、展覽負責人及設計師一同執行。

五、展品的呈現

許多因素都會影響展品的擺放順序及呈現方式，以博物館的展示而言當屬內容為其先決條件，除此之外就屬視覺及美學範疇；雖說展品的數量及尺寸在當初館方所提供之展覽規劃書內已詳列，理當設計時每一物件均已安排其放置的位置及固定方式，然而在實際執行階段還是會視現場狀況及專家意見作些微之調整。

物件的擺放及呈現在美學上常比照平面藝術繪畫上的構圖，可能運用的原理節有下列幾點：

（一）、平衡感—比照繪畫上的視覺平衡感，依物件的量體大小、形狀，視覺張力及疏密來調整物件的位置及間距，使其在視覺上處於一種平衡穩定狀態。

（二）、層次感—試圖從展廳內動線上各個方向，或展櫃前單一視點觀察展示物件之間在高低、遠近關係，作必要之位置調整使其互不遮擋有所層次。

（三）、協調感—嘗試發掘展品間在造型及色彩上有無相類似或可互相呼應的地方，將其建立一種關係使其彼此協調。

（四）、韻律感—利用音樂上節奏及旋律之共感經驗將其運用於空間上展櫃之排列、展櫃內展品之間相對位置及整組物件彼此之位置關係。

此外對於單一立體性之藝術品也會考量展示其最美面向，所以物件擺放所最終呈現的效果是結合許多專業知識下的結果。

一般特展的設計流程（以陶博館為例）

每個展覽都有與眾不同的個性，而展覽發展的指南也必須只能看成是一個工具而已，不是製作展覽的規則。最理想的是，所有策劃的過程與計畫都

是因為要儘可能創造出最好的觀眾經驗為導向。
（如何為民眾規畫博物館的展覽 PLANNING FOR PEOPLE IN MUSEUM EXHIBITIONS）

陶博館以其成立目的及藏品特性被分類在工藝類博物館，然在特展的策劃比重上還是以接近現、當代美術之當代陶藝為主；至於陶瓷技法及臺灣、鶯歌當地陶瓷史多已在常設展部分展出，所以特展的呈現較接近美術類博物館，以創造優質的空間讓參訪民眾得以在舒適環境下賞析作品為設計上的重點。

一、 設計發想階段

一般說來，館內特展的負責人於開展三個月前應提供展覽企畫書及展品清單給設計者；由於企畫書都是由同仁所撰寫，所以對於展覽名稱、子題順序、內容及展覽呈現有任何想法都可隨時彼此直接溝通；此外設計者也因為對於場地狀況及可運用之設備已相當熟悉再加上可運用之經費有限，以至於往往一檔展覽中 70% 的設備需重複使用館方現有之展櫃、展牆等，其餘 30% 新作部分再針對主題及展品作所需的入口、裝飾造型牆及特殊櫃體等。

陶博館三樓特展在性質上大致可分為國內外、競賽展及主題研究展兩大類；本人在競賽展（如國際陶藝雙年展、臺灣陶藝獎等）的概念發想上因展覽風格較現代且無明顯調性，所以設計發想方向以偏中性之建築造型語彙來作為發想的出發點；至於主題研究展類（如青瓷、青花瓷、柴燒展），則因展品有明顯在年代、區域、造型及色彩等特徵，在設計發想上較偏向使用意境的形式來詮釋。



▲ 圖 4 陶博館「陶觀-2016 臺灣國際陶藝雙年展」競賽展入口以簡潔造型同時滿足主題解說面板及作品暗房的功能，2016



▲ 圖 5 陶博館「陶最自然-陶藝特展」主題展入口以蘇州庭院窗花及鏡面水紋隱喻人與自然合一的協調感，2015

在館內特展的設計流程中為求效率，所以在概念發想階段常省略模型製作而只保留繪製草透視及構想簡圖，而概念發想除針對平面配置上的可能性之外，也集中於前面所提之 30% 新作部分之造型、語意及彼此串聯呼應的問題，務必讓展廳中作品的配置及參觀動線與新作的入口主題牆、裝飾造型牆及特殊櫃體融為一體。

二、 基本設計與平面配置

在陶博館館內特展的設計程序上，常是基本設計與平面配置同時進行的，當然在前述所提入口主題牆、子題造型牆及特殊展櫃設計完成後，依作品的順序、體積及數量將其配置於平面上，除了考量視覺美感上的要求之外，平面配置主要還是用於檢視以下的問題：

- （一）、依所規劃的展覽動線檢視主題順序及作品位置是否合理
- （二）、作品配置疏密是否平均、動線寬度是否足夠
- （三）、檢視作品所在位置及其周圍條件是否合乎作者所提之要求及是否安全

(四)、所有裝飾面的造型語彙在展廳中是否互相呼應彼此銜接

由於平面配置完成的同時新作部分的設計亦已完成，所以如果與展覽負責人討論平面配置沒有問題，就會直接進入施工圖的繪製

三、施工圖繪製

陶博館特展之展場空間製作發包時所附圖面並不包含展廳平面圖，而是依估價單及工作說明書中所列項目繪製設施或物件之施工圖，如：入口主題牆、區域隔間牆及特殊規格展櫃等；如同一般的施工圖面上有正視、上視及側視圖之外，也會視施作物件之複雜度輔以剖面、細部大樣、組裝及等角透視圖等以達到詳盡清楚解說之目的，且盡可能每一物件不超過兩張圖紙完成。

之所以不附帶展場平面配置圖的原因是因為展覽所使用之大部分展櫃為館方所現有規格，除非數量不足不會加作；再來就是平面上之配置位置並非完全不可調動，而是會在佈展過程中以及最後階段放置作品後，隨時依視覺作必要調整。

至於佈展所需人力，如：拆除工、清運工、搬運工及補漆工等，則依經驗評估然於估價單及工作說明書上另立項目。

四、行政流程

作為館方編制內專門負責設計的人員與獨立設計工作者最大的差異就是在設計工作之外還須兼辦相關的行政流程；行政流程除再次確定製作費以何種科目支出及經費是否足夠外，還須注意在所有發包過程有無違反相關法規及程序是否公開透明，以及確保整個期程時間上的合理性。

與行政流程有關的業務包含有：委外估價、製作公告用所需的書面資料（施工圖、廠商估價單、金額審核項目表、公開取得電子報價單投標須知、投標清單、合約書及工作說明書）、上網公告、決

標、施工期間的工作紀錄、完工後報驗及通過驗收後的請款事宜等。

一般而言 行政流程中的書面資料都有一定格式樣本可作依循，只需依照展覽需求作更改即可，但需注意的反而是跑完整個流程所需要的時間是一定的，只要任一步驟有耽誤就會互相壓縮，嚴重的話甚至造成無法順利開展都有能。

以陶博館三樓主要特展為例，所有期程以開展日當基準點向前推算，在開展前兩個半月或之前務必提供大致確定之展覽企畫書、主題內容及展品清單，從設計發想到施工圖繪製完成需三星期到一個月時間，從圖面估價、公文行政流程到公告上網需 10 天，等標期 5 天，開標後到進場施作期間留一星期到 10 天，進場施作到佈展完成約 10-14 天。

至於展覽施作完成後依合約書所訂完工日期後 7 天內廠商需來文報驗，館方人員齊備妥所需文件（完工確認書、施工日誌、施工前後照片及施工人員簽到表等）經公文程序完成簽核後約定時間驗收約時兩星期，從驗收完成當日到請款完成約計 10 天。

以上所提這些程序於公務體系下不可避免，雖然繁複但卻也是施作廠商最佳保障。

五、監造及展品佈置

展覽施作地點於館內對館方編制人員而言是比較方便監造的，然而每一間博物館公共空間與特展空間的隔離性均不同，所以在展覽佈、卸展期間之噪音、氣味及參訪者與工作人員在動線上的區隔就顯得十分重要。

館內換展所需時間視展覽大小而有所不同，三樓大型特展一般為期兩星期，其餘中小型場地個展則為期 4 天。於此期間：

卸展作業包括：前一檔展覽作品下架、檢視紀錄展品狀況、現場裝箱及運送回典藏庫或直接委由

包裝公司運送回借展人等作業。

佈展作業則可分為兩部分：硬體施作部分包括：前一檔展覽之設施拆卸及廢料清運、配合新一檔展覽所訂作之物件進料、放樣、組裝施作、現有展櫃數量及位置調整以及補漆等作業。

展品上架作業則包括：依展場平面配置圖面將展出物件置於櫃體周圍、作品開箱並檢視作品狀況、將作品上架並檢視所配置之櫃體尺寸是否合適正確、對於牆面作品指示專業佈展人員就所需高度作固定、對於多件式整組物件作細部位置調整、檢視及調整說明板與作品之位置及是否正確、照明調整、巡迴於展廳內以不同角度作最後整體視覺上之調整及最後上罩或圍籬等保護措施。



▲ 圖 6 陶博館「紫砂漫遊 - 聚焦臺灣」展場一隅，2019

即使以陶博館特展的規模與經費無法與國立單位相比，但每年還是籌辦兩到三檔主要特展及十到十五檔中小型個展，作品數量少則 30-50 件到多則 150-300 件作品，在有限的資源下將其盡可能完美呈現也是件不容易的事。

陸、結語

儘管 20 年轉眼就過去，在陶博館新一輪的常設展更新案中發現來館投標競圖廠商在提案上仍顯得了無新意，大多還是處於剪貼拼湊國內、外現有的展示案例及手法；當然 因科技的進步使得多媒體設備除在體積上變小巧、功能增加變強之外，售價也相對變得便宜，但是在博物館展示上並非僅是依靠多媒體炫麗的效果就可達到吸引民眾參訪及教育的目的，如無法在應用上作有效整合及結合創意提出新穎的設計動機，其結果總是讓人有用新材料作舊展覽的遺憾。

對於個人所負責的特展規劃設計亦然，20 年間館內大型特展 50-60 檔展覽就這樣過去了，如何在未來的展覽有新的方向及新的詮釋是個人一直想突破的地方；而以下的現象，是目前在展示規劃及設計上不斷在思考的問題：

※ 新世代因使用工具的改變（此處指平板電腦、手機等）影響他們學習、娛樂及社交行為的模式，博物館展覽將如何設計才能因應這樣的改變？

※ 當展示內容及架構不變的情況下，我們是否能不單僅依賴於現階段所擁有的展示科技設備，而能在其他方面為參訪的民眾創造出一個具未來感的全新體驗？

※ 能夠維持十年而不會讓觀眾覺得過時的常設展應如何設計？

我想以上的問題也許一時找不到完美的答案，但設計的品質最後還是必須靠設計者在相關領域上自我的提升，即：展覽的品質是靠一項將主、客體合併作總體的功能表現，包括了感覺、認知、美學、社會、象徵與具體的生理與心理的因素，而發展展覽則又需要跨領域的技術。因此展覽專業人員必須是「多種語言的」、或熟悉與各種「語言」的溝通、環境心理學、學習理論、概念與空間的設計、詮釋與觀眾研究。（如何為民眾規畫博物館的展覽 PLANNING FOR PEOPLE IN MUSEUM EXHIBITIONS）



▲ 圖 7 已歷經 20 年的陶博館「科技陶瓷」展場一隅

參考文獻

- 曾信傑 2001 特展－博物館行銷的利器？博物館季刊 頁 39
- 張崇山 1993 博物館的展示規劃 博物館季刊 頁 55
- 許慧真 2003 博物館超級特展之文化工業初探 以「兵馬俑、秦文化」特展為例
台南藝術學院博物館學研究所碩士論文 P8-10
- 漢寶德，《展示規劃：理論與實務》，臺北市：田園文化，2000
- Kathleen McLean，《如何為民眾規畫博物館的展覽》，屏東：海生館 2001

作者簡介

法國卡蒙多高等設計學院畢業 (École Camondo)，主修產品設計及室內設計 (product design and interior architecture)。

1998-2000 年承接國立自然科學博物館年度大型特展專案設計；2000 年起服務於新北市立鶯歌陶瓷博物館，任職典藏展示組研究助理，負責館內、館際特展空間規劃設計及常設展維護及更新。



感官體驗作為特色 之展示個案分析

新北市坪林茶業博物館 館長 / 劉一儒

前言

在「新博物館學」(new museology)趨勢下，博物館轉而致力於人性化的發展，跳脫靜態陳列展示方式，開始著力於提升觀眾參與，並因應時代趨勢結合數位多媒體²，強化互動，以創造展品與觀眾間的良好溝通，進而達到有效傳遞知識的目標。

博物館如何透過良好的展示設計進行訊息傳

遞，為影響觀眾參觀經驗與記憶的重要因素。本文以新北市坪林茶業博物館的「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」與新芳春茶行的「Tea Wave 茶香流動特展」這兩個展覽為例進行比較分析，具體探討兩者展示設計之差異，希望能藉此尋求「感官體驗」展示設計之各種可能性，作為後續優化展覽的參考，進而深化博物館社會教育成效。

文獻回顧

《博物館展示的傳統與展望》中作者呂理政表示「構成展示的四個要素是：展示物件、展示主題、展示媒體、展示空間。」（呂理政，2002）³。意即展示是加上詮釋及轉化後的陳列，展示較陳列更為嚴肅、更專業。「它是一組帶有教育觀眾意圖的觀念呈現，或者，以藝術展示單元為例，它是由專人有計畫地將藝術物件組成一個單元加以呈現出來」（Burcaw，1997）⁴。耿鳳英（2006）表示博物館展示已從「實」的文物展出擴展到「虛」的感官體驗，兼具知性與感性，讓參觀博物館成為一種學習、體驗、休閒與娛樂的綜合活動。陳慧娟（2003）研究指出，觀眾並非無法或無意願學習，而是他們是更為挑剔且難以妥協的學習者，博物館研究人員與展示設計人員應更同心協力的了解觀眾需求，創造「有效的展示」⁵。⁶林惠嫻（2006）的研究指出，參與式設計的展覽方式，不但能讓觀眾透過傳統的觀察、閱讀、傾聽、分析、比較、判斷來認識展示外，更透過言語、肢體互動等多元方式激發觀眾興趣，讓展覽不再是單一的視覺經驗，同時啟發觀眾的想像力與創造力，拉近觀眾與展覽的距離。

綜上，優良的展示將強化觀眾參與，提升學習效益，因此，本研究盼透過探討融入感官互動體驗的展示設計如何達到更優質的詮釋，以創造有效溝通。

茶多酚實驗室—五感六識品茗特展

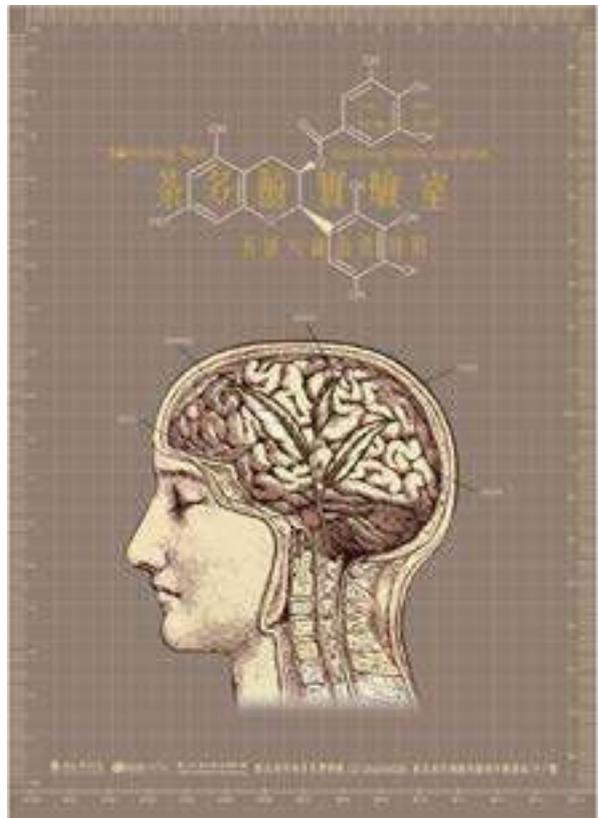
一、展覽基本資料

- （一）展覽日期：2019.12.4 - 2020.11.8
- （二）展覽地點：新北市坪林茶業博物館展示館 B1

二、展示設計觀察與分析

（一）展示主題

「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」以「感官品茗」為展示主題，展名明確揭示展覽內容為探討人類五種感官與意識和品茶之間的關聯。



▲ 圖 1 「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」展覽主視覺

（二）展示內容

展場內規劃為六個子區，依序介紹如下：

1. 「視覺」：

此區為進入展場後的第一個區域，除了以粉筆在黑色牆面上繪製的五感象徵圖騰及茶葉相關分子式圖案外，主視覺牆旁設置一個比人高的巨大萬花筒，萬花筒內容由茶樹的枝、葉、花、籽所構成，自動變化出千萬種繽紛奇幻的畫面，非常引人注目。展板上以圖文介紹了人類視覺形成原理，也以一系列茶樹圖鑑繪圖搭配文字說明介紹了「茶樹」這種植物。往展場裡走可見一座大長桌，如同實驗桌一般陳列展示各種茶樹標本、茶乾、茶籽、茶湯、葉底等，並逐項以放大鏡以及一件 AR 互動體驗設

施輔助觀眾欣賞。此區有一個特殊的展示，在天花板上方懸吊一個以透明試管盛裝各種顏色茶湯的雙層圓形裝置，彷彿一個茶湯的水晶吊燈，又像是茶湯色的色相環，吸引不少觀眾駐足觀賞及拍照。此區牆面上則展示顯微鏡下的微觀茶葉細胞影像、曉茶識（各種茶知識文字說明），以及一段詩人陳依文描寫茶葉在水中泡開的散文段落：

“你可曾細細觀察，看茶葉在水中慢慢張開，從扭結緊縮的條索或球粒，漸次舒展、伸勻的樣子？

像一個夢伸著懶腰，從漫長的沉眠、小小的死亡中甦醒復生。

我喜歡看茶葉「活轉」。從以前不懂茶時就喜歡。研究所時做報告、趕論文，習慣拿一只塑膠保溫杯，丟一把茶葉進去，到走廊盡頭的飲水機裝滿熱水，回桌前坐下，關掉電腦螢幕，沉浸在檯燈黃暖清澄的光線裡，看杯裡的葉群緩緩舒展，昇舞，浮轉慢流。

乾燥的葉粒慢慢甦醒，像是還魂，或者再春，有種

季節流轉的感覺。滿注的水慢慢地綠了，碧色生香。我喜歡看堆得層疊的茶葉，在透明杯裡伸展開散、慢慢沉降，望得出神，像一堆沼澤裡的落葉，擁擠地，蜷曲地，濃郁地，濕濕鬱鬱、大片大片的褐綠茶葉——那被佔據了的空間，有種熱帶的，雨林的風情。

一杯氣味甘濃的茶葉沼澤。”—— 陳依文

此區配合參觀動線，循序漸進引導觀眾從茶樹的外觀形貌開始欣賞，接著欣賞真正的茶樹標本及製造成茶葉後的茶乾，再來欣賞茶乾泡成的茶湯、最後觀察泡過的茶葉葉底。此種目的明確，且結合互動設施展示手法，相較於一般僅陳列物件或是單純圖文說明的方式，更容易吸引觀眾，看得出精心挑選的展示輔助道具美感與質感均佳，加上實驗桌的情境營造，讓觀眾注意力在一開始就能被吸引，願意逐項細細觀賞。除了理性的科學方式解構分析外，輔以植物繪圖的藝術美感及描寫茶葉姿態的文學內容展示，為此區增添了柔和的詩意與感性。



▲ 圖 2 「視覺區」：巨型動態萬花筒、懸吊裝置、桌面物件展示、展板圖文說明，並輔以 AR 互動設施演示茶湯變化。



▲圖3 「嗅覺區」：茶乾與茶湯的嗅覺體驗瓶、桌面物件展示、展板與掛布式圖文說明。

2. 「嗅覺」：

此區緊鄰視覺區，牆面上以圖文展板及掛布的展示方式說明人類嗅覺原理、各種茶葉香氣背後的化學原理、品茶香的方式，另外以2排相鄰掛壁式的嗅覺體驗瓶，讓觀眾透過按壓橡膠氣囊的方式操作，提供各種茶葉及茶湯的嗅覺體驗，是展覽一大亮點。據筆者現場觀察，觀眾對此體驗都非常有興趣，參與使用度極高，並對導覽員在旁補充說明提及的「瓶內茶湯為館員每日開館前現泡並每日更換」感到驚奇，畢竟這樣的展示方式甚為罕見，從細節處可以感受到館方的誠意與用心。中央區域則設置可以用手轉動的轉盤及茶葉買賣用的茶碗及湯匙，介紹茶葉販售時聞茶香的方式以及買賣行話，讓觀眾解此了解茶產業的交易方式。此區與視覺區一樣融合了科學與藝術對嗅覺品茶的表現，牆面展示著一段節錄自法國文學家普魯斯特在著作《追憶似水年華》中的文字段落，描寫成年的他某日吃了瑪德蓮蛋糕後，香氣讓他瞬間想起兒時場景的回憶，成為文學上描寫嗅覺記憶的經典，也揭示了人類大腦嗅覺與記憶的關係，科學家因之將因氣味而

勾起回憶的經驗命名為「普魯斯特現象」，或稱「普魯斯特效應」、「普魯斯特瞬間」(Proust phenomenon)。此區透過此段文字同時介紹文學裡的嗅覺品茗與科學裡的身體嗅覺記憶，融合了感性與理性的詮釋。

“我呆呆地舀起一匙剛才浸過瑪德蓮的熱茶到唇邊，溫熱且摻著蛋糕碎屑的茶水一沾染我的上顎，我不禁渾身一顫，停下動作，專心一意感受那一刻在我的體內發生的絕妙變化……驀地，記憶甦醒了。那正是那段待在貢布雷期間、每個周日早晨都會嘗到的瑪德蓮蛋糕的滋味。因為在當天早上不到做禮拜的時間我不會出門。當我去姑媽蕾歐尼的臥室向她請安，她都會給我這種小蛋糕，而且會先放到她的茶（香草茶或椴花茶）裡沾浸一下。這種小點心之前都沒能讓我想起任何事……也或許是因為那些記憶被束之高閣、拋在腦後的時間太久，以至於現在什麼也沒有留下，一切皆已散落。”

—— Marcel Proust · 馬塞爾·普魯斯特

3. 「聽覺區」：

此區除了有圖文展板說明人類聽覺原理外，使用較多的數位多媒體裝置來進行展示，以掛壁電視螢幕與耳機裝置播放坪林當地傳唱於茶山間的歌謠「相褒歌」耆老訪談介紹的影片，並以數幅形狀不一的電子相框呈現茶園動態風光與自然聲景，角落處則是由天花板上方伸出一個巨型香檳金色喇叭，讓觀眾站在下方聆聽泡茶時煮水、沖泡的聲響，同時以展板介紹泡茶「高沖低斟」的原理。茶葉本身會有香氣跟味道，但實際上茶葉本身是不會發出聲音的，此區很聰明的選擇了幾種與茶間接相關的聲音作為「聽覺品茗」的呈現，創造出令人驚喜的巧思。



▲圖4 「聽覺區」：多媒體影音設施、桌面物件展示、展板圖文說明。

4. 「意識區」：

此區主要以沿著牆面的掛布展示古代詩文中對於茶與心靈、精神、修行等等與意識層面較為有關的描寫，可以從中感受到自古以來茶與藝術創作者的生活有極大關聯，甚至在部分修行之人心中認為茶是來自仙界的飲料，飲茶有助於提升修行境界。此外，由於茶在古時被認為是一種藥，因此此區也援引此觀點設計了一個「共茗堂—茶醫診療室」的觸控螢幕式互動體驗裝置，觀眾可以依畫面看診指引，從歷代經典記載中獲得身體各部位不同病症的飲茶處方箋，雖然是簡單的互動，但搭配上一旁的中醫銅人像，整體氣氛讓人感覺頗有趣味，據筆者現場觀察，觀眾的參與度佳，在體驗時有讓人會心一笑的效果。



▲ 圖 5 「意識區」：共茗堂茶醫處方箋多媒體互動設施、牆面掛布圖文說明。

5. 「觸覺區」：

此區除了人類觸覺原理的圖文說明外，有兩處展示，分別是兩片舌頭造型的掛壁式立體裝置，展示說明品茗時舌頭產生的觸覺感受「澀感」及「稠感」，舌頭裝置是軟性材質且表面覆以顆粒狀帶些許黏性的特殊織品，觸摸時能引導觀眾聯想到真正舌頭的質感，因而產生奇異的體感趣味。另一處展示則仿若茶葉版的「恐怖箱」體驗，一排茶葉桶裝著不同的片狀茶葉、條索狀茶葉、球形茶葉、茶枝（茶梗）等，讓觀眾伸手進去觸摸不同的質感，雖然是極直覺又簡單的設計，但由於許多大眾日常生活中並沒有機會接觸到各種茶葉，所以還是成功吸引不少觀眾伸手進去觸摸體驗，尤其兒童觀眾參與度很高，可感受到館方想方設法提升觀眾參與的企圖。



▲ 圖 6 「觸覺區」：茶葉觸覺體驗設施、展板舌頭造型圖文說明。

6. 「味覺區」：

此區牆面上以圖文展板說明人類味覺原理與各種品茶時會產生的味覺感受，並以一方桌展示一系列玻璃製茶器，用來說明熱泡、冷泡、冰萃等不同泡茶的溫度，如何影響茶的味覺感受。另外也以螢幕真人示範影片，為觀眾說明喝茶的方式如何影響茶喝進口中的味道，同時也以多媒體數位互動體驗設施為觀眾介紹茶的「風味輪」，觀眾只要拿起現場的白色瓷壺置於感應區，便能透過螢幕上「臺灣茶的風味輪」圖示說明了解不同茶款的風味，是饒富趣味與知識性又簡易易懂的互動展示方式。



▲ 圖 7 「味覺區」：物件展示、多媒體影片、茶的風味輪互動體驗設施。

Tea Wave 茶香流動特展



▲ 圖 8 展場入口處的甬道以投影氣味形容詞色條方式建構

一、展覽基本資料

(一) 展覽日期：2020.5.30 - 2020.11.15

(二) 展覽地點：新芳春茶行

二、展示設計觀察與分析

(一) 展示主題

「Tea Wave 茶香流動特展」以「茶的香氣」為展示主題，冀透過流動的茶香，帶領觀眾走進茶的世界。

(二) 展示內容

展場內規劃為八個子區，依序介紹如下：

1. 「一杯茶的風味流轉」：

此區為展場後的第一個區域，以白色木作板牆構築而成的小型甬道，投影著一道道流逝而過的彩色條狀色塊，上方寫著各種茶香形容詞，如桂圓乾、海苔、青草等詞彙。

2. 「鮮葉香」：

通過甬道後左手邊區域，以白色紗質布圍出圓筒狀的空間，中央上方高懸一個水滴狀的玻璃器皿，盛裝著透明液體，緩緩滴漏出一小滴一小滴的液體，掉落在地面上的金屬發熱板上，透過發熱板加熱而散發出若有似無的香氣，說明文字直接印刷於布面上呈現。



▲ 圖 9 「鮮葉香」區：香氛滴漏裝置及說明

3. 「關於風味，氧化是關鍵」：

此區緊鄰第二區，以白色木作板牆圖文說明茶葉的製程中茶葉的氧化，並展示一盆茶苗及一幅茶葉剖面細胞圖。沿著木作板牆延伸另一端是一長桌，以玻璃容器陳列 8 種不同發酵程度的茶湯，並以吊燈加強照明以凸顯茶湯的色澤，桌面上印出簡要的說明文字，依展示茶湯顯色較不自然推估，應非使用真正茶湯進行展示，此點雖可以理解應是館方展場維護考量，但心理上仍會因為在茶的展覽中沒有看到真正的茶湯，而感覺有些美中不足的遺憾與失落。



▲ 圖 10 「關於風味，氧化是關鍵」區：物件陳列及圖文說明

4. 「走入花房」：

此區與「鮮葉香」區的展示方法相近，一樣以白色紗布圍出圓筒狀的空間，高懸一個香氣滴漏裝置。紗布上印著文字說明，介紹此區要呈現製茶時「滿室無花卻有花香」的感受，讓製茶室如同花房。此區與第二區的裝置相同，但因香氣極淡，較難判斷前後兩區的香氣是否異同，也難以感覺到此區文字說明所描述的「走入花房、滿室花香」的感受。



▲ 圖 11 「走入花房」區：香氣滴漏裝置及說明

5. 「有一種香叫包種茶香」：

此區緊鄰「走入花房」區，以木作建構出一獨立小房間，兩側牆面以圖文說明包種茶的製程，並搭配掛壁式螢幕播放製茶影片，設有座椅，觀眾可坐下來觀賞影片。製茶的影片、照片、說明播放與陳列是在各種茶主題展覽中極為常見的展示方式，對於沒有基本概念的大眾而言雖然是很直接的訊息傳遞，但因內容未經再詮釋轉化，僅有圖、文展示相對趣味及特殊性較低，部份觀眾會缺乏耐性駐足閱讀文字並且坐下來看完整支影片。



▲ 圖 12 「有一種香叫包種茶香」區：影片觀賞區的展板圖文說明

6. 「茶師的茶鼻子」：

此區為木作建構出的長形通道式空間，與其他以白色基調為主的子區相較，此區展牆運用了深藍、黑色大面輸出與彩虹般的彩色漸層線條，牆面上文字說明茶師在製茶時，靠鼻子聞香氣的變化，以掌控每一個製茶流程。牆面設計一個波浪線條形狀的白光霓虹燈管，燈管下方是一排可按壓氣囊式嗅聞的香氣體驗瓶，瓶內放置的液體是人工香精，調配出近似茶會散發的各種氣味，但仍聞得出人工香精的味道。底部牆面則以壁掛螢幕呈現茶葉在製程中水分流失的變化情形影像，並輔以文字說明水分流失與茶葉香氣的關聯性。





▲ 圖 13 「茶師的茶鼻子」區：可按壓氣囊式嗅聞的香氣體驗瓶

7. 「台茶感官圖譜」：

此區位於展場的正後方端景處，以四層透明塑膠片懸掛式展出「台茶感官圖譜」。以「感官」為軸心，從嗅覺、味覺、加上口腔中觸覺所帶來的感官體驗來向外延伸，並將元素名詞一字排開，形成一個圖譜，其實就是茶葉版的「風味輪」，風味輪在咖啡及酒類品飲中較為廣泛被應用，作為品鑑的參考依據，在品茗中尚未普及，尚在發展階段，對此有涉略的人也較少。此區因為量體大，色彩多，造型特殊，觀眾會想要拍照，但停留下來仔細閱讀上面說明文字的觀眾不多。



▲ 圖 14 「台茶感官圖譜」區：以懸掛式透明塑膠片展示茶的風味輪

8. 「保存這份香—焙火」：

此區位於展場底部左方角落，介紹茶葉的烘焙。白色紗布圍出圓筒狀的空間內放置一個小焙籠，隱約傳出淡淡茶香。展牆的一排小台座上，以玻璃培養皿展示烘焙過程中不同狀態的茶葉，輔以文字介紹，讓觀眾了解茶葉的烘焙工序。



▲ 圖 15 「保存這份香 - 焙火」區：散發淡淡茶香的焙籠及茶葉等物件陳列與展文字說明

展示比較

以下針對上述「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」與「Tea Wave 茶香流動特展」2個展示案例，分別依展示主題與展品、展示媒體與手法、展示空間與動線等幾個項目進行探討分析。

一、展示主題與展品

「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」的展示主題涵蓋五種感官及意識面的品茗，而「Tea Wave 茶香流動特展」的展示主題則聚焦在嗅覺與香氣。雖然兩者探討主題都圍繞著感官與品茗，但由於整體展覽規模大小與重點不同，加上整體設計風格的差異，給予人截然不同的感受。前者依感官分類引導觀眾進行五感體驗，每一區都明確清楚的以科學原理及感性品味的方式說明，展現想要帶給觀眾「一次盡覽」的企圖心，看完展覽後能對人類五感及品茗有整體性的基本認識；而後者則是選擇以「香氣」作為展覽主軸，圍繞著這個主軸去述說茶的製造與風味之間的關聯，試圖去聚焦香氣與嗅覺在製茶及品茶時的角色，告訴觀眾香氣在茶的世界所佔的重要性，但由於說明文字使用許多較為抽象的描述，且含有些許專業術語，未再經過轉化與詮釋，故對於「茶」沒有任何先備基礎知識的普羅大眾而言，觀展過程難免會產生些許疑惑，較難全面理解及產生共鳴。

透過主題的選擇及展現亦可看出兩個館展示目的的差異，坪林茶業博物館屬新北市政府管轄之茶主題公立博物館，推廣臺灣茶文化為其主要任務，故採取較為宏觀及嚴謹的視角策辦展覽，期待對大眾發揮博物館社會教育的功能；而新芳春茶行為老茶行古蹟修復後活化再利用的小型文化場館，目前經營團隊為財團法人臺灣文創發展基金會，規劃為複合式免費參觀展售空間，在營運成本考量下，無法投注大量經費於展覽上，營運團隊為配合該空間場域為老茶行的特色，近年來多以在一樓大廳辦理小品式的茶展覽的方式吸引大眾入內參觀，一樓後半部保留原始老茶行焙籠間等製茶場域，二樓則作為展售商品的空間。

以展品而論，坪林茶業博物館本身無典藏品，也因此非以展品陳列為主要展示方式，屬於「主題企劃」型態的展示，展覽主要是透過場景、情境、物件、互動體驗設施建構而成，強調互動與五感體驗，這樣的展示策略在「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」中盡現，展覽中未展出任何珍稀文物，展出物件數量雖然不少，但都是茶葉相關衍生品及搭配的小型輔助展示道具，或是透過多媒體設施呈現的聲音、影像；而新芳春茶行在此次「Tea Wave 茶香流動特展」的展示方式雖然亦非以展品陳列為主，但與前者不同的是，策展單位試圖透過較為抽象及詩意的手法講述茶香與茶的風味奧妙，展品量與展示道具都偏少，展出物件本身也無特殊性或珍稀性，較多是整體展場氣氛與意境的營造，說明文字亦極為精簡，也造成對此主題無興趣的觀眾容易流於走馬看花，草草結束。

在「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」的展示中，多元且開放式的展示提供觀眾許多可觸碰的物件及設施，鼓勵觀眾進行互動與探索，因此觀眾不會有進入博物館中不敢躁動亂碰的畏懼心情，反而能放鬆心情去細細瞭解展示中所要傳遞的知識，加上具有清楚脈絡且詳盡完整的說明，能達到較好的訊息溝通與傳遞效果。相較之下，「Tea Wave 茶香流動特展」略顯高冷的極簡風展示，雖然頗具特色與美感，但不易吸引觀眾主動參與展示內容，不少觀眾僅在展場拍照打卡留念，難以深度領略策展單位想要傳遞的訊息。

展示主題與展品比較表

	茶多酚實驗室— 五感六識品茗特展	Tea Wave 茶香流動特展
主題	五感六識品茗	茶的香氣
目的	非營利推廣茶文化	吸引大眾參觀展覽 進而消費
內容	介紹品茗的原理及方式	透過香氣 介紹茶的風味
視角	宏觀式介紹	聚焦式介紹
展品	主題型，強調互動體驗	主題型， 強調氣氛營造
特點	結合科學與藝術剖析品茗	以詩意抽象手法 探討茶香

二、展示媒體與手法

「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」與「Tea Wave 茶香流動特展」在展示媒體與手法上的差異，形成了截然不同的展示景觀。在博物館展覽中，展板是最為常見的輔助說明載體，但展板較缺少變化，觀眾容易產生觀看疲勞，適度運用其它媒體，能在觀眾興趣降低時重新刺激觀眾讓注意力重回展示內容。

「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」在展示媒體的運用上，除了基本的展示板與物件陳列外，亦有多數博物館少見的開放式實體茶葉展示，可供民眾動手觸摸、嗅聞。另外，還使用了投影、觸控螢幕、平板等設備，運用的技術包含 RFID、紅外線感測、AR 等，提供各種互動設施供觀眾進行體驗，以觀眾角度而言，與其說是「看」展覽，更像是「玩」展覽，大幅提升了觀眾參與興趣。但此種展示方式同時也增加了許多耗材及設施的維護成本，例如嗅覺體驗區為了解決按壓式氣囊的橡皮味干擾，館方人員測試了二十多種材料，後來選用高規格的醫療級材料才解決異味問題，而此區需每天更換現泡的茶湯，以及其他展區須定期更新的茶葉等，都是必須考量的耗損支出。「Tea Wave 茶香流動特展」的展示媒體則較為單一，大多使用展示板或是印在紗布上的文字作為展品的輔助說明，並搭配電視螢幕於展場中播放一支影片，唯一具有互動性的是嗅覺體驗區的設置，但高懸式滴漏裝置乍看有點不易理解用意，許多民眾誤以為可以進去紗布圍成的圓筒狀空間內，導致踢到地面上發熱鐵板造成危險，綜合觀之整體展示風格仍偏靜態，以視覺觀看為主要觀展方式，互動性較低。此展覽調探討的主題「茶香」本身就不可見又很抽象，若未能有精準的詮釋，以抽象的方式解釋抽象的議題，對於觀眾的接收及理解程度是一大挑戰。兩者相較之下，「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」在展示媒體的思考上因應時代潮流趨勢，結合當代科技，設法達到更好的展示成效。

在展示手法上，「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」在各個子題展區都呈現不同的樣貌，從一

開始的巨型茶葉萬花筒、設有 AR 互動裝置的大實驗桌、懸掛式茶湯裝置，接著看到展場中茶乾及茶湯嗅覺體驗區，後方則是多媒體影像及聲音的展示，以及觸控螢幕的互動體驗遊戲，連接到展示實體茶葉的觸覺體驗區，最後以「茶的風味輪」數位互動體驗區作為參觀終點。每一區使用的物件及展示板各異，除了做成實驗筆記頁造型的木製展板外，也有以掛布呈現或置於桌面上的說明，物件依類型放置在不同的高度，觀眾有時是平視觀賞，有時需要仰視或是俯視，透過活潑的視角高低變化，減輕觀展時單一視角平移造成的視覺疲勞。

「Tea Wave 茶香流動特展」在古蹟建築中置入當代感強的極簡展示風格是一個大膽的做法，評價兩極，據現場訪談及觀察展覽相關評論，有些觀眾認為此種展式風格與古蹟建築產生違和感，顯得格格不入，但也有些觀眾認為紗布營造的展場氛圍極具美感，很適合現在年輕族群喜愛拍「網美照」上傳社群媒體的觀展習慣。「Tea Wave 茶香流動特展」整體展示手法較近似當代設計類展覽，大量留白，僅在小部分展板及紗布上印有簡要的說明文字，再輔以物件及圖片的陳列，以及搭配一處影片的播放。比較具有互動性的設計為成排的嗅覺體驗瓶及高懸的滴漏蒸散瓶，希望帶給觀眾氣味的體驗，雖然整個展覽的主軸是「茶香」，但比較可惜的是展場並未瀰漫茶香，且全部的聞香體驗設施中放置的都是人造香精，因此觀眾聞到的是人造的香氣，嗅覺較為敏銳者甚至能聞出些許橡皮氣囊的橡膠味，與真實的茶香氣還是有明顯的落差，因此難免在心理期待上會感到些許失落。對於較缺乏耐心的觀眾而言，容易因為無法感受展示傳遞的訊息及意義而失去對展品的興趣，因此就筆者現場觀察，多數觀眾在展場中停留的時間並不長，甚至僅是閒晃而過，難以深度細細品味。

展示媒體與手法比較表

	茶多酚實驗室— 五感六識品茗特展	Tea Wave 茶香流動特展
媒體	多元應用	較為單一
技術	RFID、紅外線感測、 AR、影片	影片
設備	投影機、觸控螢幕、 平板、螢幕、耳機	螢幕
手法	五感體驗、多媒體互動	圖文展示、物件陳列

三、展示空間與動線

「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」的展場，有別於多數體驗型展場常偏童趣或科學教育感的多彩風格，展場內以清水模的水泥灰色作為基調，整體色彩以冷靜的低彩度顏色為主，搭配大面積黑板牆、木材質展示台座、以及大量的玻璃實驗器皿及銅製工具，建構出略帶復古風格的實驗室情境。展場位於地下樓，因此觀眾沿著樓梯步入展場，整體視覺感受便仿若進入一間位於地下的古老實驗室，讓人瞬間產生好奇心想去探索。照明部分則使用人造光源，以軌道夾燈為主，同時使用照地投射燈及吊燈點綴，並運用木製手掌模型抓住復古的愛迪生裸燈泡作為每一區的照明裝置，整體光線較暗，在暈黃燈光下，營造出神秘感，打造出帶有戲劇性張力的劇場式空間，整體氛圍營造頗具特色，與展覽名稱極為切題，藉環境氣氛影響觀眾心理，吸引許多觀眾不停四處拍照打卡。展場空間為矩形方正場地，天花板較為低矮，木作隔間不多，僅於中央區域格出3面牆做簡單分區，依各種感官分區展示，沒有明顯區隔各子展區，基本上順著展區走一圈可以完整參觀完整個展覽，但由於各展區無限定觀看順序，展場內亦無參觀動線指引標示，民眾可自由遊走參觀。

「Tea Wave 茶香流動特展」的展場空間為古蹟建築老茶行一樓，挑高較高，大門口進入後是大廳，往內延伸之長條形空間後方有一天井，故展場中除了人造燈源外亦有自然光灑入，加上展場軌道燈光源充足，整體感覺明亮。展場入口處為一木作板牆構築而成的「」字型通道，通道內無燈光，透過

上掛式投影機在通道內兩側牆面投影水平移動的彩色長條色塊，色塊上則以文字寫上「海苔」、「昆布」等氣味形容詞。穿過通道後進入展示區，整體視覺以大面積的白色呈現，除白色木作展板外，以圓弧狀支架及白色紗質布料建構出各子展區，製造出半穿透性的軟隔間，產生虛實掩映之感，除了入口處有一簡單地圖標示各子展區名稱及位置外，無其他動線指引標示，整體空間呈現簡潔、明亮、富當代感的風格。展場空間不大，無明顯動線指引，亦無導覽員解說，觀眾自由遊走各子展區參觀，展場氣氛柔和寧靜。

以動線而言，「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」的觀眾皆會順著展區走一圈完整參觀完整個展覽，會在較感興趣或有體驗設施的區域停留較久，加上展場內有常駐的解說員協助引導說明，就現場實際觀察，參觀秩序並不會有混亂的情形產生，展場角落設置的座椅也能發揮良好休憩功能，同時分流了想使用體驗設施的人數，惟人潮較多時，部份每次僅供一人體驗的動設施會造成些許等候情形，但因場地空間夠大，尚不至於出現展場壅塞。

「Tea Wave 茶香流動特展」無明顯參觀動線指引，觀眾進入展場後自由選擇感興趣的區域觀看，因展場腹地較小，各子展區皆緊密相隔或相連，人潮較多時會略產生壅塞情形，其中2處透過滴漏式香氛及地面加熱鋼板製造嗅覺體驗的小空間，無動線指引及詳細使用說明，導致觀眾不太能理解如何正確體驗，會有誤入禁止區域的情形。展場無設置休憩座椅，故影片放映區的少數座椅便成為觀眾歇腳休息的地方。此外，「茶師的茶鼻子」區因設置了一排香氣體驗設施，成為整體展場中較有特色的區塊，吸引不少觀眾拍照，但因該區光線較暗，且長條型封閉式空間狹小，故進入其中時會略有壓迫感，也無法一次容納太多觀眾進入。展場內無安排解說人員常駐展場提供解說服務，加上展示內容簡略，因此觀眾停留時間較短，對於展覽所要傳遞的訊息接收度有限。

展示空間與動線比較表

	茶多酚實驗室— 五感六識品茗特展	Tea Wave 茶香流動特展
空間	方正，木作板牆分區	長形，布料軟隔間為主
氣氛	情境式、復古風格	現代感、極簡風格
光源	較暗，人造光	明亮，自然光及人造光
動線	環繞展場一線式動線	地圖塊狀分區式動線
設施	提供休憩座椅	無休憩座椅
服務	現場有常駐解說人員	現場無解說人員

結語

博物館在今日已不僅僅是知識保存基地，亦已成為社會大眾休閒娛樂場所，在文化觀光發展潮流下，博物館更加需有創新思維，透過展示的革新，創造出博物館「寓教於樂」傳遞知識的社會教育功能。G. Ellis Burcaw 便認為「展示」帶有教育觀眾的意圖，是由專門人員有計畫地將物件組成一個單元與觀念呈現出來，較「陳列」更為嚴肅及專業⁶，以下便透過前文 2 個展覽的觀察分析，歸納出幾點結論：

一、感官經驗加深記憶：

過往博物館用於典藏及展示珍稀文物，在普羅大眾眼中屬於專業性的特殊機構，常會令人感到高深難以親近，博物館因此與常民生活較為疏離。然而今日博物館逐漸成為大眾日常生活的一部份，單純的典藏及陳列物件已無法滿足觀眾期待，亦難創造良好的溝通。John Howard Falk 認為學習場景轉化為一種環境或心理的建構，燈光、環境氣氛、感覺，甚至環境的氣味都會影響學習。這些影響強而有力，但通常是潛意識的，雖很難以言詞表達，但最容易記住。就本研究結果分析，即便展覽中無展陳珍稀文物，但在良好的感官體驗設計輔助下，展場整體環境的建構仍能有效刺激觀眾行為與心理，透過身體記憶提升他們對內容的吸收程度，進而發揮較佳的教育功能並為觀眾創造深刻的觀展經驗。

二、體驗形式效益良好：

就筆者實際於展場觀察結果，與僅有圖文展板或物件展示的區域比較，互動體驗設施的區域明顯聚集較多人潮駐足停留，無論兒童觀眾或成年觀眾都樂意動手操作，對於內容亦較有意願瞭解。統整觀眾意見，多數人對於曾親身體驗的展示設計留下較深刻的記憶，也能從中獲得有效學習，對於靜態平面展示的部分則較容易忽視或遺忘。Falk and Dierking 指出博物館提供的是一個豐富且具有多方面感官的經驗，透過有形的物件，以互動性來呈現概念，就能創造意義，進而讓參觀者理解與學習。因此，在展覽中融入能創造「身體記憶」的感官互動體驗設計，顯然是能達到較佳效益的作法，值得持續研究探討。

三、科技應用須切題：

日新月異的科技為博物館展示帶來無限可能，影音多媒體、虛擬實境、互動感應等技術，都可以創造出生動效果，成為訊息傳遞的絕佳載體，然而這些科技應用仍須建立在明確的展示目的與研究基礎上，否則再先進的技術都可能只是使展場淪為具有聲光效果的遊樂場，失去了博物館知識傳遞與溝通的初衷。DC. Gosling 將媒體比喻為一臺車，攜帶著展示設計師所要傳遞的訊息，而模式則是媒體被運用的方式¹¹，因此展示規劃技術新舊無絕對性的優劣，端看其運用上是否能符合需求。本研究探討的「茶多酚實驗室—五感六識品茗特展」案例中，AR 互動的「茶湯感應」展示設施，並未因使用較新科技而獲得最多觀眾喜愛，反而是其他應用較舊的 RFID 技術或簡易觸控技術的體驗設施，因整體設計上非常切合欲傳遞的議題，且人性化操作簡明易懂，加上機器故障率低，反而達到更好的展示效益與觀眾評價，由此可見符合展示目的與需求的科技才是首要考量，並非一味在科技競賽洪流中追求最新技術才是最佳選擇。

四、互動展示的限制：

體驗型態的展示設計仍有其限制，例如感官體驗中的「味覺」體驗在成本、食安、環境維護問題等諸多考量下，現階段尚難以在展覽中常態長期提供觀眾體驗。此外，目前數位技術應用於展示設計亦有許多困難待克服，例如部份數位技術開發程式及硬體設備價格高昂，博物館難以負擔，在進行展示設計規劃時必須從投入成本與提升展示效果兩個方面來評估應用數位科技是否符合效益。加上互動體驗設施往往維護不易，當觀眾不當操作或過度使用時，經常會產生故障，若館方人員不具備立即排除故障的能力，就無法確保在展場中時時提供完整的觀展體驗，以致於常常可在許多展場中可看見貼著「故障」或「維修中」告示的設施，造成觀感不佳。綜上，如何兼顧展示手法的生動與多元性，並克服現實考量與技術層面的種種限制，勇於嘗試突破，為博物館展示設計開發更多的可能性，為觀眾創造新的視野與經驗，將是值得持續探究與挑戰的。

註釋

- ¹ 漢寶德，博物館管理，臺北市：田園城市文化，民 89 年，頁 41。
- ² 耿鳳英，〈虛與實：新世紀的博物館展示趨勢〉，《館物館學季刊》，20：1（2006）：頁 81-84。
- ³ 呂理政，博物館展示的傳統與展望，臺北市：南天書局有限公司，1999。
- ⁴ G. Ellis Burcaw. Introduction to museum work. Altamira Pr,1997。
- ⁵ 陳慧娟，〈溝通策略與博物館展示設計〉，《館物館學季刊》，17:1（2003）。
- ⁶ 耿鳳英，〈虛與實：新世紀的博物館展示趨勢〉，《館物館學季刊》，20：1（2006）：頁 95。
- ⁷ DC. Gosling. The Design of Educational Exhibits. Routledge,1988.
- ⁸ John Howard Falk, Lynn D. Dierking. The Museum Experience. Left Coast Pr,1992.

參考書目

1. Ackerman, Diane. A Natural History of the Senses. Random House Inc,1991.
2. Burcaw G. E. Introduction to museum work. Rowman & Littlefield Publishers,1997.
3. DC. Gosling. The Design of Educational Exhibits. Routledge,1988.
4. John Howard Falk, Lynn D. Dierking. The Museum Experience. Left Coast Pr,1992.
5. J. Douglas Porteous. Environmental Aesthetics: Ideas, Politics and Planning. Routledge,1996.
6. 漢寶德，博物館管理，臺北市：田園城市文化，民 89 年。
7. 漢寶德，展示規劃：理論與實務，臺北市：田園城市文化，2000。
8. 呂理政，博物館展示的傳統與展望，臺北市：南天書局有限公司，1999。
9. 耿鳳英，〈虛與實：新世紀的博物館展示趨勢〉，《館物館學季刊》，20：1（2006）。
10. 耿鳳英，〈身體、行為與博物館展示〉，《館物館學季刊》，17:4（2003）。
11. 張婉真，〈如何分析博物館展示－研究方法旨趣〉，《館物館學季刊》，15：3（2001）。
12. 陳慧娟，〈溝通策略與博物館展示設計〉，《館物館學季刊》，17:1（2003）。
13. 林惠嫻，〈博物館與兒童觀眾〉，《科技博物》，10:1（2006）。



鶯歌陶瓷博物館推動藝文扎根計畫 產生在地新生代的新陶藝經驗

新北市立鶯歌陶瓷博物館 行銷企劃組 / 高麗真

前言

鶯歌舊稱「硯仔鎮」，境內燒窯煙囪綿延，形成獨特地景風貌；陶瓷從業者眾多，各式燒陶技術更與陶業發展息息相關。隨著陶瓷產業供需市場改變，全球陶瓷產銷模式轉型，影響區內陶瓷業從業人口、改變技術傳習模式。

面臨在地產業存續發展與陶瓷文化保存之課題，新北市立鶯歌陶瓷博物館（以下簡稱陶博館）思索如何運用博物館教育功能，以在地兒童與青少年為對象，增進陶藝傳習，為陶瓷產業與陶瓷文化注入能量。

關鍵字：鶯歌陶瓷博物館、藝文扎根、在地知識、經驗學習理論

藝文扎根計畫辦理背景

一、計畫構想

陶博館於 107-108 年度辦理的藝文扎根計畫以鶯歌陶瓷藝術工藝傳承與推廣為課程核心，規劃藉由工藝文化推動，搭配多元面向的培訓活動，為校園及社區注入豐沛的藝術能量，使工藝文化扎根傳承，並發展出特有的樣貌，共創在地文化知識學習機制。在執行上，陶博館採取「經驗學習」模式，此 2 年度以「職人藝享世界」主題將陶藝師及駐村陶藝家帶入鶯歌校園中，結合具體經驗、省思觀察、抽象概念及主動驗證的動態學習模式，設計為陶瓷教育課程，拓廣學生以更多元的角度認識陶藝。

二、鶯歌陶瓷產業發展與陶瓷文化保存的迫切性

19 世紀初當時泉州人吳鞍首先將腳踢轆轤、拉坯技術帶入鶯歌，使用本地陶土製陶，陸續移入具有製磚瓦、手擠坯等工藝陶師，以及開始採煤、設窯及建設水陸運等，形成鶯歌陶瓷產業發展基礎。隨著社會環境變遷，產品從日常陶瓷、建築陶瓷，跨足衛浴陶瓷、轉型藝術陶瓷、應用科技陶瓷等類型；更隨著產品研發、陶師手藝演變，包括胭脂紅、青花、青瓷、結晶釉、金銀彩等從大眾偏好的傳統裝飾，結合器形變化，朝特殊飾紋與釉彩等多樣化發展，所製作的陶瓷品形式多樣，且具有多元的美學風格；產業也隨著資訊、技術、資金不斷地投入，形成鶯歌具備研發、設計、製作、量產、創作、銷售皆齊全的產業鏈，鼎盛發展期間，本地有超過 500 多家登記為直接與陶瓷相關的營業類別，可謂全境幾以陶瓷產品推展生計。

直至 21 世紀現在，已超過 200 餘年的鶯歌陶瓷製作，累積豐富的製陶工藝技術。鶯歌仍以陶瓷產銷為主要產業型態，聚集近百家陶瓷商品店的陶瓷老街，陶瓷工廠及各式陶品販售店在工藝園區及區內各處林立；傳統窯場、陶藝公司、陶藝師、陶藝創作者以及陶品營銷商等等，均關注及投入陶瓷

產業發展，陶瓷品與陶藝已是本地文化的一部分，與生活密不可分。

面臨全球化現象，飲食西化、日用品材質多元化以及區域勞力分工重組，衝擊陶瓷品供需市場及本地陶瓷產業鏈生產結構。鶯歌在地陶瓷生產資源依賴進口，勞力及運輸生產成本競爭等產業經濟所需發展條件有限，陶瓷產業家數逐年降低，加之陶瓷產品形式多元，生產所需資源面向廣、製作分工細化，產業規模經濟維運不易，從事陶瓷生產人口數隨之大幅減少。

以近 5 年 (104-108 年度) 鶯歌區人口遷出、遷入統計數來看 (如表 1)，各年度遷出人口在 3,000 餘人至 4,000 餘人略多於遷入的 3,000 餘人，意味曾經歷鶯歌製陶繁榮時期的人口數漸減，從現況認識鶯歌陶瓷發展的人口數增多。再從近 5 年 (104-108 年度) 人口年齡層分布統計來看 (如表 2)，各年度並無明顯消長，但隨人口自然增減情形，65 歲以上長者逐年增加，14 歲以下、15-64 歲的人口數，隨少子化現象而略減。意味本地居民中，超過 10% 為曾參與製陶或親身經驗鶯歌製陶興盛時期的人口，且此人數將逐年增加，另外約 13-15% 屬 14 歲以下的兒童或青少年，沒有見過大批家戶參與陶瓷生產的經歷。

換言之，在鶯歌隨處可見陶瓷生產，甚或陶瓷生產勞動力，隨著人口的高齡化，已屬過去的生活模式，現在鶯歌兒童與青少年的陶藝經驗，多屬於陶瓷成品的觀看經驗，或少數參訪陶瓷工場、陶藝工作室的所見所聞。因之，如何培育約佔區內人口數 15% 的新生代對陶藝的認知，是未來鶯歌陶瓷文化存續與陶瓷產業發展的重要課題。

表 1：鶯歌區 104-108 年遷出入口數統計表

年度	遷入	遷出
104	3,249	4,693
105	2,999	3,993
106	3,138	3,904
107	3,802	4,087
108	3,864	3,390

資料來源：新北市統計年報

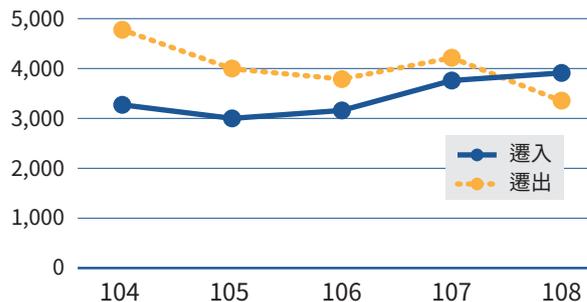


圖 1：鶯歌區 104-108 年度人口遷移曲線圖

表 2：鶯歌區 104-108 年人口年齡層分布統計表

年度	總人口	14 歲以下	15-64 歲	65 歲以上
104	87,965	12,928	66,899	8,138
105	87,231	12,345	66,142	8,744
106	86,593	11,860	65,407	9,326
107	86,361	11,397	65,091	9,873
108	86,869	11,278	65,104	10,487

資料來源：新北市統計年報

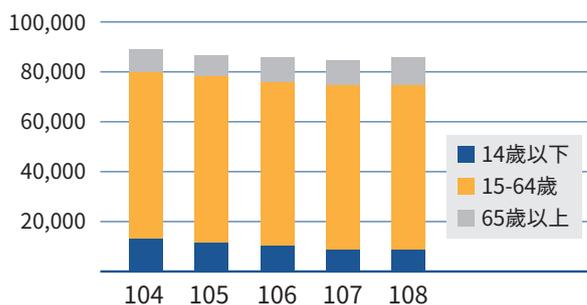


圖 2：鶯歌區 104-108 年度人口年齡組成比例圖

博物館資源建構藝文扎根教育之理論與操作架構

一、地方知識

地方知識 (Local knowledge) 是在特定地域中生活的一群人延續一段時間持續發展的知識。所包含的內涵包括：地方知識是以經驗為基礎、歷經一段長時間的存續、適應當地的文化及環境、融入當地的日常關係和儀式中，由社區中的個人或群體所擁有，並具有動態的變動性 (引自聯合國糧食及農業組織)。

地方知識也不限於是都市或非都市地區、原住族群或遷居者的經驗，它對於某一文化或社區具有獨特性，在不同的人群中，也具有個別性。可依知識普及程度，區分為共同知識 (Common knowledge)：屬於該地方所有人共有的相同知識，如食米文化；分享知識 (Shared knowledge)：多數人所共有，但非每一個人所需具有的知

識，如鄉間某些飼養技術；專門知識 (Specialized knowledge)：屬於地區中某些人的專門技藝。

產製陶瓷品的技藝包括：選擇土料、製作成形、裝飾器物、施加釉藥以及燒製成器等重要步驟；製陶過程中需考慮生產環境條件、運輸通路等諸多因素；產製之後尚需銷售以及關注購買者使用陶瓷的生活型態變化等等。每一環節，都具有技術和經驗的知識內涵。在不同地區，所形成的陶瓷知識，也不盡相同，各具有地區獨特性。例如日本九州佐賀縣有田町產瓷、本州岐阜縣美濃製陶等，而自民藝運動所發展結合「美」和「用」、「藝術」和「生活」的生活陶藝，更形成日本陶藝品的使用特色。

鶯歌陶瓷發展著重於陶瓷生產，早期自產自用，而後進入代工時期，隨著訂單引入各種製陶技藝，發展出多元陶瓷品項，其中又以彩繪陶瓷，為地方帶來豐厚收入，而因生活陶瓷產製減少，本地的製陶技藝逐漸成為陶藝創作的資源，形成具獨特性的鶯歌陶瓷經驗與地方知識。

二、經驗學習理論

庫伯(David Kolb)於1984年提出經驗學習理論，此理論將學習過程分為具體經驗、省思觀察、抽象概念與主動驗證四個階段，形成可重複循環的學習過程，是體驗式教學重要的教育理論之一(圖3)。



圖3：經驗學習循環圖
McLeod,2017 改自 Kolb,1984

四個階段的學習特性分述如下(趙偉順、張玉山, 2011;McLeod,2017)：

1. 具體經驗 (Concrete Experience)：強調感受。接觸新的經驗或情境，或是對已有的經驗再詮釋。
2. 省思觀察 (Reflective Observation)：強調觀看。在新經驗中觀察，由不同的角度來看，以發現與先前知識不一致之處。
3. 抽象概念 (Abstract Conceptualization)：強調思考。從思考中得到新想法，或修改原有的概念，從經驗中形成新認知。

4. 主動驗證 (Active Experiment)：強調操作。學習者應用新認知，觀察新的經驗。

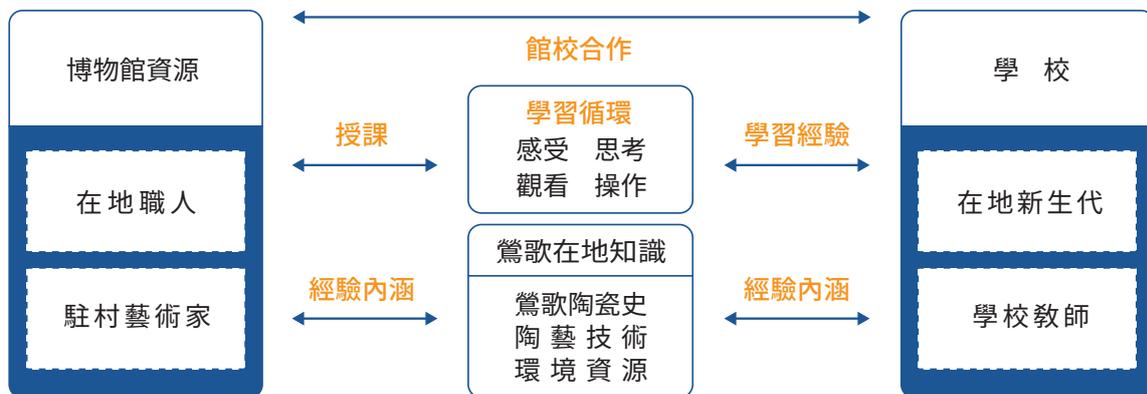
三、研究操作架構

陶博館設有陶瓷學院推廣陶瓷教育，師資來源為臺灣陶藝家、老陶師與博物館專業人員，教育對象包括入門陶藝體驗者與進階陶藝研習者。

藝術扎根計畫採用館校合作模式，實施對象設定為鶯歌在地的兒童與青少年，一般而言，他們較入門陶藝體驗者，更多了日常接觸陶藝的機會，在課程設計上，博物館結合本地傳統師徒制與做中學的陶藝傳習方式，安排在地陶藝職人入校，指導學生陶藝實作課程，從觀察學生們的反應與作品，了解新生代的陶藝認知與經驗。

此外，陶博館每年均會徵選來自世界各地的陶藝家到館駐村創作，本項計畫加入將國際駐村陶藝家列入藝術扎根師資，藉此計畫將國際陶藝家的創作經驗與創意思考帶入校園之中，激盪在地學校師生的創意藝術概念，激起藝術教育新的火花。

在課程設計上，由陶博館館員、入校師資與學校美勞教師合作搭配，以認知與操作兩個軸向，將陶瓷製作劃分為「構思」和「實踐」兩大步驟，在構思的過程，引導學生觀察並認識陶瓷與陶藝特質；在實踐的過程，進行技藝示範與教學，開放讓學生動手進創作。



▲ 圖4 藝文扎根新生代經驗學習模式圖

藝文扎根課程規劃與執行情形

一、課程規劃

計畫期間，由博物館安排林發權、王弘宜 2 位在地職人，Cynthia Siegel、Michael Flynn、Babara Balzer 以及李如詩等 4 位駐村藝術家，分別至鶯歌國小、建國國小、中湖國小等 3 所學校參與 3 年級至 6 年級學生的教學課程，課程資訊如表 3。

在地職人課程內容設定為鶯歌最具盛名的彩繪陶藝。職人的選擇上，以具彩繪實務與教學經驗者優先擇選。林發權老師於鶯歌開設陶藝工作室，本身亦從事陶藝工作，專長於彩繪，並在鶯歌工商授課多年。王弘宜老師為鶯歌彩繪陶藝師第二代，於

鶯歌開設陶瓷彩繪教室，專門推廣彩繪技法，除此之外，本身亦經常至學校、社教場所等擔任陶藝推廣授課教師。

經評估及徵詢本計畫期間到館創作的駐村藝術家，擇選出 4 位具授課能力以及與學童互動意願的陶藝家，安排入校教學。其中 Cynthia Siegel、Michael Flynn、Babara Balzer 等 3 位陶藝創作，強調構思的脈絡性，李如詩具高度陶藝技巧，能從不同角度啟發學童對陶藝創作的認識。

在授課班級的選擇上，開放提供學校自由報名，並優先擇選能配合授課內容、時間的班級。在博物館、陶藝家與學校教師進行溝通、設計教學方式後，到班實施教學。

表 3：藝文扎根課程資訊一覽表

授課師資	教師姓名	授課對象	授課主題
在地職人	林發權老師	108 年 10 月至建國國小、鶯歌國小講授陶瓷彩繪技術	釉上彩 - 赤繪
	王弘宜老師	108 年 9 月至建國國小、10 月至鶯歌國小講授陶瓷彩繪技術	釉下彩 青花與多彩
駐村藝術家	Mrs. Cynthia Siegel (美籍)	107 年 4-6 月至鶯歌國小引導 5 年級 23 名學童進行 12 節創作課程	陶與馬賽克
	Mr. Michael Flynn (愛爾蘭籍)	107 年 11-12 月建國國小引導 6 年級 28 名學童進行 12 節創作課程	大手立體雕塑 陶瓷創作
	Mrs. Babara Balzer (美籍)	108 年 4-6 月至中湖國小引導 3、4 年級 34 名學童進行 10 節創作課程	陶瓷海龜創作
	李如詩 (Ms. Ruth Li) (華裔澳籍)	108 年 10 月至鶯歌國小引導 6 年級 26 名學童以及建國國小 4、6 年級 49 名學童各進行 5 節創作課程	陶藝技法

二、在地職人課程執行

(一) 林發權老師的釉上彩「赤繪」課程

林發權老師專長釉上彩繪，包括赤繪、粉彩、雕金等彩樣，並擅長低溫釉上彩色釉調配與開發，具製作仿古陶瓷的技能。

釉上彩有紅、綠、黃、紫、青等色釉，或施以金粉、銀粉裝飾。在陶器外觀彩樣上，包括釉上紅彩、五彩、粉彩、琺瑯彩等，用手觸摸會有凸起的感覺。因釉彩顯於陶器表面，易受酸鹼腐蝕，也易磨損褪色，但因燒制溫度低，釉色選擇多，能藉以呈現紋樣的藝術性，製作精美的陳設陶瓷或藝術陶瓷。

本次釉上彩「赤繪」課程，是以 16 世紀在日本九州佐賀有田地區出現的表現形式作為技法主題，以紅色釉藥在已燒成有釉面的白瓷上構圖，再次用 700°C 至 850°C 的低溫燒成的「赤繪」技法。有別於明朝萬曆時期的五彩，或稱大明彩（赤繪）的表現形式。

課程中老師使用陶盤引導學生赤繪，在學習過程中，學生觀察到傳統赤繪圖樣、理解釉上彩呈現的技法，並實際操作繪製，感受到釉上彩陶藝之美。

（二）王弘宜老師的釉下彩「青花與多彩」課程

王弘宜老師專長彩繪教學，擅長釉下紋樣的設計與繪製，具有豐富的釉下彩推廣教學經驗。

釉下彩是一種陶瓷器外表的裝飾方式。在成型的生坯、素坯或釉胎上用色料繪製紋飾，再施以透明釉或淺色面釉，經 1250°C 以上高溫一次燒成。因色料需具足夠耐火性，可選用的色料有限，而釉彩在高溫下變化也不易掌握，常見的釉下彩有青花、釉里紅、釉下褐彩、褐綠彩、釉下三彩或釉下五彩等。燒制後陶器外表光亮平滑，彩繪紋樣被透明釉膜覆蓋保護，不會褪色，且彩料被釉面包裹，不影響飲食使用安全。

本次授課老師使用大盤、小碟，作為繪製青花的器具。在學習過程中，學生觀察到多樣化的青花圖樣、理解釉下彩形成的原理，透過實際操作繪製，感受到釉下彩陶藝技術的範疇。

三、駐村陶藝家課程執行

（一）Cynthia Siegel 與學童

Cynthia 結合學校原設計在老街踏查，建構學童發展地圖概念的文史課程，引導學童用手捏陶土塑造所觀察到的地景與地標，再鼓勵學童連結地圖概念與陶瓷地景地標，運用馬賽克拼貼製作「鶯歌老街 - 文慶埔路人文地圖」，將對老街的印象轉化為「陶與馬賽克」結合的視覺作品。

Cynthia 的教學方式，結合學童對生活環境與陶瓷老街發展地標的觀察，引導學生運用陶土表達想法，分享作品發想的過程及製作方法，刺激學生思考，訓練與啟發學童如何以陶藝傳達、詮釋思想與個人感受。

在課程過程中，學童對原本耳熟能詳的生活街道、陶瓷老街、觀光地標等，除了口語分享，也轉化用陶瓷元素呈現，透過陶土與馬賽克的創作，對於生活空間與陶藝，也產生新的體會感受。

（二）Michael Flynn 與學童

Michael 在年輕的時候閱讀過西遊記，對於孫悟空與佛祖的故事印象深刻，在授課課程中，他向學童分享自己對西遊記故事內容的記憶與感受。

在創作過程中，Michael 先引導學生以西遊記孫悟空與佛祖的故事為本，透過自由塗鴉，進行創意發想，再由學童將所發想的蟲魚鳥獸塗鴉用陶土製作成實體，接續以集體創作方式，捏塑出一隻結合各種蟲魚鳥獸的大手，創作出一件立體雕塑陶瓷作品。

參與課程協力教學的老師表示，從藝術家以開放式引導，帶領學生創作並讓學生自己充分摸索，探索尋求解決問題，在過程中，老師學習到新的教學方法。課程結束後，參與創作的學生在寫給藝術家的卡片中表示「您好 Michael：謝謝您教我們怎麼畫出一個有創意的畫」、「謝謝您讓我們的作品變得不再死板板的！讓我們重新認識了「藝術」這個東西！」，表達對這位藝術家的喜愛。此次創作案例，也經 New Ceramics 雜誌於 2019 年 9-10 月號刊出報導。

（三）Barbara Balzer 與學童

Barbara 擅長運用傳說故事作為創作起點。本次課程 Barbara 發揮所長，傳授給學生，不但引起學生的喜好與想像力，並且成為一種可執行的教學模式。

創作內容設定為象徵長壽的海龜，Barbara 示範如何運用不同工具（竹籤、鞋底、果實、網袋等等），或用單一個工具，在陶土上做出不同質感與紋路，引導學童並與學童共同創作大小不一，色彩、紋飾各有特色的陶瓷海龜，讓學童思考、討論並藉由陶土創作表達對環境的關懷。

(四) 李如詩 (Ruth Li) 與學童

李如詩擅長捏塑具有精緻形構的陶藝品，其陶藝創作的成形方式，是以徒手捏塑陶土成形，使作品具有精緻的構造與形狀，通常是花或者是類似的物件。本次授課李如詩傳授其所擅長的陶藝技術，設定徒手捏塑、作成土坯之後，在土坯上雕花；以及在陶瓷作品上色等三個成果目標。

透過李如詩的解說及引導學生習作，開啟學生認識細緻的陶藝表現，感受到藝術陶瓷技藝的難度與挑戰。在課後，學生分享本身在創作過程中的心路歷程，從欣賞作品之美到實際動手創作的過程中，發現無法靈活作出腦中所想像的作品，充滿眼淚與挫折感，但經過老師的引導與技術的琢磨，最後作品成形，體會到陶藝帶來的喜悅與成就感。

四、學習成效分析

陶博館的藝術扎根教育，與學校的課程結合，搭配多元面向的培訓活動，建立學校師生與博物館的緊密連結，在課程中，訓練與啟發新生代如何以藝術傳達、詮釋思想與個人感受，並用陶瓷媒材，實際創作表達自己想法、情感或關切事物的作品，以實際體驗藝術創作發想、思辨與呈現的過程。

於執行期間對建國國小參與學童進行通用學習成效模式（GLOs）評量，調查對象包括 27 位男童、21 位女童，其中 23 位四年級學生，25 位六年級學生，評量目的是為了解其在課程前的預期想法以及參與後對自我主觀學習的成效差異。在整體課程、增進知識與理解、態度與價值觀的轉變、增進技能、愉悅感、啟發與創造力、行動與行為的改變等六構面上，後測認同的均值皆較前測略增（如表 4），顯示藝術扎根的教學模式對於學生具有成效。

學生於前測時，在行動與行為的構面同意度較低，推測為較少參加類似活動；在有愉悅感、啟發與創造力、參觀博物館，欣賞展覽的態度與價值觀同意度略高；且普遍同意能有良好的學習收穫，增進技能。

後測的結果，行動與行為構面同意度大增，顯示學生在參與課程後的改變；增進知識與理解、增進技能等兩項的同意度也提高，顯示學生感受到學習認知的增強以及本身的技術進步了。

表 4：建國國小學童在藝文教育扎根計畫參與前預期與參與後 GLOs 構面分數比較表

GLOs 構面	前測	後測	差異
整體構面	4.15	4.68	0.53
增進知識與理解	4.1	4.73	0.63
態度與價值觀的轉變	4.33	4.62	0.29
增進技能	4.14	4.71	0.57
愉悅感、啟發與創造力	4.27	4.71	0.44
行動與行為的改變	3.9	4.62	0.72

結論

一、綜述執行成果

本項計畫使鶯歌新生代透過在地職人傳習傳統陶瓷產製知識，經由國際駐村藝術家經驗各式不同創作構思與陶藝技術。

本計畫構想是將豐沛的藝術能量注入校園，促使鶯歌陶藝扎根傳承，讓鶯歌新世代在陶藝世界中找到自己的定位，從而產生更深刻的興趣與學習動機，從認知與操作層面全方位地建立陶藝經驗。

實際的成果，博物館確實地整合學校、藝術家與博物館的授課資源，並且從對於學童的評量結果顯示學童增加博物館、陶藝及鶯歌人文地理等面向的興趣。課程中也顯示鶯歌新生代對在地陶瓷文化逐漸陌生、非正規陶藝課程傳習模式建立的可行性。

從新生代的作品中，顯示新生代理解更多陶藝創作表現的成因、透過觀察與思考產生更多元的陶瓷創作、以及接觸傳統陶瓷技法等，從參與課程中形成陶藝技術新經驗。

在地職人的加入發揮傳統師徒傳習的精神，提供新生代認識多元的陶藝技法，拉近新生代與地方製陶歷史的距離。

國際藝術家的參與，讓陶藝家更多接觸到社區，認識陶藝城鎮形成及發展的脈絡，且透過教學，培養新生代對陶藝創作的理解力，增進陶藝推廣的影響力。

二、研究限制與後續研究建議

非制式課程的安排，需協調項目易因對象而異，難以建立觀測變數的一致性。

未來可依學童先備知識差異，建立比較群體，觀察各種經驗提供與學習間的關係，以作為課程內容規劃與資源投注的參考。

參考書目

1. 柯秋華、黃庭鍾，2010。地域活化模式之研究 - 以鶯歌鎮陶瓷產業為例，長庚人文社會學報 3(2)：377-403。http://cgjhsc.cgu.edu.tw/data_files/CGJ3-2-06.pdf。(瀏覽日期：109年9月30日)
2. 蔡晏霖，2011。思索「地方知識」，專題研究：研究東南亞——探索地方知識的多重途徑，亞太研究論壇，54：202-213。臺北市：中央研究院亞太區域研究專題中心。https://hs.nctu.edu.tw/lau7_sul_tiau5_bok8_uploads/1388990823alc08d.pdf。(瀏覽日期：109年9月30日)
3. 趙偉順、張玉山，2011。經驗學習理論在生活科技課程的教學應用 - 以「扭轉乾坤」曲柄玩具單元為例，生活科技教育月刊 44(6)：1-21。http://www.tahrd.ntnu.edu.tw/files/recruit/51_583d7847.pdf(瀏覽日期：109年11月26日)
4. 游博文、何明泉，2019。「臺中陶」策略發展 - 以大臺中地區之現代陶藝文史研究為例，設計學刊 4(1)，國立雲林科技大學設計學研究所。http://ijdsyuntech.edu.tw/sites/default/files/files/「臺中陶」策略發展 - 以大臺中地區之現代陶藝文史調查研究為例.pdf。(瀏覽日期：109年9月30日)
5. McLeod, S. A. (2017, Oct 24). Kolb - learning styles. Retrieved from https://www.simplypsychology.org/learning-kolb.html, https://www.simplypsychology.org/simplypsychology.org-Kolb-LearningStyles.pdf (瀏覽日期：109年11月26日)
6. Alice Kolb & David Kolb, 2018, Eight important things to know about The Experiential Learning Cycle, Australian Educational Leader Vol40 Issue 3. Online Sep. 30, 2020. https://learningfromexperience.com/downloads/research-library/eight-important-things-to-know-about-the-experiential-learning-cycle.pdf (瀏覽日期：109年9月30日)
7. Food and Agriculture Organization of the United Nations, What Is Local Knowledge? Online Sep. 30, 2020. < http://www.fao.org/3/y5610e/y5610e01.htm> (瀏覽日期：109年9月30日)

安達窯

家族兩代陶瓷的發展

陶藝天地
陶瓷業 × 陶藝家專訪

新北市立鶯歌陶瓷博物館 行銷企劃組 / 宋佳晏

初訪位在觀光客稀少的窯場接待空間，手握鑲著青瓷的門把，推開沉重的大門，感受到的是對於陶瓷的重視與對細節的用心。迎接我們的是大女兒孫盈馨小姐，熱心地為我們沖茶，在一個安靜的早晨，只聽到茶水簌簌地沖泡聲，盛裝於汝窯杯子的茶，顯得更為沉靜甘甜，不久孫忠傑先生也來到茶桌旁，接過泡茶的工作，便和孫小姐一起娓娓道來安達窯的故事。



▲ 圖 1 鑲著青瓷的門把顯得更為沉靜

安達窯成立於 1976 年鶯歌鎮，由孫忠傑所創立，「安達」二字取自蒙古語的發音「anta」，意思為「朋友」，象徵「以陶會友」的理念，多年後事業趨於穩定，為了進軍國際市場，開始構思新商品的同時，發現當時很多瓷器繪畫都偏向於中國的名景，而含有臺灣元素的彩繪產品少之又少，於是便起了要將台灣原有的生態展現給國際的念頭，「台灣之美系列」便就此誕生，此系列也是前後任總統出訪友邦所選之伴手禮，實際地將「以陶會友」的理念，實踐到全世界。



▲ 圖 2 蔡英文總統出訪加勒比海邦交國家選擇伴手禮：描金彩繪水滴瓶「台灣黑熊」、「台灣獼猴」致贈友邦

在奠定安達窯「品牌」前，初期以陶瓷佛像外銷為主，初入行時，與朋友合夥佛像代工，甫投入資金，對方卻突然抽身拆夥，就在陷入膠著困境時，適逢中國文革，導致全世界佛像大缺貨，海外買不到佛像的華僑，眼光便看向臺灣，在此機緣下，讓孫先生的事業也稍稍站穩了腳步。

不過榮景只持續七年多，中國政局更迭變遷後，佛像生意不如以往，便轉型製作當時風潮的馬克杯。一名經銷商找上門，每個月提供龐大的訂單向孫先生進貨，期間，經銷商卻屢屢以商品瑕疵為由，要求減價收購，導致賣愈多，虧愈多的狀況，卻也在經銷商嚴格的「折磨」之下，使得產品品質大幅提升，更因此被雀巢公司選中生產一款馬克杯，隨著全球的網絡行銷，訂單需求數量以百萬計，龐大的訂單使得孫先生的事業有了轉機，現在

回首過往，這段經歷風霜的過程，反而成為幫助自己成長的貴人。日後便轉型生產日用陶瓷、外銷馬克杯，多次參展並獲得許多陶瓷相關獎項，逐漸在業界佔有一席之地，孫先生奮鬥的過程，就如從陶土淬鍊成藝品，過程雖漫長，卻扎實地成為那一聲瓷器的脆響。



▲ 圖 3 從陶土淬鍊成藝品，必先經過千度高溫的考驗

在事業轉型後，孫先生想更上層樓，投入青瓷開發。由於堅持使用真正工法：以氧化鐵天然礦物做為發色劑，而非色釉調配混充，才能讓產品呈現出青瓷該有的如玉的溫潤與透澈，但也因天然礦物的不穩定，初期失敗率居高不下，在不斷的失敗中累積經驗，修正技法後，才漸漸提升成功率，穩定出窯，這幾十年的堅持不懈之下，讓安達窯成為了青瓷的代名詞。除了代表的青瓷外，孫先生也堅持承襲宋代五大名窯之釉色：汝、定、哥、官、鈞，宮廷所使用之釉色來為器皿披上外衣，追求如故宮古器物的最高品質，用現代的語彙訴說古今的日月精華，將傳統釉生活化。



▲ 圖 4 細心講述安達窯發展歷程的孫先生

提到釉，孫先生便介紹起各釉色的特點，拿起桌上所使用的茶杯，從藍中帶綠，又微微閃著淡粉色光澤的汝窯到講究技術的未開片官窯，孫先生表示自己喜歡做有挑戰的事，因此比較喜歡做未開片的青瓷，所以在店內的商品幾乎是高品質的保證，相當受日本人青睞。孫先生在實地走訪中國北京及東北方後，發現東北人講究喝茶，對於茶器有一定程度的講究，因此安達窯的產品多外銷於中國北京、東北地區及日本，其中又以日本為大宗。



▲ 圖 5 將茶倒入汝窯杯中

秉持著對於商品講求實用性的理念，店內品項多以茶具為主，對於回家幫忙事業的兒女來說，這些茶具無法引起他們對於生活的共鳴，也許是因為世代差，也許是社會風氣在改變，漸漸地，在兩代之間的溝通下，滿是茶具及器皿的展櫃中，誕生了一隻俏皮的 Little 象。



▲ 圖 6 Little 象，耳環收納品

問起孫小姐對於與弟妹們一起接起父親事業所遇到的瓶頸，她表示所有的事都要從零開始學習。由於孫先生並不會要求小孩一定要走什麼路，或是一定要有接班人來承襲自己的事業，任由四位兒女選擇自己有興趣的科系，卻在冥冥之中，四年所學的都進而實用在經營安達窯上，像是設計方面由大姊孫盈馨及小妹孫筑怡負責，而二姊孫若屏是企管系，則有營運管理方面的基礎，就讀日文系的四弟孫羿帆則跨足日文翻譯的領域，但四位二代接班人終究所學非陶藝相關，必須從最基礎的製作流程開始學習，熟悉陶的特性及塑造技法，進而開始設計商品並走向行銷端。



▲ 圖 7 孫小姐分享心路歷程與靜心聆聽的孫先生

一開始接棒經營父親的事業時，一切重頭學起，從生產到經營再到行銷，一條龍的事業模式，讓二代經營者們吃盡苦頭，所有實務都是第一次接觸，想要利用空檔去上課學習，卻因窯廠和門市大小事繁忙，苦惱要如何做取舍，深思熟慮各利弊後，與其利用半天的時間上課，不如邊做邊從中學習來得更有效率，從結果來看，雖然花了較多心力，卻能兼具基本營運和創新突破。



▲ 圖 8 窯場的一隅排列著整齊的石膏模具



▲ 圖 9 分享從零經驗到掌管經營公司和門市的歷程

在接起家業幾年後，開始思考如何使品牌讓更多人熟知，首先是改變品牌本身的門面：安達窯及商品底部的 logo 用印，全部統整為好辨認的字體，使顧客不會再因篆書字體而讀錯品牌名字。然而這只是重新塑整品牌形象的第一步，四姊弟各司其職之下，帶入不同的思維，碰撞出新的火花，開始於產品中注入年輕元素，將十二生肖納入產品線的新走向，並堅持安達窯的一貫的理念「實用」為設計主軸，孫先生一開始沒辦法接受非茶具的商品，覺得失去陶器應有的使用方向，卻在一次次溝通下，新產品做出了成績，這證明時代和以前不同，是時候需要做出改變，而新開發的 Little 象也應證市場需求是更多元的。年輕客層逐漸被納入考量範圍，因此每年推出的生肖商品，在圓潤討喜的造型下兼具實用性，披上經典的青瓷外衣，巧妙地將古今融於同一時空；在銷售通路方面，也因應社群使用型態的轉變，架設網站做線上商城，以補足來自台灣各地或國外客人無法到店購買的遺憾。



▲ 圖 10/11 收納零錢與鑰匙功能的馬泥 / 手寫客製化繁體字器皿

說起位在鶯歌老街上創始店的起源，其實過程沒有外界猜測的複雜，選擇地點的方式可以說是出人意料之外地神機妙算，就這樣在老街某處開啟了安達窯的一片天地。隨著店內營運穩健，便開始拓展分店，由於客源一半以上是日本客，因此在選擇分店位置時，也是以日本觀光客較多的地方為優先考量，從選店到人力管理，這些對二代孫小姐來說也是一大挑戰，但孫先生放手讓兒女去闖，才使得四位累積經驗，進而內化為長久營運品牌的力量。



▲ 圖 12 孫先生訴說著開分店的經歷

隨著分店數量越多也越發國際化，從原本的無品牌概念到有系統化的整合後，一切就這樣走上軌道，但意料之外的疫情席捲全球，習以為常的生活節奏改變，導致觀光客幾乎為零，以觀光客為主要客源的分店也面臨赤字危機，最終仍要面臨關閉分

店的重大抉擇，正也因為疫情使得經營方式必須轉變，這給了安達窯一個全新的挑戰及轉換經營方式的一個契機，開始思考：為何商品大多受日本人青睞進而購買，而非台灣人？是商品的設計端需要變換，還是要改變行銷方式？孫小姐也說未來計畫能與餐飲產業合作，除了希望能將陶瓷品不拘泥於傳統茶具或是收藏品，而是真正能讓消費者「使用」於日常生活。

日本民藝之父柳宗悅曾說：「物品存在於這世界上都是為了對人類有所助益，因此器物若遠離了用途，就等於失去生命。」工藝的精髓在於「用之美」，唯有透過「使用」，美感得以成為立體的五感體驗，進而滲透於日常。



▲ 圖 13 光照下，如玉般透徹的青瓷

孫先生與我們分享了許多關於他人生的經歷與體悟，有些事就連孫小姐也是第一次聽說，想必孫先生還有很多故事深埋在他心中，等待某個時機讓它從回憶中浮現，也因為親耳聽到孫先生打拚的經歷及孫小姐二代們的努力與對品質的堅持，每當拾起架上商品的同時，著實感受陶瓷品充滿職人的靈魂、陶瓷的弧度與溫潤，以及釉色的透亮與清澈，希望這份對製陶工藝的技術能傳承，對品質的堅持及在地製造的精神能讓更多人發現。



▲ 圖 13 孫忠傑與孫盈馨攜手安達窯走入下一個時代

卓銘順

鶯歌小孩的赤子之心

至今做陶歷程

陶藝天地
陶瓷業 × 陶藝家專訪

新北市立鶯歌陶瓷博物館 行銷企劃組 / 鄭欣琦



▲ 圖 1 陶藝家卓銘順老師 -2020 攝於工作室

2019 年陶博館推出「茶山雲舞」跨域茶具組，碧藍青釉的一壺兩杯，不規則的稜角組成，取自於被群巒山岩環繞的新北地景。與三峽藍染、坪林包種與創齡長者的採茶謠組合為「茶山雲舞」禮盒，是陶藝家卓銘順老師跨域合作首次挑戰將作品量產。

第一眼見到卓銘順的陶藝作品，很容易被充滿想像的形制、充滿手感的表面肌理以及意想不到的實用功能所吸引。仔細研析作品內涵，可以看見卓銘順的成長與創作軌跡。



▲ 圖 2 茶山雲舞 -2019

卓銘順得獎經驗豐富，屢次獲得臺灣陶藝聯盟「臺灣國際金壺獎」，2016 年更得到第六屆金壺獎永久免審查獎之殊榮。得過全國獎項，陶藝影響是全國性的，他成長於鶯歌，受到鶯歌的養分，但不以此為限，仍從更大的環境中汲取經驗創作發展。

鶯歌就是個大型陶藝教室

在鶯歌出生成長的卓銘順，自幼就喜歡雕塑、畫畫，自己隨手畫的作品，還被鄰居伯父拿回去貼在家門口展示，那種被肯定的喜悅，促使心中那顆藝術種子悄悄地萌芽了。

閒暇時經常跟朋友相約，到母親工作的陶瓷工廠拿陶土，不然就是撿人家燒壞丟在門口的陶瓷來

玩；當時為貼補家用，放學後協助母親家庭代工，做修坯、貼花紙等工作，可以說玩樂是陶土、工作也是陶土，童年時期就這樣沐浴在陶瓷藝術裡。

升大學時，巧遇國立藝專成立陶瓷組，因緣際會延續自小與陶土為伍的生活經驗，進入專職培訓的學院之路。

創作之路

就學時，受到美學觀念啟發，建立了創作思考的習慣，1995年畢業後成立陶藝工作室，從每天拉一、兩百個陶坯，累積出做陶基本功。

當時也體會到，大量製作和做一、兩個的狀況是完全不同的，學生時期一個作品東修西修，一個人就看顧這一個作品，一定可以燒成功；工作室大量生產，當你拉完第100個，可能第1個已經過乾了，又比如說窯燒，100個入窯，可能外圍的燒過頭，中間又燒不夠，必須注意的細節相當多。

別人在做陶時，可能直接就做了，但卓銘順會先製圖，偏好用較科學精準的方式，這是與別人很大的不同。

生活影響創作

有別於一般常見圓潤外觀的陶瓷作品，卓銘順的作品稜角分明，使用的是硬陶板成形法。會使用這個技法進行創作，是因為太太工作，必須自己一個人在工作室顧女兒，相對於拉坯，陶板較不會沾手，能夠一邊創作，還能夠一邊照顧女兒。

大部分的藝術家是生活遷就創作，而卓銘順則是創作配合生活，在每件作品上，彷彿還能感受到一個慈父的溫度。

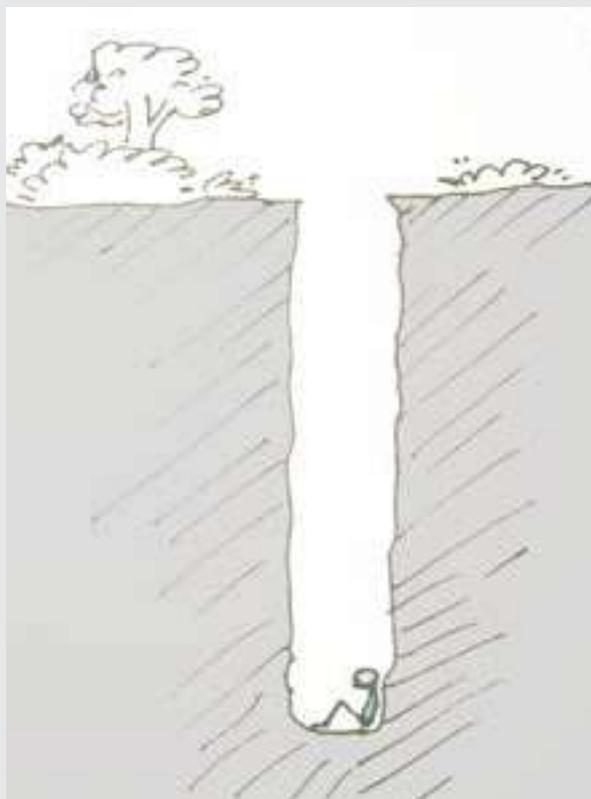


▲ 圖3 卓銘順老師井然有序的工作桌

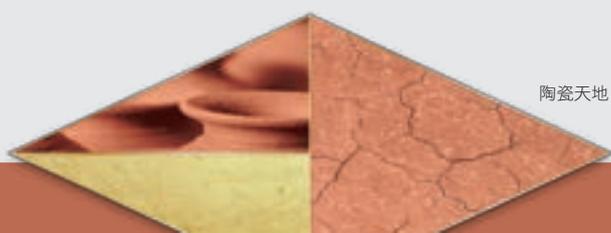
靈感來源

在傳統鶯歌這個製陶重鎮出生，作品卻一點都不傳統，不僅技法少見，作品主題更是少見，強調互動與生態，讓人不免好奇都是如何發想。

「許多人沒有靈感都會去旅行，或說去哪裡找靈感，但靈感不會因此憑空就生出來。」卓銘順認為，靈感來自於大量的手工製作，唯有透過大量創作，才會產出心得，往往靈感就在這時出現。



▲ 圖4 安住黑洞 -2009(卓銘順 繪)





「另外我很喜歡有自我的空間，我在授課第一天，都會放一張黑洞靜坐的圖片給學生看。」自幼個性就較內向，不喜歡人多，常幻想挖一個很深的黑洞，將自己藏起來，當然沒實現過，但從小時候就常常一個人在頂樓靜靜看著噴水池，從白天待到天黑，但那不是單純發著呆，而是自己與自己對話，一種將心靈思緒重組的過程。

開車時的心流，也有同樣效果，雖然車子在移動，但自己卻處在一個自我空間裡，那種感覺近似於打坐，「但真的打坐，心反而會浮亂。」

由於生性內向不喜歡人多，有賴於網路科技發達，讓自己「宅」在家也能夠藉由電腦上網攝取知識。會有人覺得網路上的知識都是零碎的，但對卓銘順來說，網路是無限的，是一個龐大的資料庫，可以藉由每個片段的知識去延伸搜尋，組織出自己系統性的知識寶庫。



▲ 圖 5 刺青花 -2015，一種讓人可以獨處的空間，黑洞靜坐的另一種實踐（卓銘順 提供）



有目標才不會被風浪給左右

「我自己也是新人，來到這個地球也不過五十年。」卓銘順謙虛地說。不過他勉勵後進，廣泛地學習，創作來自於對什麼熱情。人生一定有風浪，只要往前走就一定逆風，沒有目標，容易受風浪影響，要盡早知道自己對什麼感興趣，然而大部分人不知道自己要什麼。

創作與市場的選擇

陶藝本身其實就兼具實用性與藝術，「其實這就像是人際關係，看你是想做自己還是八面玲瓏迎合他人的好人。」這都是個人選擇，卓銘順甚至認為走向兩極，例如非常偏向市場或偏向創作，也是一種平衡，去開創另一片藍海。

卓銘順作品大致可分三階段，由於幼時家裡務農，生活在大自然中，對於自然生態有著特殊的情懷，第一階段的作品常融入田野的元素，甚至在工作室門口就做了一個「生態旅館」卓銘順指著門口的水池說：「那個就是我的實驗場，只要種了一些植物，自然就會有各種昆蟲、動物來訪，不太需要去照顧他，就自然形成一個生態圈。」卓銘順很多的創作靈感就是來自於這 21 年的水池，雖然他很小，但一沙一世界，一花一天堂，只要種一顆花在那邊，從他生命開始發芽，生老病死都在那邊，那個地方就是他的整個宇宙。



▲ 圖 5 卓銘順的生態旅館

第二階段的創作，以互動為主，陶瓷本來就是一種互動的物品，而現在的陶藝品卻都是放在櫥窗展示，這有違陶瓷被創作出來的目的，所以卓銘順做了這一系列互動的作品。而在這一系列之中，我們更看到卓銘順追求的不只是藝術，如生態平衡檢測儀、達爾文輪迴機及尋寶遊戲等作品，更將自己的哲學思想融入作品，藉由最拿手的陶藝來展現自己的世界觀。



▲ 圖6 生態平衡檢測儀 -2009 (卓銘順 提供)



▲ 圖7 達爾文輪迴機 2009(卓銘順 提供)



▲ 圖8 尋寶遊戲 -2014(卓銘順 提供)

在第三個階段，稱為「在生物時代之後」，這階段可以說是結合了生物及互動兩個時期，作品中看到了長著像昆蟲腳的壺，或者直接將自己的手嵌入壺中，這種奇幻風格，徹底顛覆人們千年來對於執壺方式的想像。這個階段，卓銘順對於未來生命型態，提出了一個新的思考方向，究竟生物與器物的界線在哪。



▲ 圖9 馴風系列 -2018 (卓銘順 提供)

未來規劃

在中短期，卓銘順想要做出真正有生命特質的作品。如手機，沒電時就像人肚子餓需要進食充電，每天都要細心照顧它，用太久過熱也需要休息，各方面看手機，都有生命特質，而我們人類也漸漸離不開手機，已經是一個共生的樣態。

在長期目標，除了物質以外，想瞭解宇宙萬物，背後是如何運作的。「想瞭解一切所為何來，並用創作的過程來思考，作品則是實踐。」卓銘順說。

卓銘順作品層次相當豐富，從表層看到的是技術，中層看到了藝術及創意，而最深層則是老師從生命歷練產生出的哲學思想。希望將來在陶藝的舞臺上，能很快看到老師藉由作品來實踐自己的理想。

防疫服務的博物館



新北市立鶯歌陶瓷博物館 營運行政組 / 郭志弘

2020年初，新冠肺炎（COVID-19）疫情迅速蔓延全球，面對這場世紀公衛危機，新北市立鶯歌陶瓷博物館（以下稱陶博館）持續配合中央流行疫情指揮中心及新北市政府即時公布之防疫資訊，並積極研擬對策，自3月5日起，制定公告「因應新型冠狀病毒整備及應變計畫」，滾動調整相關防疫措施，以期妥善因應疫情，為守護民眾生命安全善盡心力。

上緊發條、面面俱到，陶博館防疫不缺席

在館舍場域服務方面，陶博館自計畫公告日起實施單一入口管制作業，由館方服務人員引導民眾自大門入口進出；後續亦配合流程與空間規劃，進行「實名制」登記措施，並於登記表單檢附精要說明內容及雙語服務，方便民眾依循，確保人流掌握無虞。

防疫期間，陶博館仍維持藏品展示活動如期進行，民眾進館參觀時，須配合防疫政策量測額溫，並建議佩戴口罩，額溫超過37.5度者禁止入內，並由館方柔性勸導民眾先行返家休養、儘速就醫，





或協助撥打免付費防疫專線 1922（或 0800-001922）進行通報，倘若民眾已依規定完成購票程序，館方將協助其辦理全額退票。

同時，館方精心規劃合宜之觀展動線，並訂定同一時段、同一空間容留人數，讓參與者相互距離保持 1 公尺以上，亦確實執行每場次活動前後清潔消毒、電梯按鍵面板加貼膠膜、裝設酒精消毒設備、劃設四宮格等社交安全距離措施。在演講廳座位安排方面，則規定應採取間隔或保持適當距離，並妥善規劃進、散場動線及人流。

陶博館館舍場地租借之開放時間、區域、方式等，則依實際需要個別考量因應，其中館方辦理之各項開幕、茶會等群聚活動，屬自辦者將統一取消辦理，倘為民間辦理者，則建議活動單位先行取消。此外，陶博館要求全體員工及來賓於停留大會議室、行政大樓 3 樓會議室、資料中心、國際演講廳、兒童體驗室、陶藝研習室或國際駐村中心等密閉空間，皆應全程佩戴口罩，若票務或保全人員巡視時發現違規情形，將即時進行柔性勸導，讓防疫工作滴水不漏。

疫情升溫，陶博館防疫措施再升級

因應國際疫情日趨嚴峻，境外移入個案逐步攀升，陶博館自 3 月 20 日起對外暫停開放兩個星期（3 月 20 日至 4 月 2 日），並於官網首頁最新訊息及各入口、售票亭張貼暫停開放公告，暫停開放場域以室內封閉型場館為主，館舍戶外園區可供民眾休憩之處，仍照常開放。



此外，為防堵疫情破口，確保民眾安全，經館方評估疫情後續發展，再度發布 3 次暫停開放公告，除第 1 次發布期間為 3 月 20 日至 4 月 2 日以外，分別為 4 月 3 日至 4 月 16 日（第 2 次）、4 月 17 日至 4 月 23 日（第 3 次）、4 月 24 日至 5 月 3 日（第 4 次），在這 1 個多月的休館期間，館方營運腳步並未因此停歇，除了全面加強清潔消毒之外，並持續進行典藏維護及館舍修繕，為後續疫情解封儲備更豐沛的營運能量。

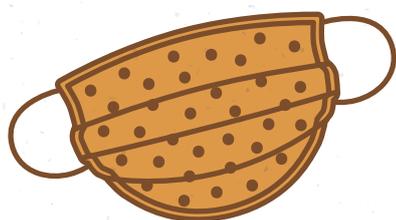
國內疫情趨緩，陶博館分階段實施對外開放

陶博館在國內疫情逐步緩解之際，即儘速研擬館舍開放對策，以期兼顧推廣陶瓷藝術教育及民眾參與文化藝術休憩活動需求的社會責任。對此，陶博館除持續落實戴口罩、量額溫等防疫宣導措施，並於戶外園區公告，要求參觀民眾配合遵守保持 1 公尺以上社交距離，或全程佩戴口罩；室內空間公告宣導配合遵守保持 1.5 公尺以上社交距離，或全程佩戴口罩。

在用餐安全距離方面，陶博館調降民眾用餐區餐桌座椅數量，以拉開適當間距，針對無隔屏餐桌之座位採「梅花座」方式，並張貼宣導標示，提醒用餐民眾確保安全距離、用餐請減少面對面近距離近交談，維護自己與其他用餐親友的健康安全。

售票處、入口處、服務臺等民眾高度群聚地點，規劃排隊等候動線、地面「腳印地貼」等防疫設施，服務人員亦將運用機動手持宣導手牌，柔性勸導民眾保持距離；電梯內則劃設「四宮格」，並張貼「搭乘電梯，請勿交談」宣導標示；公共空間休息區座椅劃設社交安全距離並張貼宣導標示，避免民眾近距離接觸，增加感染疑慮。





至於陶博館國際演講廳、陶藝舞臺等封閉型空間，防疫開館期間仍維持暫停開放，「影片欣賞」活動同步暫停；考量小朋友身體免疫功能較弱，避免遊憩區近距離接觸衍生交叉感染風險，小陶窩室內兒童遊憩區亦暫停開放。陶博館嗣後評估疫情走向，於5月26日起開放陶藝舞臺、6月2日起開放戲水區與小陶窩等場域，完成下一階段解除管制作為。同時，館方亦同步加強檢視相關防疫公告、宣導標示等措施，入館參觀民眾漸多，如發現民眾於館內參觀時有拿下口罩等情形，展場服務人員將即時委婉勸導，兼顧民眾遊覽品質與防疫安全，盼持續提升民眾參觀服務，並加強相關防疫措施，提供民眾安全舒適的文化藝術場域。

陶博館在防疫工作上始終堅守崗位，嚴肅面對這場突如其來的跨國境公衛危機，務必確保民眾安全無虞，並期持續發揮藝文場館教育推廣與典藏展示的積極功能。因應後疫情時代拉開序幕，陶博館也將深切記取疫情經驗，讓館舍營運得以突破嚴峻考驗，逐步成長精進。



TAIWAN CERAMICS BIENNALE

2020 臺灣國際陶藝雙年展

新北市立鶯歌陶瓷博物館 典藏展示組 / 林佳蓉

開啟臺灣陶藝邁向國際交流的新頁

陶瓷藝術，既能呈現人類無所羈絆的創造力，也是反映世界潮流與時事趨勢的創作媒材之一；國際競賽則可作為推動國際交流、聚焦臺灣且靈活的操作策略。兩者結合不僅僅是期盼透過一定水準的展覽作為陶藝推廣的重要活動，也希望獲得一般觀眾肯定之外，更吸引更多專業族群的參與，進一步獲得業界的口碑。新北市立鶯歌陶瓷博物館自 2000 年成立開館以來，即積極將臺灣陶瓷文化推上國際舞臺，激發社會大眾對陶瓷文化的興趣與關懷，提升臺灣陶瓷產業及地方形象，鼓勵現代陶藝創作。陶博館在 2003 年行政院文化建設委員會指導與支持下，於 2004 年籌辦了第 1 屆「臺灣國際陶藝雙年展」，作為臺灣陶藝文化的重要國際窗口之一。

「臺灣國際陶藝雙年展」試圖跳脫制式競賽框架，突顯自身特色與開創性，透過作品競賽、教育推廣（國際研討會、工作營）、宣傳行銷（藝術評論）及國際評審團 4 大主軸作串聯，並不斷實驗各種可能性：2004 年開辦，2008 年承辦第 2 屆，2010 年開始提出策展競賽與作品競賽交替舉辦，2012 年作品競賽推出得獎駐村計畫，2014 年跨界應用主題引領當代陶藝發展趨勢，2016 年提供雙首、金獎個展及駐村計畫，2018 年首次邀請國內陶藝家擔任策展人……。雙年展鼓勵國內現代陶藝創作與研究發展，提供國際陶藝的交流觀摩機會，此在國內引起廣大討論與迴響，也提升臺灣當代陶藝在國際的能見度，引起國際陶藝界的關注，

更成功地將臺灣納入亞洲乃至全球當代陶藝的網絡，與義大利法恩札國際陶藝雙年展 (1932)、日本美濃國際陶藝三年展 (1986) 及韓國京畿道國際陶瓷雙年展 (2001) 並列全球四大陶藝國際競賽展。

2020 年，雙年展正式邁向第 8 屆，以競賽展方式輪替辦理，除了導入活化自我和體制的策展方式外，創作競賽展也是媒合在地與國際，連結創作發表並充實國際收藏的有效模式。臺灣文化的純真原質以及其它文化的形貌，期盼藉由臺灣國際陶藝雙年展有了展現陶塑鍛燒與成體的可能。

2004



47 國 692 位參賽、
27 國 125 件作品展出
世界最高 130 萬元首獎獎金

2008



58 國 684 位參賽、
24 國 114 件作品展出

2010



17 國 43 位藝術家參展、
102 件作品展出
世界首創策展競賽陶藝雙年展

2012



54 國 651 位參賽、
27 國 111 件作品展出
首獎個展補助、銀獎以上駐村

2014



21 國 58 位藝術家參展、
73 組件作品
結合當代科技與陶藝設計趨勢

2016



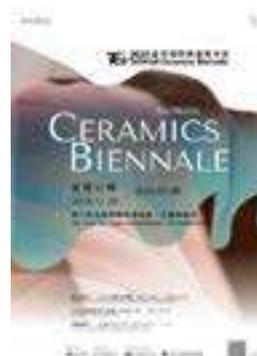
48 國 369 位參賽、
29 國 119 件作品展出
雙首、金獎個展補助

2018



10 國 43 位藝術家參展、
85 組作品
首次邀請國人擔任策展

2020



58 國 605 位 / 732 件作品參賽、
28 國 109 件作品展出
創歷年來最高參賽件數紀錄

評審之外，在理性與感性間尋求最大公約數

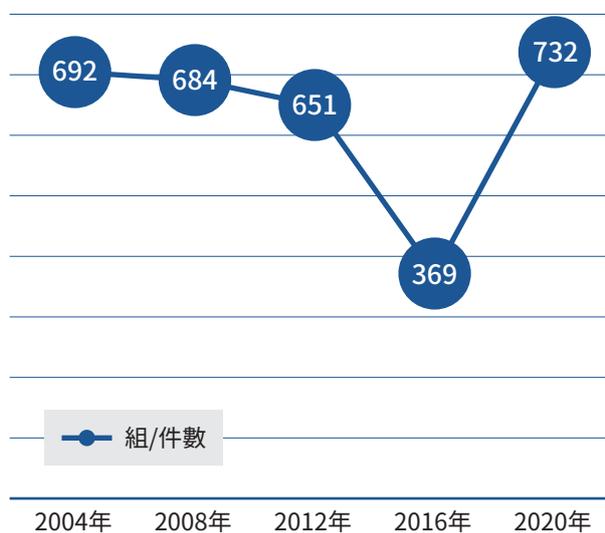
陶瓷博物館於 2004 年首辦了臺灣國際陶藝雙年展，透過國際作品徵件與策展邀請比件，舉辦至今 2020 年正式邁向第 8 屆。本屆針對國內外當代陶瓷藝術創作者提供展示平臺，採作品競賽展方式辦理，徵求全球陶藝工作者報名參加。經過 1 年多國際宣傳，於 2019 年 5 月完成徵件，共有來自全球五大洲、58 個國家、732 件作品參賽，件數為自 2004 年開辦 16 年來最多，共同角逐獎金 100 萬元首獎。

本屆邀請來自英國、法國、日本、印尼及臺灣國內外資深陶藝家、陶藝教授、策展人及藝文機構共 7 人組成國際評審團：高雄市立美術館李玉玲館長、法國瓦洛里馬涅利陶瓷博物館榮譽策展顧問 Sandra Benadretti-Pellard 女士、國立歷史博物館廖新田館長、國立臺南藝術大學張清淵教授、日本滋賀縣陶藝之森美術館松井利夫館長、英國皇家藝術學院陶瓷與玻璃系 Martin Smith 榮譽教授及印尼雅加達陶藝雙年展策展人 Arief Yudi 先生等 7 位專業人士進行初、決選兩階段評選出得獎作品（首、金、銀、銅獎各 1 件、優選 9 件及評審推薦獎 7 件）及入選作品，於陶博館 3 樓特展室自 2020 年 11 月 20 日至 2021 年 5 月 9 日盛大展出。

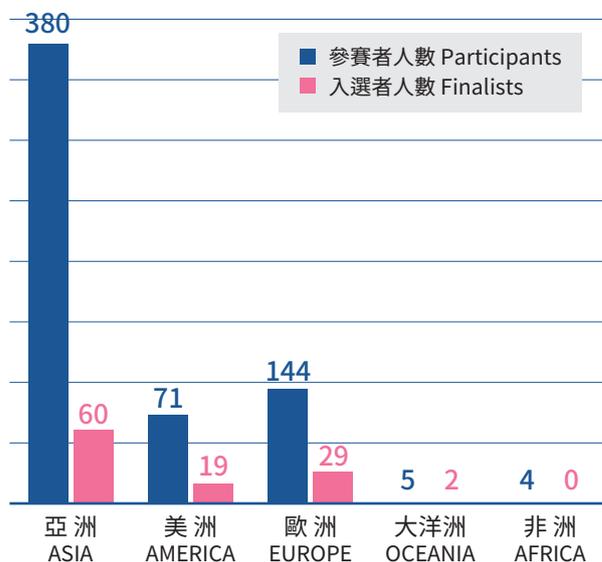
本屆雙年展受邀的 7 位評審委員，除了是國際知名的陶藝創作及教授學者，同時也包含博物館專業以及當代藝術領域的專家，顯見陶博館不僅於尋求國際連結、匯聚陶藝專業資源，更企圖擴張對當代陶藝創作的研究及論述面向。國際雙年展的審核評選對於國際評審團而言，是個極具挑戰且責任重大的任務。初審階段來自全球各地 732 件作品一次呈現於評審委員們眼前，必須面對龐大的資訊量與

時程的限縮性，反覆咀嚼與消化；決審階段則須面臨各支持者數輪回合的陳述與辯護，對於評審委員及工作團隊其眼力、腦力、心力都是十足的煎熬與考驗。在評審過程中，絕大多數情況下，評審團之間皆能達成共識，評審委員們也毫無保留地提供了其專業知識面的想法。

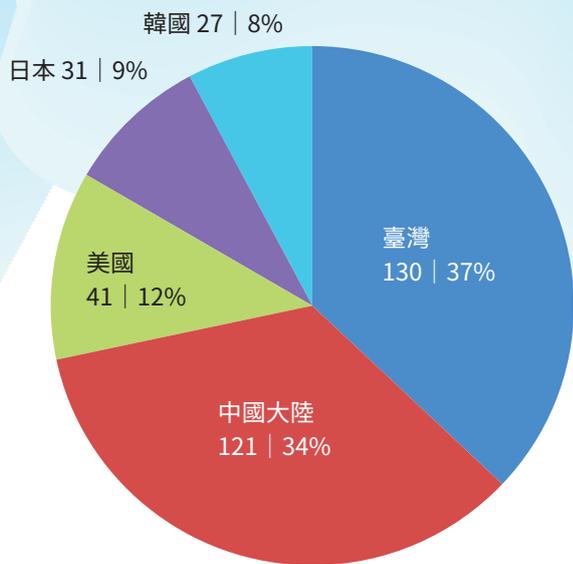
創作技巧向來是欣賞作品的重要指標之一，反映出作者的創造力和美學理念，以及精湛技巧與對媒材的熟稔；評審委員們也認同陶藝的悠久歷史和傳統不應受到束縛，而是不斷發展演進，延續其在 21 世紀全球化文化中的意義。有評審委員認為本屆許多作品主題依然圍繞在器皿，還有人體和各種自然界衍生的形式，但無可避免地，許多作品因仰賴無庸置疑的陳腔濫調和簡單口號而略遜一籌，同時很少作品考慮到實用機能的問題或與陶瓷產業作連結。評審委員亦指出陶藝創作比起其他傳統藝術領域，對於技術嫻熟度的要求更高，導致跨領域的困難度；但另一方面，卻又不希望因為長年自我鍛造所累積的技法、知識成為一種過於成熟的創作風格，導致囿於陶藝自我指涉的範疇中，許多作品因此陷入工業成品或藝術作品的爭論漩渦之中。



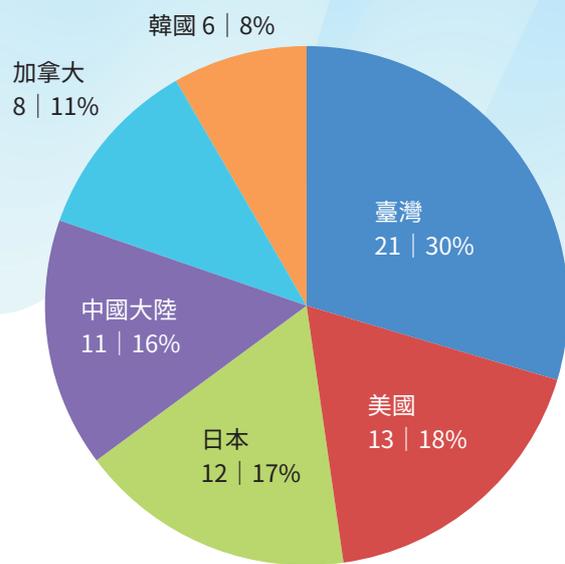
▲ 圖 2 歷屆臺灣國際陶藝雙年展（競賽類）參賽作品件數統計：本屆共計 58 國、732 件作品參賽，件數為自 2004 年開辦 16 年來最多。



▲ 圖 3 亞洲（380 人）為參賽者人數最多的洲別，歐洲（144 人）次之，美洲（71 人）第三。初步階段統計入選者總計 110 人，亞洲入選者占總人數之 54.55%；其次為歐洲入選者占總人數之 26.36%；第三為美洲入選者占總人數之 17.27%。



▲ 圖 4 其中參賽人數最多的前五國依序為臺灣(130人)、中國大陸(121人)、美國(41人)、日本(31人)、韓國(27人)。



▲ 圖 5 依據入選者人數統計顯示，臺灣(21人)、美國(13人)、日本(12人)、中國大陸(11人)、加拿大(8人)、韓國(6人)等六國的入選者人數最多。

創作進程，不斷推進的藝術文明路徑

當代陶藝中，藝術家的處理手法技巧必然是創作的關鍵要素之一，然而其外顯的材質與技法所萌生的美感及概念，亦使作品發揮文明與自然共存的理想狀態。陶藝最初被人們視為一種媒介，爾後進入文明，突破地緣，從一文明進入另一文明，更迭交替，也更新了人類的行為。如此的移轉路徑不僅推廣了陶瓷的美與功能，更是影響了人際關係的模式、地緣政治與文化，作品隱晦地傾訴其出身、文化背景及生活氛圍。

陶藝創作的材質探索與實驗，對筆者而言不全是「從陶出發的陶瓷工藝」及「以陶為媒材的概念創作」兩種型態做二分法區分。我們可從「藝術是人類社會必然產物」觀點，以及「陶土為切身藝術之特性」來賞析，更能使觀者產生美學經驗。熟練的精深技法是陶藝創作過程最注重的基底，然而泥土回歸於人本，事實上萬般皆與日常體驗、省悟及感觸相互牽動著，滋養著藝術家/創作者的創造

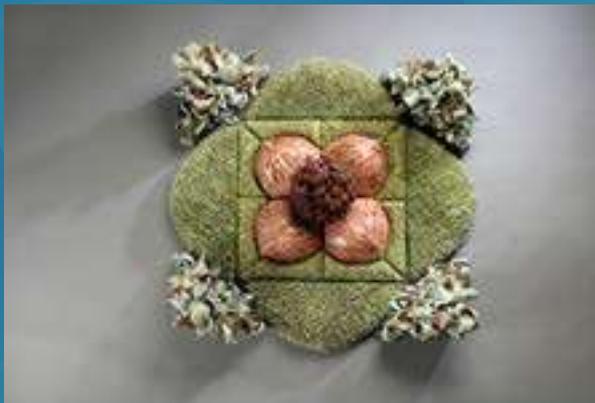
力。陶藝創作亦隨著世界不斷滾動的步伐前進，呼應著時代的脈絡，反映於國際陶藝競賽。

本屆臺灣國際陶藝雙年展有著來自全球五大洲精煉的當代陶藝創作，我們看見世界各地的陶藝家們極力地挺身而出，從各式各樣的陶土原料、釉藥及燒成中，利用自身熟稔的技術，取材於各地並精確地寫實刻畫、反映社會現實，留下與泥土交流的手感痕跡，融合了新的美學與世界觀，拓展了傳統界線與限制，向我們傳遞了許多對這瞬息萬變的世界所產生的問題迴響。

本次展覽將 104 位藝術家所獻 109 件多采多姿的陶藝精品，依其技法、形制與概念歸納四類主題「物象的美學與哲思」、「陶藝的造形表現」、「技術與材質極限」、「傳統與創新的藝術表現」項目；其內容所投射出的敘事主題，兼具技術性、實驗性、概念性、傳統經典與紀實性，提供給觀者一個多元辯證的空間。

物象的美學與哲思

大自然的幾何現象與力量抵抗逆境、脆弱的人類與動植物生態因環境型態改變進而演化自身，這些意境與竄動可從作品中強烈感受到，以及藝術家對生命的執著、奮力與擁護，以自身探索自然與文化(文明)連結之間的平衡性，涵蓋社會、生態及生命力來賦予作品力量與訴求。Susan Beiner〈盛菊花〉談的是人類與動植物所居住的脆弱生態系統瀕臨瓦解，但仍存著一絲希望，以及所帶來的力量，以及對生命的熱情。Javaria Ahmad 的〈一點一滴，日復一日〉，技術上結合了陶瓷和紗線，以一層一層的陶土隱喻巴基斯坦女性生活所處的氛圍及當地的政治和文化位階，因社會給予壓力造就一輩子的順從與積累的毅力，單純的縫線與簡單勾勒畫面亦引人省思。



▲ 圖 6 首獎 · Susan Beiner (美國) · 〈盛菊花〉——
「利用中國古畫中的菊花描繪大自然的幾何現象與力量，象徵能夠抵抗任何逆境的美德。」



▲ 圖 7 入選 · Javaria Ahmad (巴基斯坦) · 〈一點一滴，日復一日〉——
「層層的陶土代表婦女的順從與經由艱苦逐漸累積的毅力，膚色代表婦女的正直，紅色縫線代表婦女因一輩子奮鬥而成就的堅忍。」



▲ 圖 8 金獎 · 加藤直樹 (日本) · 〈NWC 1904〉——
「陶瓷品是脆弱的，也是它美麗的原因。」



▲ 圖 9 評審推薦獎 · Anne Türn (愛沙尼亞) · 〈二〉——
「創作是在談自然和生命的脆弱，還有它們的力量，如雨落在波濤洶湧的海上。」

陶藝的造形表現

創作者花了很長時間將釉料調和、運用新舊技術創作，如拉坯、手捏技法，精準地將實心厚實的土塊向外延展、塑形、排列，有似容器的細緻架構、抽象的美學線條抑或是嚴謹的排序，勾勒出不間斷的延續性與直覺的協調性，時而展現陶瓷輕盈質感與脆弱性，時而展現陶瓷的穩重與簡樸。加藤直樹的〈NWC1904〉，好像長久凝視都有可能摧毀它，其意有所指的骨遺骸架構，引人入勝，此作品運用泥漿浸泡的細線，編織成精緻的小容器，來探索自然世界的幾何。Anne Türn 的〈二〉精緻且雋永的作品風格，混和了玻璃與釉藥，似脆弱又流動的流線線條給人優雅與輕巧的感覺，亦將時間停留在注目的那一刻，充滿浪漫元素。

技術與材質極限

對於泥土材料的原生力，藝術家使之自由生長、任意發揮，部分也試著捕捉與創新獨特的視覺語言，體現材質與感官的極限，巨大量體與輕盈質感，堅硬又易碎，形成鮮明的對比。陶土在經過高溫燒製後，剩下灰燼、烙印，立體與平面的形式轉移、組合，形態表現的可控性與偶然性，成為陶瓷的獨創語言，成果亦頗富趣味。Brad Taylor〈壓實的物質〉是名副其實的物如其名——材料經過捲繞和壓實，見證一場藝術家與媒材之間的強度測試，藝術家成功滾動、綑綁、吊掛這柔軟、會滑動又濕軟的質材；仔細近觀，微小的細節細膩地記述手勢與輕撫的故事，遊走於對立和矛盾之間，增添作品的力量與奧妙。來自荷蘭 Cecil Kemperink 的作品〈想像〉，它不僅打破了傳統雕塑與臺座共構的認識框架，使陶成為一種可以連結視覺、聽覺、觸覺等各式感官經驗的媒介，甚至成為一件連結過程、時間、動力的表演作品，觀賞本作品時要聆聽、感覺，盡情地享受體驗作品移動時的效果。



▲ 圖 10 銀獎 · Brad Taylor (美國) · 〈壓實的物質〉——
「我測試物質並選擇最擅於表達的透明白。我利用材料的抗拒，挑戰我的力量，將彼此推到極限。」



▲ 圖 11 評審推薦獎 · Cecil Kemperink (荷蘭) · 〈想像〉——
「作品的移動會啟動形體、空間、聲音與感覺不斷地變化，靠著環環相扣建構起連結。」(作者供圖)

傳統與創新的藝術表現

任何藝術形式的發展探討，都無法脫離對傳統與創新的辯證研究。有藝術家的作品不僅繼承了傳統陶瓷技藝，而且融入了現代藝術的精華。作品看似簡練靜謐的外形，而顯然展示出對材料的高度掌握，賦予陶瓷當代性。如姜少清的〈青白餘談〉一對以青釉覆蓋的白瓷圓柱大碗，看似簡練，實則不然；這項作品顯然展現出藝術家對材料完全的掌握，以及對瓷器和青瓷釉傳統的深厚認識與欣賞，透過作品賦予當代的共鳴。Julie & Jesse〈卸下衣裳〉以材料為主要展現，表現釉藥所有的轉換特質，捕捉了釉藥在窯燒時移動與擺盪的片刻而成為設計上的特點，而不僅僅是表面的裝飾與印記，將具功能性的陶瓷器皿變成具精神性的工藝品。



▲ 圖 12 銅獎 · 姜少清（中國大陸）· 〈青白餘談〉——
「在簡潔的器物表面，利用青釉的色調，以現代的方式和審美，重新呈現了青釉的濃淡效果……。」（作者供圖）

▲ 圖 13 優選 · Julie & Jesse（瑞士 / 美國）· 〈卸下衣裳〉——
「我們探索釉如何。它也探索釉與陶瓷器皿本身緊密且合為一體的關係，也將陶瓷器皿比喻為人體，釉之於器皿，就如同衣服之於人體。」





走訪三鶯，與藝術不期而遇

為能強化藝術產業能量、國際賽事之交流實務與在地藝術文化資產、工藝保存之延續、應用及拓展，我們於 2020 臺灣國際陶藝雙年展舉辦同時，規劃在地鄰近地區相關當代陶瓷、藝術主題之平行展覽，期盼藉此推展藝術陶瓷、傳統陶瓷及生活陶瓷的創意能量，體現臺灣陶瓷文化之全面展現、激發社會大眾對陶瓷文化的興趣與關懷，也透過地方形象推展現代陶瓷藝術創作，與此同時更促進國際交流，提升地方國際能見度。

「陶蘊風華——回溯市拿 50 年」 2020.10.9 — 11.29

「陶蘊風華——回溯市拿 50 年」企畫展從市拿之始到由市拿彩繪師獨立發展後的作品，展現鶯歌陶瓷彩繪一脈相承與活力創新。市拿陶藝有限公司於 1972 年創立，是鶯歌第一家專攻藝術陶瓷的公司。引進精緻陶瓷彩繪技術與結合乾淨能源窯爐，為鶯歌陶瓷產業另創高峰。

「藝遊三鶯——2020 陶藝衛星展」 2020.10.9 — 2021.5.9

邀請了 12 間鶯歌與三峽地區獨具特色的藝文展館，規劃「窯鄉·鶯歌」及「染鄉·三峽」兩條文化路徑；在「窯鄉·鶯歌」中，可以聆聽窯業的精采故事，發掘各式風格的陶瓷小店，在「染鄉·三峽」中，將會發現豐富的自然環境，並與歷史文化的美麗樣貌不期而遇。透過衛星展地圖的設計與指引下，一同走入三鶯社區，以藝術作為認識鶯歌與三峽的方式，欣賞陶瓷藝術的美學；並探索巷弄小徑中的獨特魅力。

「2020 國際咖啡杯大賽」 2020.11.20 — 2021.01.10

為了拓展、挖掘實用陶藝不同的可能性，也讓不同的族群、使用者接觸、體會陶瓷器皿的迷人之處，本館同時舉辦臺灣首度的「2020 國際咖啡杯大賽」。本次競賽聚焦在「咖啡杯」上，咖啡是大部分現代人生活中不可或缺的飲品，不只唾手可得，也能夠提振精神，在喝咖啡的同時，希望提升現代人的生活美學，找到適合個人飲咖啡之習慣的咖啡杯。

溯源



新北市立鶯歌陶瓷博物館 營運行政組 / 葉亭秀

誕生

鶯歌累積 200 多年的製陶歷史，產業與觀光是鶯歌發展的雙主軸。鶯歌陶瓷博物館自民國 77 年倡議興建，歷經 10 餘年籌建工程，89 年 11 月 26 日正式開館啟用，成就了第一座陶瓷為主題的專業博物館。



使命

陶博館因地方而生，建館之初，我們即被賦予「充實地方產業、結合陶瓷文化教育」的使命。自開館以來，以「地方發展、全球布局」為目標，致力於展現臺灣陶瓷文化，激發社會大眾對陶瓷文化的興趣與關懷，提升鶯歌陶瓷產業及地方形象，推展現代陶藝創作，促進國際交流；更積極參與臺灣陶瓷文化之調查、收藏、保存與維護工作，提供研究、典藏、展示及教育推廣、休閒娛樂等功能。

開館前期（89－96年），以「國際視野、專業現代」為整體經營策略，是考量開館初期的首要任務為形塑本館專業形象及定位，89年首辦鶯歌國際陶瓷嘉年華，展開鶯歌文化觀光及陶瓷老街建設，並且連續7年入選為交通部觀光局「十二項地方大型節慶活動」之一；93年舉辦第一屆臺灣國際雙年展，首屆即吸引47國692名藝術家參與，透過「國際競賽」建立本館與臺灣陶瓷的知名度，奠定良好陶瓷專業博物館形象。



中期（97-103年）以「地方合作、策略結盟、國際交流」為策略，強化與地方友好合作關係並累積國際陶瓷實力。與地方產業齊力打造鶯歌燒品牌形象，整合行銷鶯歌優質陶瓷商品；另建置臺灣首座陶瓷藝術園區，以土、水、火、風製陶所需的自然元素，規劃陶瓷地景藝術廣場，呈現鶯歌陶瓷造鎮的歷史及陶瓷文化體驗；2010臺灣國際雙年展開始推出策展人競賽與作品競賽交替辦理，不單引領當代陶藝發展趨勢，雙年展也提升臺灣當代陶藝在國際的能見度，列名全球4大陶藝國際競賽展。101年推出作品競賽得獎駐村計畫。

現階段（104-109年）以「深耕在地、放眼國際」為目標，制定友善性、創新性、專業化及國際化為發展方向。改善設施，讓藝文參與無障礙；服務個別化，滿足多元族群不同需求；因應數位化時代來臨，建置數位博物館，將博物館研究、典藏、展示、教育功能，以更有效率、更生動的方式呈現；並跨域合作辦理展覽與活動，擴大博物館服務。積極參與國際性陶藝組織及活動，藉由國際研討會及展覽，提升臺灣陶藝的國際形象，塑造鶯歌為國際級重要陶都。此外更進一步與世界各地組織進行「藝術家交換計畫」，與國際陶瓷機構連結，把國際藝術家帶入臺灣，並將臺灣陶瓷藝術家推向國際舞臺。



成長

落實文化平權，有愛無礙

隨著社會大眾的需求及博物館界對自身定位的重新探討，以人為主的觀念取代傳統以物為主的思惟。透過友善平權的推動，博物館在促進邊緣與弱勢團體的文化參與權上，扮演積極的角色。

改善設施，讓藝文參與無障礙

為打造更友善的服務場域，擬定計畫逐年改善原有建築硬體設計的缺點，採取通用設計原則，改建館舍內設施，提升身心障礙者及年長者使用的可近性及便利性，加強親子觀眾使用的滿意度。

服務個別化，滿足多元族群不同需求

常設展區建置「手感陶—陶藝觸覺感知區」，展出可觸摸的作品，輔以點字說明牌，提供視障者觸覺觀展的經驗，同時拍攝 21 部「手語導覽影片」，提高聽障朋友觀展之便利性及滿意度。

為使不同群體的觀眾都能親近博物館資源，持續推出多元的藝文活動與計畫，提供不同族群藝文參與的機會。例如運用「行動博物館」的概念，將常設展內容，設計成可攜帶的單元展覽模組，推出「土的魔法箱」、「阿嬤的灶腳」、「時光列車鶯歌號」、「阿公的茶桌」及、「科學小陶車」5 個行動博物館模組，使藝文推廣深入社區、偏鄉或原住民學校等地方，106 年推出至今已辦理 134 場，服務 35,604 人次。



針對失智症長者及照顧者，推動「陶博時光機」計畫，邀請長者來館參與導覽及陶藝 DIY 體驗活動，或是以行動博物館「阿嬤的灶腳」提供外展服務，並協同衛生局合作辦理「樂活健腦巴士巡迴服務」、「復能小旅行」。106 年至今已辦理 48 場，共服務 1,261 名長者。另有每周二進行「樂齡砌陶趣」一日遊活動，讓長者體驗做陶樂趣，暢遊北部各地私房景點。103 年至今已辦理 146 場，服務超過 2,818 人。



針對自閉症患者、發展遲緩兒及其他身心障礙者，辦理「早安博物館」活動，每月第一個星期五提早 1 小時開館，提供單純、寧靜的藝術參與空間，推出以來深受學校特教班及身心障礙者服務團體的喜愛，106 年 9 月開放，已辦理 51 場，共服務 1,269 人次。

為鼓勵心智障礙者開發藝術潛能，偕同中華民國智障者家長總會合作策劃「人間—原生藝術創作展」，並與伊甸基金會合作，推動「身心障礙者職前準備服務計畫」，提供身心障礙者多元職業探索的機會。

數位藝術教育，知識無遠弗屆

因應數位化時代來臨，階段性改善各項設施並引進數位化展示方式，訂定「展覽數位化、典藏數位化、教育數位化、行銷與服務數位化」五大目標，推動博物館數位化。

展覽數位化

開放 19 檔線上展覽、拍攝製作常設展與特展之環景影像，並提供 720 度旋轉瀏覽、影音與文字說明標籤、VR 虛擬實境觀看功能、增設 11 處數位化互動展示設備。特展規劃設置數位互動，包括 AR 擴增實境、互動投影、臉部捕捉技術、結合 3D 列印、數位拉坯、運用紅外線感測與音響技術，展示陶瓷與數位科技結合的趨勢。



典藏數位化

建置 RFID 無線射頻標籤系統，透過 PDA 手持機加速本館 3417 件藏品查找效率，達到管理數位化；完成 3,085 件藏品影像數位化並開放線上數位查詢，拍攝 231 件藏品 360 度環物影像及 10 件 720 度影像於數位典藏網展示。並於 106 年加入文化部典藏共構系統，達到資源共享。

教育數位化

陶瓷學院提供線上預約導覽及課程報名服務。將陶瓷學院課程內容製作成數位影像，透過 Youtube 影音網站平臺上傳接近 200 部影片，供民眾自行學習，頻道訂閱逾 5445 人次，觀看次數將近 70 萬次。引進 Beacon 藍芽技術，民眾透過行動裝置即可體驗數位互動導覽服務。並加入 Zenbo 機器人，配合行動博物館或早安博物館等活動出勤，輔助導覽員於展場解說導覽。





行銷與服務數位化

改善網站連線品質、提升無線網路速度。引進互動式數位看板，提供互動拍照、影片播放、數位環景、展覽資訊、活動資訊等服務，並配合特展、活動與節慶製作多款互動拍照相框與貼圖及播放宣傳影片。

積極經營新社群網路，累積 7 萬 2,312 人粉絲數。另架設推動「鶯歌燒品牌計畫」專屬網站，提供認證業者通訊方式及銷售據點等服務，開辦「鶯陶卡」服務，建置網站及虛擬會員卡功能，106 年起配合轉型為「鶯歌文化觀光」網站，瀏覽人次有 314,668 人。

為方便民眾線上選購鶯歌優質陶瓷商品，整合 200 家合作商店文化商品之網路購物商城，民眾可直接於網路瀏覽、選購實體商店的商品，選貨、訂購、付款一次完成，並提供宅配服務。又將文創商品行銷全球，成為全臺首間進駐亞洲最大文創平臺 Pinkoi 的公立博物館，搶攻全球訂單，在文化創意產業的推動上不遺餘力。



深耕在地，共創榮景

鶯歌陶瓷博物館因陶瓷特色產業應運而生，扮演凝聚鶯歌老街產業歷史與集體記憶，傳承鶯歌陶瓷文化的生命力。希望在朝向專業化與國際化發展的同時，也能強化在地連結，提升價值，共創榮景。

社區總體營造強調整合「人、文、地、景、產」等五大面向。「人」重視社區居民生活福祉之創造，95 年開始陶博館與在地學校合作，提供場地作為畢業展及師徒制成果展的發表場地，傳承技藝。為增進新北市陶瓷交流機會，於 103 年設置「市民陶藝平臺」，每年展出 7 至 8 檔新北市不同專長技術與風格特色的陶瓷展覽；109 年與在地產業及各領域的專家合作辦理暑期青年陶瓷設計培訓計畫，規劃以具量產價值的設計課程，邀請業界分享市場趨勢及原型設計與製作等開發及製作技巧。招收 18~30 歲對陶藝有興趣青年，培育陶藝青年生力軍，讓青年實際投入設計及開發等流程，使青年認識市場、快速與市場接軌，也希望能夠持續扶植優秀陶藝創作者，厚植在地文化能量。



「文」強調社區共同歷史文化之延續，陶博館以地方文史研究與保存成果為基礎，建構在地知識網絡，提升博物館核心知能及公共性，培養大眾親近及走入博物館的習慣，強化地方文化館舍永續經營能量。每3年策劃1檔地方文史展，針對鶯歌在地陶瓷文化藝術及產業，延續並發揚在地文化特色，傳承記憶。

「地」著重地理環境保育與特色發揚及延續。陶博館立基於陶瓷小鎮鶯歌，也致力於保存地方特色與借由導覽工作的推展，延續地方文化記憶，肩負培訓志工導覽團隊的責任，協助「鶯歌文化季」之老街導覽工作；106年建置「鶯歌文化觀光網」，協助民眾認識鶯歌地理、歷史及人文風貌，同時規劃輕旅行路線串連工作室、觀光工廠及商家，以寓教于樂的方式增進民眾對鶯歌歷史文化的重視，活絡地方經濟，深化在地認同。

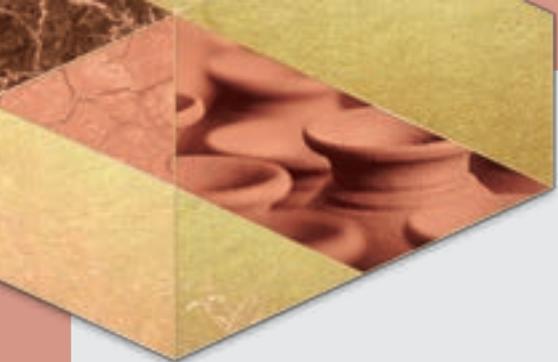
「景」則為「社區公共空間」之營造，新北市政府為推廣藝術文化，101年於三鶯新生地設立「三鶯藝術村」，由陶博館負責規劃營運與管理，每年除規劃兒童、親子主題展覽，創造出多元趣味的陶藝展示環境外，也啟動「三鶯藝術村藝術團隊進駐計畫」，提供屬於國內新生代藝術家的創作及展覽場所、藝術體驗DIY、特色作品展售、工藝交流的藝術據點。109年起更積極推動「三鶯文創整合計畫」，以新北市立美術館為主體，打造文藝廊帶成觀光指標。



「產」強調產業與經濟活動的共同經營，本館積極連結地方產業，加強創意商品的開發與輔導。開設全臺首家由博物館自營之文化概念店，成為在地陶瓷產業及全臺各地具有原創性、獨特性文創商品的販售流通平臺。於97年推動「鶯歌燒品牌建置計畫」，授權優質陶瓷創作者或業者，使用「鶯歌燒」商標的專利，建立民眾對於品牌的信賴，提升產業品質與聲望，目前授權商品總件數達686件。

為了解在地產業對於鶯歌燒品牌經營之想法及建議，辦理「2019 鶯歌陶瓷產業提昇」參與式預算，邀請鶯歌燒廠商及在地陶瓷業者與市民提案，共同推廣行銷。108年辦理提案說明會、提案投票，由鶯歌區民共同選出「搔首弄姿鶯歌燒」、「鶯歌燒品牌加值之桃園機場行銷再造計畫」及「尖山老窯廠創生基地、翻轉鶯歌陶瓷產業」3案，於109年執行完成。





國際連結，擁抱全球

積極加入國際組織會議與合作，並透過姊妹館的夥伴關係將鶯歌陶瓷文化以展覽的方式呈現在世界的舞臺，強化國際間的實質合作與連結。此外，為建置國際與在地的交流平臺，近年來更啟動「臺灣駐村計畫」，提供全世界的藝術家、設計師提案申請來館駐村創作，藉由駐村的交流與世界各地的組織進行「藝術家交換計畫」，積極與比利時、德國、美國等相關陶瓷機構建立連結，交換駐村藝術家。累計超過 101 位國內外陶藝家駐村創作，共捐贈 378 件(組)作品。交換計畫除了把國際藝術家帶入臺灣之外，也企圖將臺灣的陶藝家推向國際舞臺，建立臺灣陶瓷在世界的地位。

加入國際組織

開館至今陸續加入美國陶瓷教育年會(National Council on Education for Ceramics Arts；NCECA)、聯合國教科文組織國際陶藝學會(International Academy of Ceramics；IAC)、國際博物館協會(International Council of Museums；ICOM)、美國博物館學會(American Alliance of Museums；AAM)等 5 個國際性藝術組織。

國際姊妹館締結

與 8 個國外博物館或基金會締結為姊妹館，並積極促進實質交流。分別有義大利法恩札國際陶瓷博物館、韓國世界陶瓷博覽基金會、日本岐阜縣現代陶藝美術館、法國國立塞福爾瓷窯、德國 Porzellanikon 所屬博物館、摩納哥蒙地卡羅國際藝術中心、西班牙魯伊斯日月紅陶瓷博物館以及西班牙國立陶瓷博物館。

簽署國際合約

與日本九州陶文館、信樂之森、日本沖繩縣立埋藏文化財中心、日本滋賀縣立陶藝之森美術館、日本兵庫陶藝美術館、韓國清州文化產業振興基金會、韓國金海美術館、德國瓷器博物館、德國巴登府騰堡邦工藝師聯合會、德國瓷器博物館、德國巴登府騰堡邦工藝師聯合會、蒙地卡羅國際藝術中心、西班牙國立陶瓷博物館、匈牙利博物館、荷蘭國家博物館等超過 20 餘個國際機構簽署合作協議。

國際特展

自 93 年首次舉辦「臺灣國際陶藝雙年展」，藉由此大規模的國際陶藝展覽，是全球 4 大陶藝雙年展之一，不但將世界陶藝的當代藝術作品呈現在民眾眼前，使臺灣得以擁抱更多元的藝術視野，也將臺灣藝術推向國際，提升臺灣的國際形象，將鶯歌塑造為國際級重要陶都，使國際對於臺灣的陶藝生命力有更深入的認識與欣賞。

102 至 104 年間至德國巴伐利亞邦歐洲瓷器博物館、巴登府騰堡邦 Karlsruhe 行政總署展覽館、西班牙魯伊斯日月紅陶瓷博物館、瓦倫西亞國立陶瓷博物館等地展出。104 年也代表臺灣參加「韓國 2015 京畿世界陶瓷雙年展」；106 年至匈牙利 Damjanich János 博物館進行「點葉成金：臺灣冶茶文化展」。107 年日本岐阜縣率團到鶯歌參訪，發現岐阜瑞浪與新北鶯歌有相似的歷史背景，於 108 年在本館展出「日本瑞浪－美麗的深山餐具」。



國際駐村

102 年與德國馬約利卡陶器廠協議進行臺德交換駐村計畫，103 年甄選臺灣陶藝家許仲恩赴德駐村三個月，德方陶藝家則於 104 年來臺駐村。103 年與美國陶瓷教育年會（NCECA）合作辦理國際駐村合作計畫，由美方支出經費，選出 1 位美國會員於 105 年來館駐村創作一個月。

107 年起，試辦國際駐村工作室青年助手計畫。每季將招募 1 至 2 名年青藝術創作者擔任國際藝術家助手，讓年青藝術創作者汲取創作經驗。並以「在地連結、社區合作」及「創意產品設計」為 2 大類主題，公開接受國際藝術家提案，期待將鶯歌建構為一個具地方特色、全球觀點的世界陶藝重鎮。另外也安排駐村藝術家至新北市立鶯歌高職辦理「土耳其陶瓷藝術」講座，帶領學生了解土耳其的歷史文化、陶瓷和現代藝術。同年赴韓國金海美術館進行交流，與韓方建立良好合作關係，為更進一步加強臺韓陶藝交流，協議雙方 108 年度各選出 2 位陶藝家，進行短期駐村交換計畫。

109 年與歐洲陶藝中心 (EKWC) 簽定 4 年交流計畫，每年互換 2 位藝術家 (4 年 8 位參與) 駐村創作，計畫完成後共同出版創作集。



國際會議

107 年主辦聯合國教科文組織國際陶藝學會 (IAC) 2018 國際年會，是臺灣首次承辦全球陶藝界最高等級、規模最大的國際性會議。陶博館將年會規劃展覽、研討會、文化之旅等三大方向，吸引超過 47 國、378 位來自世界各地的陶藝家、收藏家、美術館和博物館策展人等報名與會，全臺北、中、南同步展出 36 檔精彩展覽，不但替臺灣文化外交再添新頁，更成功宣傳臺灣的陶瓷藝術，讓來自世界各地的陶藝家都能看見臺灣豐厚的創作能量。透過學會網絡推廣，將臺灣文化之美推廣至全球，帶動臺灣國際觀光。成功將臺灣成為陶藝界重要之資訊交流中心。



榮耀

20年來，陶博館為提升行政效率、公共服務品質，不論軟體或硬體，團隊力求精進、努力經營有成：

服務品質

- ◆ 89年獲得第二屆遠東傑出建築設計獎特別獎。
- ◆ 90年獲得2001台灣建築獎。
- ◆ 「陶藝之森—陶瓷公園興建工程」榮獲2007國家卓越建設—卓越獎；
- ◆ 102年度第14屆國家建築金獎之文化教育類金獅獎及評審特別獎金獅首獎。
- ◆ 92、93年連續得到行政院「英語環境特優獎」、「2004英語環境博覽會優秀獎」；
- ◆ 101年代表新北市參與行政院研考會第四屆「政府服務品質獎」；
- ◆ 104年獲時事網站DailyView網路溫度計蒐羅網路大數據統計為全臺灣人氣最旺的十大必訪美術館／博物館、以及城邦集團La Vie國際雜誌票選本館為2015全臺灣「10大年度文創園區」。
- ◆ 每年皆獲得新北市公廁金質獎，104年度公廁金質獎暨清潔達人評選活動「公設機關組」金質獎；新北市105年度公廁金質獎評選活動績優；106至108連續3年度都獲新北市公廁金質獎「公設機關組」及「創意特色組」雙料獎項。105年度獲新北市優良哺(集)乳室評選特優。
- ◆ 105年本館又榮獲全球最大旅遊網站TripAdvisor 2016最佳旅行者之選：臺灣前10大博物館第4名，是經數千萬名旅客選出之旅遊精華地點。
- ◆ 107年獲得新北市政府各機關研考暨資訊業務綜合考評「行政效率」、「為民服務」2類組第一名殊榮；同年度通過文化部「博物館評鑑」。



圖書出版

本館出版品也連年獲得肯定。

- ◆ 行政院優良政府出版品獎：「這不『是個』茶壺展」、「流光凝煉方寸間 - 臺灣與荷蘭老磁磚展」專刊；
- ◆ 行政院研考會第二屆國家出版獎 - 優良政府出版品：「窯火中的創造」。
- ◆ 國立台灣藝術教育館「優良藝術出版品評選」：「台灣傳統絕技交趾陶兒童導覽手冊」。
- ◆ 國史館臺灣文獻館獎勵出版文獻書刊暨推廣文獻研究：「家在鶯歌，我做陶 - 工作室的故事」、「臺灣傳統古窯」、「鶯歌陶瓷史」、「紫砂漫遊聚焦臺灣」、「飲食物語 陶瓷器皿與文化的日常」。

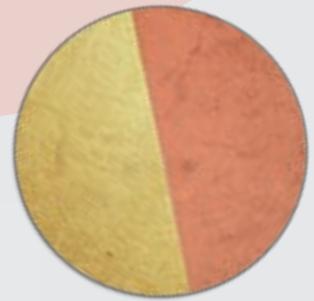


環境永續

曾榮獲經濟部水利署愛水節績優獎、新北市啄木鳥金質獎、經濟部能源局節能獎、新北市環境教育獎機關組特優，並代表新北市參加國家環境教育獎。109年通過行政院環境保護署環境教育設施場所認證，提供全民完整的環境教育專業服務，為環境永續盡一份心力。



閃亮



結語

陶博館作為公眾的載體，承載著廣大觀眾、藝術家、陶瓷業者對我們的期待。20年來不斷地努力追求成長，提供友善的環境與服務，打造豐富多元的展覽與活動，受到各方人士對陶博館寄予厚愛與支持，勉勵陶博館不斷地健全博物館功能及精進觀眾服務，促進鶯歌陶瓷文化保存並推廣精彩的國際陶瓷藝術，深切表達感謝之意。未來我們將持續努力，能與地方及全球陶藝界產生更多的文化交流，活化陶瓷文化資產價值，豐富陶藝美學生活，延續精彩的陶瓷工藝發展，讓更多人近用陶博館發展成果。

新北市立鶯歌陶瓷博物館 — 館刊第 4 期

New Taipei City Yingge Ceramics Museum — Journal 04

發行人：吳秀慈

編輯委員：尤玉秋、高麗真、江淑玲、程文宏、郭志弘

執行編輯：鄭欣琦

出版者：新北市立鶯歌陶瓷博物館

地址：23942 新北市鶯歌區文化路 200 號

電話：02-8677-2727

傳真：02-8677-4104

網址：www.ceramics.ntpc.gov.tw

視覺設計：碼非創意企業有限公司

版權所有 本刊圖文未經同意請勿轉載



主辦單位



承辦單位

