

不只是記憶：以國立臺灣歷史博物館「叫賣臺灣味」與導覽影片實踐文化平權為例

Not Just Memories: Cultural Equality Practice with “Memory Vendor” Guiding Films in the National Museum of Taiwan History

林佳逸¹
國立臺灣歷史博物館，公共服務組

摘要

面對博物館社會角色的轉變，當博物館推動文化平權，促進文化近用及推動公眾參與知識生產等，應如何兼顧各個面向並面對不同挑戰。國立臺灣歷史博物館（以下簡稱臺史博）於 2016 年推出「叫賣臺灣味」，作為常設展的定時活動，由志工扮演賣貨小販，挑著雜細攤在展場裡吆喝叫賣，藉由攤位上臺灣早期的生活物件與觀眾互動，交流歷史記憶，為各年齡的觀眾開啟臺灣史學習之門。2019 年，臺史博執行文化部「營造文化部所屬館所多元語言友善使用環境實施計畫」，以「叫賣臺灣味」為主題，結合歷史、語言、生活記憶三種元素，製作教育推廣影片。本文以「叫賣臺灣味」原初規劃到執行影片製作的歷程，分析臺史博如何將知識生產模式由博物館專家轉變為公眾推進，促進博物館知識生產的民主化，同時關照語言平權、性別平權及志工組織經營與培力等向度，並比較國內外博物館類似案例的實踐媒介與方式，期待在擁抱歷史的同時，展現博物館的文化多元性、包容性，並彌平博物館與觀眾之間的距離。

關鍵字：叫賣臺灣味、志工、公眾參與、臺灣歷史、文化平權

Abstract

Museums should take into account all aspects and cope with various challenges when they, faced with their changing social roles, promote cultural equality, cultural access and public participation in knowledge production. The National Museum of Taiwan History (hereinafter referred to as 'the Taiwan History Museum') launched "Memory vendor" in 2016 as a regular event of the museum's permanent exhibition, requiring its volunteers to play as hawkers, peddling miscellaneous goods in the exhibition hall. This opened a door to learning Taiwanese history and exchanging historical memories for visitors of all ages, while they were attracted to the living objects in the stalls recalling Taiwan's early days. In 2019, the Executive Culture Department of Taiwan History Museum implemented "Execution Plan of the Establishment of a Multi-Language-Friendly Environment of All Units under Culture Department" and produced a public education film themed "Memory Vendor", combining the elements of Taiwanese history, languages and life memories.

¹ anjenlin@yahoo.com.tw

This essay analyzes how the Taiwan History Museum shifted the knowledge production model from museum experts to the public in the whole process from the plan origination of "Memory vendor" to its film production, and as a result, promoted the democratization of museum knowledge production with care of language equality, gender equality, volunteer organization management and cultivation. Besides, comparisons on the implementation intermediaries and methods of similar domestic and foreign cases were made, hoping that cultural diversity and inclusion of museums can be demonstrated, and the distance between the museums and the public can be shortened, while the public embracing history.

Keywords : Memory vendor, Volunteer, Public participation, Taiwan history, Cultural equality

壹、博物館與文化平權：公眾參與

一、文化平權與公眾參與：博物館作為文化的樞紐

文化平權為近年博物館界廣為關心，2020 年國際博物館協會（International Council of Museums, 以下簡稱 ICOM）將國際博物館日的主題訂為「博物館平權：多元與包容²」，強調博物館與平權的關聯，並聚焦於多元與融合。實際上，博物館在面對時代演進的過程中，已逐漸轉為一個對話、療癒、交流、改變的平臺。

文化部以政策性的推動，促進文化平權的落實，文化基本法第 5 條明訂：「人民享有參與、欣賞及共享文化之近用權利。國家應建立友善平權之文化環境，落實人民參與文化生活權利。」在實踐文化平權上，文化部指出：「文化生活是人民的基本權利，國家必須積極確保人民的『文化近用』，不會因為身份、年齡、性別、地域、族群、身心障礙等原因產生落差。」。因此在肯認臺灣文化多樣性的基礎上，文化部也透過調查、檢視、執行文化平權相關執行成果及補助等方式，推展以促進各族群文化近用的權利與環境。³

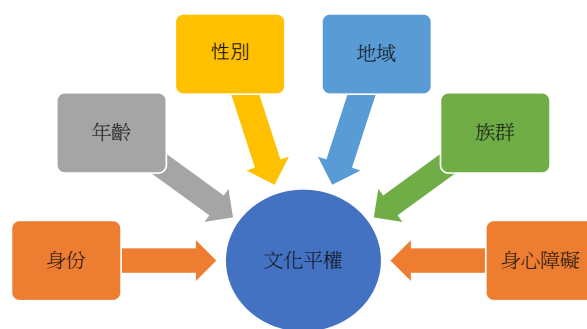


圖 1 文化平權與文化近用（筆者繪製）。

文化平權是國立臺灣歷史博物館（以下簡稱：「臺史博」）的重要政策之一，2013 年成立友善平權委員會暨工作小組（2017 年更名為文化平權

² International Museum Day. (2020). The theme 2020-Museums for equality: Diversity and inclusion. Retrieved from <http://imd.icom.museum/international-museum-day-2019/museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition/>
³ 文化部（2020）。文化平權。取自：https://www.moc.gov.tw/content_413.html

推動小組），致力為不同社群以通用設計原則營造安全無障礙的環境，開發具有包容性與啟發性的專屬學習活動，創造平等參與的機會，開展多元詮釋的聲音，提升各個社群參與博物館的機會與意願。

近年來，博物館的社會功能與營運方向納入公民參與，強調專家不再是唯一能在博物館發言權的人。黃貞燕（2011）在〈博物館、知識生產與市民參加：日本地域博物館論與市民參加型調查〉文中提到，為了強化博物館與公眾的關係、包容性的功能、公共論壇的角色，認為博物館可邀請公眾參與知識生產，建立專業者（博物館館員）與非專業者（公眾）的夥伴關係。

2018 年底，ICOM 在尊重博物館核心業務，同時關注社會環境與永續前提下，重新擬定博物館定義，於 2019 年所擬定的草案⁴提到：

博物館是一個具有民主性、包容性與接受多元聲音的場域，讓過去與未來進行關鍵性對話的空間，面對著現今的衝突與挑戰，為社會信託保存文物與標本，為後代典藏多元記憶，確保所有人享有平等與近用的權利。

2019 年 ICOM 以「博物館作為文化樞紐：傳統的未來」⁵為年會主題，將博物館視為文化樞紐，認為博物館應以多元面向傳遞知識與收藏故事，即使現今博物館的社會角色轉變為觀眾導向，更應靈活地跟不同社群共創、共享的互動平臺。

美國飛利浦美術館首席多元專員 Makeba Clay（2020）引述美國前底特律博物館館長 Salvador Salort-Pons 一句話：「博物館可做為一個同理共鳴的空間，以及『我們的社會樞紐』⁶」。Makeba Clay 並指出「說故事」是一種樞紐，能與過去、人、地點與經驗產生連結，建構文化的多樣性、平等性、可及性與包容性，結合大眾相關的記憶、情感與分享知識，激發大眾的參與度。

博物館是一個說故事的人。之所以存在，是因為曾經有人或是有群體相信，有一個故事是值得一遍又一遍地傳述給後代。

Leslie Bedford⁷

同時，Anna Faherty（2019）在〈為何故事對博物館很重要，博物館如何成為更好的故事講述者？〉⁸一文提到，博物館是一個彙整與分享大眾經驗的場域，故事可能來自於館員、觀眾、志工等人。當每個人在講述自己所熟悉的記憶與細節時，就是一種說故事的方式。對博物館而言，這就是一種最簡易的口訪方式。此外，為了強調故事所產生的影響力，建議博物館讓故事講述者擔任故事中的其中一個角色，以中立的觀點、合適的內容、多元的面向、豐富的細節共享其中的故事。

二、國外博物館推動「公眾參與」實例

博物館為創造「公眾參與」的過程，促進博物館的可及性，發展出個別不同的作法，國際間多個博物館邀請提供「非專家」身份民眾參與計畫的執行，廣納多元聲音，傳遞博物館的社會價值與教

4 International Council of Museums. (2019). ICOM announces the alternative museum definition that will be subject to a vote. Retrieved from <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/>

5 International Council of Museums. (2019). #IMD 2019 museums as cultural hubs: the future of tradition. Retrieved from <https://icom.museum/en/news/imd2019-museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition/>

6 American Alliance of Museum. (2020). The transformative power of inclusive storytelling in museums. Retrieved from <https://www.aam-us.org/2020/02/05/the-transformative-power-of-inclusive-storytelling-in-museums/>

7 "Museums are storytellers. They exist because once upon a time some person or group believed there was a story worth telling, over and over, for generations to come."

MuseumNext. (2019). Why do stories matter to museums and how can museums become better storytellers?. Retrieved from <https://www.museumnext.com/article/why-do-stories-matter-to-museums-and-how-can-museums-become-better-storytellers/>

8 同上。

育功能。以下案例概述國外博物館在推動「公眾參與」的模式與歷程：

（一）美國芝加哥雪德水族館（Shedd Aquarium）

2018 年 9 月雪德水族館推出「好奇海洋」（Sea Curious）系列影片⁹，為瞭解 4 歲至 10 歲兒童及其家人的想法，雪德水族館邀請影片目標觀眾一兒童組成水族館冒險俱樂部（Aquarium Adventure Club），作為影片製作的顧問團，從中蒐集兒童的意見、回饋與學習需求，例如兒童表示對史萊姆這種黏黏的玩具有興趣，好奇水中生物也會掉牙齒嗎？便便的形狀等問題。因此雪德水族館以影片作



圖 2 「好奇海洋」（Sea Curious）系列影片—動物也會掉牙齒嗎？

圖片來源：雪德水族館 YouTube



圖 3 「好奇海洋」（Sea Curious）系列影片—動物的便便像什麼？

圖片來源：雪德水族館 YouTube

為兒童參訪前的前導，亦期待觸發並延伸親子間的學習與思考及互動。影片推出後，在 YouTube 獲得極高的點閱率，從影片的觀眾調查中「你有多想推薦影片給家人或朋友」獲得 9.27 分（滿分 10 分），特別是影片除了英文字幕外，另有西班牙文字幕，顯現多元文化及語言平權。（王惇蕙，2020）

（二）波蘭華沙歷史倉庫中心（Centrum Historn Zajeźdźnia）

華沙歷史倉庫中心¹⁰是一個保存波蘭重要歷史經驗為宗旨的機構。該中心著名的工作是以「記憶與未來」（波蘭文：Pamięć i Przyszłość）為號召，接觸希望分享記憶的人做為歷史見證者，蒐集其口述歷史報告、照片及物件等。該中心強調以生動、引人入勝的方法展示歷史，2017 年以跨世代交流的構想，推出「成人的 1918/2018¹¹」（波蘭文：Pełnoletni 1918/2018）活動，動員當地高中生尋找 100 年前的同齡者進行訪問，即 1900 年左右出生或是波蘭重獲獨立時已年滿 18 歲之長者，為長者撰寫傳記，讓年輕人了解 100 年前這些同齡者所面對的國家社會處境，藉此激發年輕世代對歷史與未來的反思。

9 Shedd Aquarium. (2020). Sea Curious. Retrieved from <https://www.shedd Aquarium.org/sea-curious>

American Alliance of Museum, (2019). 2019 Award winner for excellence in resources: sea curious video series. Retrieved from <https://www.aam-us.org/2019/12/04/2019-award-winner-for-excellence-in-resources-sea-curious-video-series/>

王惇蕙（2020）。讓孩子引爆你的好奇心！雪德水族館「好奇海洋」影片獲 AAM 大獎。取自 <http://www.cam.org.tw/news47/>

10 Centrum Historn Zajeźdźnia. (2020). O ośrodku. Retrieved from <https://www.zajeźdźnia.org/o-osrodku>

11 Centrum Historn Zajeźdźnia. (2020). Pełnoletni 1918/2018. Retrieved from <http://www.zajeźdźnia.org/1918-2018/>

Centrum Historn Zajeźdźnia. (2020). Pełnoletni 1918/2018. Retrieved from <https://pełnoletni.zajeźdźnia.org/o-projekcie/>

Centrum Prasowe. (2018). Start portalu „Pełnoletni 1918/2018”. Retrieved from <http://centrumprasowe.pap.pl/cp/pl/news/info/132218,38,start-portalu-pełnoletni-1918-2018-;jsessionid=4bZ0peP7jPPLwicPj5JHCxdG.4bZ0peP7jPPLwicPj5JHCxdG. undefined>

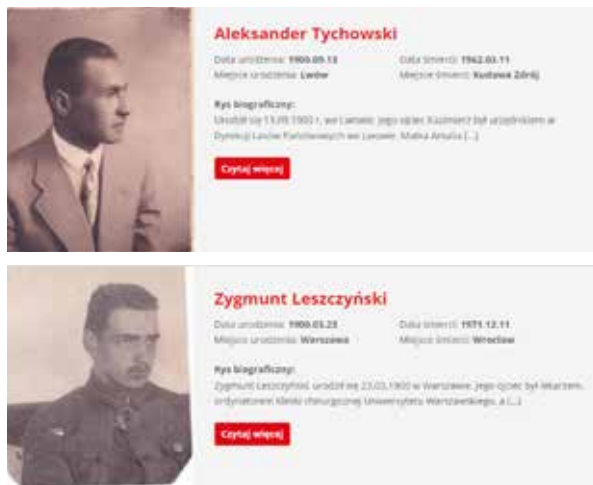


圖4 「成人的1918/2018」（波蘭文：Pe noletni 1918/2018）所蒐集的傳記。
圖片來源：波蘭華沙歷史倉庫中心（Centrum Historn Zajezdnia）



圖5 「成人的1918/2018」（波蘭文：Pe noletni 1918/2018）。
圖片來源：波蘭華沙歷史倉庫中心（Centrum Historn Zajezdnia）

（三）德國柏林猶太博物館（Jewish Museum Berlin）

2016年柏林猶太博物館為增加博物館的內容並典藏移居德國的猶太裔社群的當代物件，以「告訴我們您的故事！」（Show us your story!）為號召，辦理物件日¹²（Object Days）活動。該活動邀請猶太移民攜帶移民時的物品至當地猶太社群相關機構，並於社區組織中招募訪談助理協助口訪，讓受訪者在熟悉的環境與面孔中放下心防，參與者年齡層廣泛自20多歲的年輕人到90多歲的高齡者。此計畫以物件為媒介，使博物館以平易近人方式接近民眾，進而吸引公眾參與，強化博物館與猶太裔移民社群的關係並創造發聲機會，進而擴充了博物館對二次大戰後的物件與敘事，後續於2018年起在常設展與特展中展出¹³。（Gromova, Lewinsky & Ziehe, 2020）

從上述三個國外博物館的案例可發現，其共同特色是敘事主體都是非專家的大眾，博物館經過討論、訪談等方式瞭解受訪者的想法、經歷、記憶等，有別於館員單方面的「專業」論述。例如兒童觀眾對水生動物好奇的觀點與美國雪德水族館館員大相逕庭，討論的主題顛覆了館員的想像，因此以兒童的角度擬定影片腳本，因影片依目標觀眾的需求下製作，而深獲該兒童的讚賞。而波蘭華沙歷史倉庫中心與德國柏林猶太博物館則是透過活動設計，進行訪談與故事收集，也就是設計一個媒介、機制，為觀眾提供一個可以開始進行敘事的情境、脈絡，如同波蘭華沙歷史倉庫中心為「1918/2018」相差一百年的同齡者建立交流的橋樑，抑或是德國柏林猶太博物館藉由物件引發移民分享自身故事的動機。

- 12 Jewish Museum Berlin. (2020). OBJECT DAYS Memorabilia and Migration Stories-Portraits of Jews Living in Germany. Retrieved from <https://www.jmberlin.de/en/jmb-journal-18-object-days>
- 13 Gromova, A., Lewinsky, T., & Ziehe, T. (2018). Object Days – Collecting Jewish Migration and Contemporary Life in Germany since 1945. International Committee for Collecting Newsletter. 33. Retrieved from http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/comcol/Newsletter/33COMdec18F.pdf



圖 6 物件日（Object Days）活動影像。
圖片來源：德國柏林猶太博物館（Jewish Museum Berlin）



圖 7 物件日（Object Days）活動影像。
圖片來源：德國柏林猶太博物館（Jewish Museum Berlin）

貳、叫賣臺灣味：以教育活動作為知識生產與匯聚記憶的平臺

一、臺史博的共筆臺灣史

臺史博自 2011 年開館以公眾參與、共筆臺灣史的概念，將話語權移交給臺史博志工、長者、新住民、身心障礙者等不同社群。該項工作不全然限縮於書寫的層面，民眾可以透過捐贈文物、分享文物故事、協助辨識史料、協力搭建臺灣古早的住居竹籠茨、以戲劇演出在地的故事等方式，讓每個人的記憶或家族史，經過研究、展示、教育活動的轉化，參與建構臺灣的歷史與社會文化資料，進而成為博物館事業的一員。

其中，較為特別的是「臺灣音聲 100 年」聲音史料解讀—知音分享會，係博物館館員邀請長者共同解讀館藏臺語黑膠唱片。此外亦關注身心障礙者族群，辦理多檔身心障礙者的創作展覽，以臺史博為舞臺，開拓各個社群相互認識、融合的視野（如表 1）。總括來說，臺史博的共筆對象包含多元族群，執行的方式、展覽及活動而不同。

二、打造記憶交流的平臺：「叫賣臺灣味」

「叫賣臺灣味」於 2016 年推出，是臺史博常設展的定時活動，活動主要由志工擔綱演出小販，擔著放著臺灣古早童玩及生活雜貨的雜細攤在常設展裡叫賣，藉由物件的把玩與介紹，建構一個說故事的世代記憶交流平臺。

筆者在本文訪談 3 位與「叫賣臺灣味」影片有關的受訪者，代碼「A」為館員、「B」為志工，「Y」為男性、「X」為女性。本文的受訪者 AY 為「叫賣臺灣味」活動承辦人（訪談日期：2020

年5月22日)，長期擔任導覽培訓與教育活動發展；受訪者BX（訪談日期：2020年6月16日）與CY（訪談日期：2020年6月17日）皆為臺史博志工具有臺語對話能力並通過「叫賣臺灣味」活動認證，多次擔任「叫賣臺灣味」活動小販，具有豐富的臨場叫賣經驗，也是參與「叫賣臺灣味」影片的主角。以下筆者整體說明活動的緣起與執行，並以訪談內容進行綜整討論：

（一）活動構想與培訓

「叫賣臺灣味」在2013年至2014年構思，起初設定由志工背著「導覽包」，希望透過導覽包內的物件，讓導覽解說變得更有趣、生動，但經志工反映導覽時若需要從導覽包內尋找物件，反而不便且影響導覽時所營造的氛圍，卻意外發現早期雜細攤小販的「擔子」很適合在常設展中移動，也適合各種類型和年齡層的觀眾參與，故而採用之：

【表1】臺史博的歷史共筆（公眾參與）。

重點對象	名稱	時間	說明
大眾	「百年生活記憶」特展	2011年	透過展場的公共電話亭，講述個人的生命記憶。
	COVID-19（武漢肺炎）物件蒐集計畫	2020年	保存全民的抗疫、防疫行動，反思疫情下的種種問題。
臺史博志工	「歷史的那一天」讀書會	2014年	邀請志工參與策展團隊與分享個人生活經驗與家族史，成果分別於2015年「二戰下的臺灣人」特展、2016年「228·七〇：我們的二二八」特展、2017年「挑戰者們：解嚴30週年」特展、2019年「迫力·破力：戰後臺灣社會運動」特展呈現。
	「沉思火燒島—被流放的青春」特展	2015年	募集志工1950年代的照片與記憶。
新住民	「新臺客：東南亞移民移工在臺灣」特展	2017年	邀請越南、印尼僑民（借展人）介紹物件與個人的故事。
	「地圖很有事：地圖的臺灣史」特展	2017年	成功大學外籍學生透過「新臺客生活地圖踏查」活動分享在臺南的生活圈。
在地居民	「巡狩四方—臺灣及東南亞王爺信仰」特展	2017年	邀請在地居民（借展人）擔任「『藝陣·傳藝』海反仔的故事」講師。
	「傳家寶的流轉歲月：土城子生活文化」特展	2017年	帶領臺南台江地區居民共筆與共同籌辦展覽、工作坊、《臺史博地方學學》出版品，由當地居民擔任講座講師與「塭田兒女」戲劇演出重現「竹籠茨」工藝，邀請大眾參與重現「扛茨走溪流」的歷史場景。
	「扛厝走溪流：臺江風土與自然」特展與2檔巡迴特展	2017年 2018年 2019年	
	「誰主沉浮：水文化在臺灣」特展	2019年	
長者	「臺灣音聲100年」聲音史料解讀—知音分享會	2018年	邀請長者解讀館藏臺語黑膠唱片。
	「流轉的飯桌：我們的味道與記憶」特展與2檔巡迴展	2018年 2019年	採集長者對年菜的生活記憶與經驗。
身心障礙者	「星兒的博物館：臺史博線畫創作」特展	2014年	以臺史博為舞臺，展現身心障礙者的創作。
	「自在飛翔的心靈世界系列：伊甸畫臺灣畫展」	2016年	
	「心視角·2018蘆葦智青攝影展」	2018年	
	「聽我說說畫，我有一個夢」2019伊甸智青創作展	2019年	

筆者繪製



圖8 由在地居民（借展人）擔任講師介紹藝陣歷史與特色。
圖片來源：筆者拍攝

原本導覽包是你導覽到誰就是誰，（構想）黑輪攤（形式）的時候沒有特定要誰，但後來以記憶為主題，就開始想世代間的交流……黑輪攤的形式，原本要推出來……或是腳踏車後面掛著那種，當時覺得小朋友會個重要的客群，因為（這個活動的焦點是）世代交流。（但考量）腳踏車很高，（小朋友可能看不到），又怕它不穩，所以就變成現在這樣的攤子。（AY）

「叫賣臺灣味」以「博物館劇場」的概念，透過戲劇表演、說故事的技巧，激發觀眾、演出者兼引導者的互動（劉婉珍，2007；許瑞芳，2016）。實際上，戲劇導覽系列的教育活動在臺史博發展已久，2008年¹⁴，臺史博就與國立臺南大學戲劇創作與應用學系合作發展4齣¹⁵互動式戲劇，2013年¹⁶亦執行「常設展戲劇導覽計畫」，演員包含戲劇科系出身的專業演員，受過戲劇專業訓練的博物館館員和導覽員，有固定的劇本和日常嚴謹的排練。

因此，當志工看過專業演員的演出後，對於擔任「演員」的角色反倒顯得有壓力。為減輕志工的疑慮，「叫賣臺灣味」在設計初期，就以不需要「專業戲劇」的知能，沒有「固定劇本」的形式，也無



圖9 在地居民透過戲劇重現「扛茨走溪流」的歷史場景。
圖片來源：筆者拍攝

設定叫賣時的「語言」，而是希望志工分享個人的「生命經驗」、「知識」做為引導觀眾的媒介。

「叫賣臺灣味」與臺史博戲劇導覽最大的不同在於「演員」與「敘事內容」的設定，將具有「專業」演繹技巧的演員、博物館提供的「內容」轉換為「素人」（志工與觀眾）的「生活記憶」（內容），以非傳統的專人導覽解說，使用簡單的道具（文物），在具有包容性的空間中，產生多樣化的敘事內容與面向。

在培訓認證的過程中，AY 以期待志工帶著輕鬆與分享的心態，以敘說個人記憶、知識的方式，介紹1980年以前的生活物件，與觀眾進行跨世代的交流。培訓與驗收認證的場地也選擇在志工休息室，由活動承辦人以「示範場」的方式培訓，驗收內容包含四個步驟：

1. 活動開場：由小販搖著波浪鼓，引起觀眾興趣。
2. 物件介紹：分享與個人生活經驗相關的物件。
3. 記憶串連：鼓勵觀眾把玩雜細攤的物件，與觀眾互動。
4. 傳承記憶：在收攤前詢問觀眾是否有訂貨需求。

¹⁴ 國立臺灣歷史博物館（2013）。國立臺灣歷史博物館年報 2012 創刊號。取自：https://www.nmth.gov.tw/publicationmore_65_3.html

¹⁵ 4齣互動式戲劇分別為《大肚王傳奇》、《草地郎入神仙府》、《一八九五開城門》與《彩虹橋》。

¹⁶ 國立臺灣歷史博物館（2014）。國立臺灣歷史博物館年報 2013。取自：https://www.nmth.gov.tw/publicationmore_65_90.html

志工在熟悉的環境，忘卻對「戲劇演出」與「固定劇本」的恐懼，因此激發志工參與的熱情並完成驗收。訪談過程中，AY 指出，「叫賣臺灣味」的志工培訓與驗收能夠順利完成，且能將志工對於戲劇演出的恐懼轉換為積極參與和分享的原因，主要是因為在活動構思期間即與志工進行密切討論，並依據志工的特性，調整活動的方式，因此志工很快就駕輕就熟。

（二）活動執行

叫賣臺灣味活動除了少數幾場由館員執行之外，幾乎都是志工上場。以下為招攬客人、流程設計與安排、觀察背景與深化互動、鼓勵家庭觀眾世代交流，擴增與傳播交流意義等面向，活動實際執行的情形：

1. 招攬客人

「叫賣臺灣味」活動進行時，由志工獨挑大樑，如何在人來人往的常設展裡招攬到客人，則靠每位志工展現個人魅力，有的志工也會喊出傳統而親切的叫賣段子，BX 則提到：

我通常拿著玲瓏鼓，就開喊了：「喝玲瓏、賣雜細，走過路過，千萬不要錯過，我們的雜細攤什麼東西都有！」就是去把人招呼來。招呼來以後，我看觀眾的年紀，再決定要從什麼東西開始介紹起。

CY 表示會觀察觀眾的年齡，依據年齡選擇互動的物件與方式，若是觀眾的年紀較長，就挑選能夠引起回憶的物件，若是觀眾的年紀較輕，則以引起興趣為主：

其實要看年齡層，比如說比較老一輩的，就

要找一些他們以前比較用有有用的東西，讓他們有回憶，他自然就會跟你有互動。……我認為要跟他們互動；現在的年輕小夥子，當然就要找一些可能比較好玩的東西出來，讓他們覺得有興趣，比如說起仔標、踢毽子、丟沙包，慢慢的導引，再來介紹他們沒看過的東西，這樣比較有意思。

在活動過程中，並無設定使用的語言別，但是志工會依據觀眾之間的對話，以相同的語言與觀眾互動，強化觀眾參與的深度：

（問：你在現場是講國語或臺語？）都可以啦！（問：以你自己的習慣呢？）看客人。（問：長輩你就講臺語？）不一定，要看觀眾來的時候，他們在互動時講的話語，大概就可以抓得出來。（CY）

2. 流程設計與安排

從訪談中可以發現，儘管 AY 認為志工上場只要可以介紹幾樣物件，進而與觀眾互動即可，但受訪者 BX 表示，針對不同年齡層的觀眾會有不同的切入點。不僅如此，志工也自行組織一套說故事的邏輯，以介紹殺頭蝨的 DDT（殺蟲劑）噴霧劑的活動流程為例：

頭蝨盛行的時候就會用 **DDT 的噴霧劑**，我就會跟他們說：「你們知道嗎？……如果有一個人長頭蝨，全班都要殺頭蝨，全家都要殺頭蝨。你們知道這個東西嗎？」先問問他們 DDT 是做什麼用的。從長頭蝨那個部分開始講，就是頭髮洗一洗、噴一噴，之後我就會去拿（雜細攤的）**毛巾**說：「你們看，殺頭蝨要怎麼做呢？噴完以後就是用毛巾把它整個包起來，經過二十、三十分鐘以後，再把**耐斯洗髮粉**拿出來，就是用這個洗一洗。」然後就拿

蟲母篋給大家看，這個梳子是很密的，可以把黏在頭髮上面的那些小蟲卵梳下來。我會跟他們說，我們小時候確實是這樣子。……然後我們有牙膏、牙粉……接著就順便把豬鬃做的牙刷帶進來，再來就是帶資生堂的香皂……（以前）每次拿到這個就會覺得好稀罕，很捨不得拿來洗澡，都是拿來洗臉比較多，因為它比較貴，帶洗澡完以後，再去帶皇冠的爽身粉。（BX）

或是 BX 會吟唱早期電視廣告的歌曲或模仿當時的廣告詞，例如早期電視蒂克牙膏廣告，藉此吸引觀眾的注意力與好奇心：

「蒂克蒂克蒂克，不是豬哥喔！強力潔牙粉，檳榔喀滋喀滋的咬，香菸昏昏的抽，也不會滿嘴的大黑牙。」這是蒂克潔牙粉當時的廣告詞

若是現場的觀眾人數較多，CY 也有緩解人潮的招式，讓在場的觀眾都有機會可以參與到活動：

客人多有客人多的處理方式，客人少就有客人少的方式。人太多的時候，一批批來的話，你可以先給其中一批的先去玩沙包、踢毽子、陀螺，另外一批就可以玩其他的（童玩），（再）另外一批就可以介紹一些東西呀！

3. 鼓勵觀眾家庭世代交流

訪談中也觀察到，志工實際執行上確實符合當初設定的目標「世代記憶交流」，特別鼓勵觀眾陪著孩童一起玩遊，以及由家中長者對晚輩介紹：

（問：兒童不知道怎麼玩，你希望長輩教他玩或是你直接教他玩？）如果長輩他們願意一起參與，一般建議是由他們的家長教，有時候並不是每

一個長輩都會，沒有辦法的時候，再由我們來做示範。盡可能導引他們自己來，其實我覺得這個東西就是參與，盡可能把他拉進來……像他們會玩尪仔標，他們就會趴在地上，示範給他們的小輩們看。（CY）

BX 也提到，鼓勵家庭世代交流的成效頗佳，觀眾除了會陪伴孩童體驗童玩，若是三代家庭，祖父母也會對孫輩介紹，帶著晚輩一起回憶：

如果是媽媽、爸爸帶著小朋友，他們會願意陪小朋友在那邊玩那些東西。如果是一家三代的阿公、阿嬤就會開始跟他的孫子講一些以前的事，甚至有的會說，我們老家那邊不是還有什麼什麼嗎？！

（三）「叫賣臺灣味」的活動成效：傳播交流記憶

「叫賣臺灣味」自活動開辦至 2018 年底共辦理 559 場，服務人次約為 2 萬人¹⁷。對於「叫賣臺灣味」的構思與執行成果來說，如同 AY 的規劃，「分享」與「典藏」記憶，志工也確實掌握了「叫賣活動味」的核心目標。AY 對於活動成效表示：

志工給的回饋算是滿充分的，這個回饋就是給予記憶，要不然我自己要寫（腳本）。而且寫完還要被人家（志工）講說：「好像不是這麼回事喔！你沒看過啦！來來來，我跟你講。」從觀眾面而言，以我自己帶著那些場次來看，其實有一些場次感覺是很棒的，像是爸爸會把奶奶拉過來，然後奶奶就會跟孫子講什麼什麼的，奶奶雖然一開始講得很短，但常常會看到，說在我面前不會講，但是到旁邊去的時候就慢慢開始講。為什麼後來會讓小朋友童玩都帶開來玩，是因為發現帶開來之後，比較害羞一點的家長才會真正去教他的小朋友。尤其

¹⁷ 國立臺灣歷史博物館（2018）。國立臺灣歷史博物館年報 2017。取自：https://www.nmth.gov.tw/publicationmore_65_1038.html
國立臺灣歷史博物館（2019）。國立臺灣歷史博物館年報 2018。取自：https://www.nmth.gov.tw/publicationmore_65_1445.html

在過年或連假的時候，至少我自己帶的那幾場我覺得是相當成功的。

此外，「叫賣臺灣味」原定活動最後有一本「訂貨登記本」，當小販收攤準備離開前，就會對觀眾說：「我要去下一個村落了，你們如果說有要訂貨，可以在這邊登記喔！」，其目的為累積更多觀眾對於生活物件的記憶，然而囿於志工人力有限，無法兼顧演出與觀眾的登記，因此「訂貨」的步驟較難執行。不過在訪談中，受訪者 BX 表示：

我會再把別人的東西弄（說）出來，所以我覺得叫賣臺灣味的那個部分其實是很好玩的……這邊收集到故事也很多，自己參與這項活動也很開心、覺得很喜歡玩這樣子。……其實，很多市井小民有他們很好的故事。

也就是說，以「叫賣臺灣味」為一個記憶交流的平臺，其運作是存在的，志工在叫賣的過程中，也會把聽到有趣的故事，作為未來演出時可以分享的素材，持續發揮其傳播交流記憶的功能。

參、「叫賣臺灣味」影片拍攝：傳承歷史記憶與語言的趣味

臺史博拍攝「叫賣臺灣味」影片係為執行文化部「營造文化部所屬館所多元語言友善使用環境實施計畫」（簡稱多元語言計畫）。2017 年 1 月 9 日「國家語言發展法」由總統公布實施，文化部於 2017 年辦理示範計畫，2018 年於 16 個附屬館所全面推動辦理多元語言導覽之推動方案。2018 年在過往的基礎上，持續辦理。

在文化部積極的支持下，2017 年臺史博作為

示範館所，推出「臺史博館所簡介」手語影片製作與「圓形劇場」多元語言開場說明旁白及手語影片製作等。後於 2018 年以「優化手語導覽影片」加以配錄口白，並於兒童語音導覽中新增臺語唱片與歌謠的介紹。2019 年以歷史、生活記憶、語言為元素製作「叫賣臺灣味」影片。

由於臺史博的主展館在 2019 年 11 月全面封館進行常設展更新工程，因此如何在多元語言計畫展現臺史博的特色，又能長久服務觀眾，成為我們思考的議題。而「叫賣臺灣味」長久以來受到觀眾喜愛，另考量「世代記憶交流與傳承」是臺史博恆久經營的核心，不會因為展示的改變而更迭，可以說，「叫賣臺灣味」活動在某種意義上也是我們的常設展。整體來說，臺史博構思該計畫時，聚焦於語言平權與多元語言服務，但實際在操作上，關注的面向更廣，以下就推廣多元語言、落實知識平權、深化性別平權、志工經營做說明：

一、推廣多元語言

聯合國教科文組織將「語言活力評估」¹⁸（Language Vitality Assessment）分成九項指標。第一項指標即為「語言的世代傳承」，將傳承危機分成六級，其中臺語的活力程度則落在「在所有範疇裡只有部分兒童使用；在少數的範疇裡所有的兒童都使用」、「大體上從父母一代以上的人使用」，顯示「臺語」逐漸式微成為「弱勢語言」之一。

在長期的活動觀察經驗中，發現志工在活動進行中總會不經意地吆喝著臺語的順口溜或是吟唱相關的臺語歌謠，吸引觀眾的注意力與引發觀眾的好奇心，且這些順口溜或是歌謠對年輕世代來說，可能顯得陌生，卻富有歷史意涵，具有傳承語言的價值。此外，BX 與 CY 訪談時提到，有觀察到多數

¹⁸ 本土語言資源網（2020）。本土語言調查報告。取自 <https://mhi.moe.edu.tw/newsList.jsp?ID=5>

的家庭團體成人會以「臺語」進行對話，但是兒童對於臺語的使用較為生疏，且臺史博志工臺語表達的能力與詞彙的使用優於AY，若對特殊或不常用的臺語詞彙或歇後語而有所疑問時，志工們則會共同討論，而增加應用的準確度。

因此，本次拍攝的「叫賣臺灣味」為臺語發音，主要是由於「叫賣臺灣味」原初規劃即為志工擔綱主力的活動，雖然臺史博並未限制志工在活動中所使用的語言，但由於地緣之故，臺史博的志工主要使用華語與臺語演出這個活動，目前志工團隊中僅有一位志工具備客語能力、無志工具原住民語能力。整體來說，臺史博對於各語言教育活動的發展是多元並重的，例如常設展語音導覽提供華語、英語、日語、臺語、客語、臺灣手語等6種語言，及製作東南亞語版的參觀指南等。未來臺史博也將持續爭取經費資源，為臺灣不同族群開發生動有趣的教育活動與教材。

二、落實知識平權

以早期博物館的展演內容來看，多數為專家學者的研究成果、官方論述等資料，而臺史博的共筆臺灣史則是強調人人都有故事，人人都可以是歷史學家的概念，透過不同社群一起論述，例如：2017年「新臺客：東南亞移民移工在臺灣」特展中由越南、印尼僑民親自介紹物件與個人的故事，讓大眾感受移民的心情與歷程。

籌劃拍攝「叫賣臺灣味」影片時，在演員上有3種選擇：（1）長期與博物館合作的專業演員；（2）博物館內受過戲劇教育的館員；（3）「叫賣臺灣味」活動的志工。為落實「全民共筆」，臺史博以「每個人都是自己的歷史家」的理念規劃教育推廣活動，因此挑選最能觸發大眾生活記憶的「叫賣臺

灣味」拍攝為影片，刻意不選擇專業演員或館員擔綱，而是由志工擔任「小販」，不同於以往由專家學者（館員）所研究的知識，而是將舞台交給志工與大眾。

本計畫兩支影片拍攝主題為「童玩」、「女性用品」，無論是主題物件的選擇或臺詞，主要皆由志工自由發揮。筆者所扮演的角色僅是與擔任演出小販的志工則一同回想與觀眾互動較高且符合拍攝主題的物件，希望透過小販的活動經驗，切中觀眾有興趣的物件並分享個人的生活經驗與記憶。這樣的作法如同雪德水族館在影片拍攝前，邀請組成兒童水族館冒險俱樂部的概念，從小販與觀眾的互動經驗與觀眾的喜好為目標，企圖引發觀眾的好奇心、記憶與延伸性的互動。

拍攝的過程，因為無劇本，小販與買家的互動都是最自然的呈現，並將演員們在拍攝過程中最真實的記憶與歷史知識製作為影片。以「童玩」主題來說，小販以吆喝的方式，搖著鈴鼓，吸引買家的好奇心，挑選了沙包、毬子、炆仔標為銷售貨品，親身示範貨品的遊戲方式，讓現場的「童星」們蠢蠢欲動地跟著小販的介紹、示範學習遊戲方式，間接傳遞了早期童玩的歷史與特色。而叫賣「女性用品」的志工，則以吟唱改編過的「農村曲」開場，讓買家聽見臺語在說與唱之間的獨特音律，以臺語順口溜的方式，介紹個人擔任小販的原因及臺灣早期的歷史環境，並且在小販的引導下，引發買家對於物件的生活記憶，進而敘述個人的生命經驗，而影片中的互動狀況，就是「叫賣臺灣味」活動執行時的實際情形。

三、深化性別平權

從臺灣過去雜細攤的小販性別來看，主要為

男性，但影片拍攝時，在選角上特別取得性別的平衡，選擇一男一女的志工，各拍攝一支。其中女性小販在片中講了一個臺語段子：「翁（ang）大陣、囡細漢、家己擱未賺，只好來到臺灣歷史博物館來「喝玲瓏、賣雜細」（丈夫一大群，孩子年紀又小，自己又不會賺錢，只好來到臺灣歷史博物館來賣雜貨），以幽默的口吻開場，藉此闡述女性用品在雜細攤歷史的特殊重要性。更展現聯合國大會1979年通過《消除對婦女一切形式歧視公約》第五條「改變男女的社會和文化行為模式，以消除基於性別而分尊卑觀念或基於男女任務定型所產生的偏見、習俗和一切其他做法」，排除了過往小販以男性扮演的角色做選擇，企圖突破性別的觀念，展現各個性別在政治、經濟、社會和家庭中所享有的平等。跳脫小販為男性的限制，加強呈現女性於臺灣歷史中的身影。

四、志工經營

「叫賣臺灣味」在AY的協助下，以及與筆者的活動觀察經驗中，共同邀請兩位對叫賣主題能有所發揮且具有「臺語」專長的志工進行拍攝。在小販的選角時，刻意排除專業的演員與館員，特別安排志工擔任，除了展現臺史博培力志工的成果，更是促進志工對於博物館業務的認識，以強化志工團隊對博物館的認同感，提升向心力，建造志工的舞臺時，同時形塑志工對博物館的參與度，並且鼓勵志工邀請親友一同參與拍攝，藉此讓志工的親友瞭解，志工在臺史博服務時的工作內容，以及從中所擁有的成就感，也是提升博物館與志工，及其親友間的親密關係，在包容性的空間增加多元族群親近博物館。

總括來說，影片籌備拍攝時，由筆者與活動承辦人先挑選了數件與「童玩」和「女性用品」有

關的物件，再根據志工與觀眾的互動經驗調整，以期更貼近觀眾的興趣。透過訪談，筆者也發現了解志工對於觀眾有高度的觀察力，例如有兒童觀眾，對童玩較有興趣，志工因此鼓勵祖父母親身示範，增加祖孫（臺語）對話的機會。將熱鬧滾滾的現場轉化為影片形式，是期待透過影片將志工的具有特色演出留存，也藉以吸引觀眾到臺史博參與活動。

影片在沒有腳本限制的狀態下，讓志工可以如同活動的初衷一樣，以親身體驗與記憶前來分享。而博物館作為一個社會介入的行動者，我們安排不同性別的小販，翻轉大眾對小販性別的想像，呈現更為多元的性別／文化樣貌。同時細膩的安排志工邀請親友參與拍攝，激發志工對博物館的向心力與認同感，也讓親友們看見志工在臺史博的成就，開發潛在觀眾（親友群）對博物館的參與度。

肆、結論

臺史博以共筆臺灣史的角度出發，規劃以志工為主體的「叫賣臺灣味」活動，促進博物館知識生產的民主化。後續在多元語言計畫下的「叫賣臺灣味」影片製作，關注到多元語言、知識平權、性別平權、志工經營等四大面向。「叫賣臺灣味」雜細攤上的物件雖然只是微不足道的日用品，但其易於親近的特質，成為志工、觀眾、跨世代之間創造溝通交流的媒介。

從博物館作為研究與教育機構的角色來說，社會大眾期待博物館提供正確的知識，而「叫賣臺灣味」將話語權交給志工，博物館的知識權威性似乎也受到挑戰。然而現今博物館的角色更為豐富多元，James Clifford於1997年提出的「博物館作為接觸地帶」（Museum as contact zone）的概念，至

今仍然受到博物館界的重視，因此在新的時代裡，博物館的角色不僅是如同學術機構一樣站在知識制高點，亦作為社會溝通、對話與交流的平臺。

「叫賣臺灣味」自 2017 年推出，深受志工和觀眾的喜愛，也有志工期待能夠增加臺灣原住民族等各族群的物件，增加多元性與豐富性。筆者認為，「叫賣臺灣味」作為一個長久的活動，可每隔一段時間辦理館員與志工的座談，以活動進行階段性經驗的分享交流，並可了解志工的執行概況、另一方面也可以藉此機會蒐集觀眾的記憶及了解觀眾的反應，共同研討，調整規劃活動的未來樣貌。

「叫賣臺灣味」就是臺史博與觀眾傳遞歷史、記憶、知識的樞紐，臺史博的使命在於傳承臺灣人生命記憶，以文化平權為營運根基，在提供多元無障礙的設施、參觀服務與學習方案之外，也致力於形構一個開放、平等的知識生產模式。除了透過展覽與專案計畫，「叫賣臺灣味」是觀眾親近臺灣歷史與文化的第一站，更成為重要且穩定的匯聚記憶與世代交流平臺。

本文分享臺史博 2019 年執行文化部的多元語言計畫，以審慎細緻的過程作法，使整個專案具有語言平權、知識平權及性別平權等多重意義。透過影片讓活動可以突破地域限制，為更多的大眾服務，以完整勾勒實踐文化平權多面向意義，也落實於志工的經營與培力，使志工成為博物館知識生產的一環，從而博物館不再只是專家學者或教育人員表現專業的居所，而是廣納公眾參與的公共場域。

伍、誌謝

本文感謝論文審查者所提供的寶貴建議，讓文章益臻完善。

感謝國立臺灣歷史博物館公共服務組吳孟青研究助理與蕭軒竹先生、臺史博志工葉永欽與黃瑩秋，及臺史博志工大隊及其親友協助製作與拍攝（依姓名排序）。

陸、參考文獻

- 文化部（2018）。語言的力量文化平權再進化文化部強化所屬館所多元語言導覽服務。取自 https://www.moc.gov.tw/information_250_80046.html
- 王惇蕙（2018）。克利夫蘭美術館的轉型：以公眾參與共築包容與多元的未來。取自 <http://www.cam.org.tw/%E3%80%90%E5%9C%8B%E5%85%A7%E5%A4%96%E8%B3%87%E8%A8%8A%E3%80%91%E5%85%8B%E5%88%A9%E5%A4%AB%E8%98%AD%E7%BE%8E%E8%A1%93%E9%A4%A8%E7%9A%84%E8%BD%89%E5%9E%8B%EF%BC%9A%E4%BB%A5%E5%85%AC%E7%9C%BE%E5%8F%83%E8%88%87-%E5%85%B1%E7%AF%89%E5%8C%85%E5%AE%B9%E8%88%87%E5%A4%9A%E5%85%83%E7%9A%84%E6%9C%AA%E4%BE%86/>
- 王嵩山，2011。臺灣的博物館與博物館學：導論，博物館與文化，2：1-18。
- 田偲好，2019。怎麼進行參與式典藏？一起創造典藏與展覽的當代意義，博物館簡訊，90：34-37。

行政院性別平等會(2020)。性別平等政策綱領。取自 <https://gec.ey.gov.tw/Page/FD420B6572C922EA>

城菁如(2020年)。電子紙取代說明牌—愛沙尼亞國家博物館結合科技與公眾參與。取自 <http://www.cam.org.tw/news62/>

許瑞芳, 2016。探究戲劇導覽之操作美學及其挑戰—以國立臺灣歷史博物館「大時代·小劇場」戲劇導覽為例, 博物館學季刊, 30(3): 5-29。

黃貞燕, 2011。博物館、知識生產與市民參加: 日本地域博物館論與市民參加型調查, 博物館與文化, 1: 5-33。

劉婉珍, 2017。博物館就是劇場。臺北: 藝術家出版社。

Bedford, L., 2001. Storytelling: the real work of museums. *Curator*, 44(1): 27-34.

Danielle Kuijten (2020)。一起創造屬於我們的文化遺產, 荷蘭 Imagine IC 翻轉貧民窟刻板印象。取自 <http://www.cam.org.tw/news28-2/>

Danielle Kuijten (2020)。博物館藏品只能待在展示櫃嗎? 一起打破你我對典藏的迷思。取自 <https://museums.moc.gov.tw/Notice/ColumnDetail/198c9ec4-89a2-48ff-aabc-29aa22ebd2dd>

Manvi Seth (2020)。看見世界屋脊的遺世風光—印度拉達克的博物館計畫。取自 <http://www.cam.org.tw/open-museum-project-in-ladakh/>

Shedd Aquarium. (2020). I'm Sea Curious! Are You Sea Curious?. Retrieved from <https://www.surveymonkey.com/r/seacurious>

Shedd Aquarium. (2020). Shedd Aquarium Sea Curious Videos. Retrieved from https://www.sheddaquarium.org/files/eac1812_sea_curious_activity_sheet_en_r3

Winifred Kehl. (2016). What YouTube Can Do for Museums. Retrieved from <https://www.aamus.org/2016/09/01/what-youtube-can-do-for-museums/>

新北市立黃金博物館 2021 年學刊第 9 期

主辦單位：新北市政府

承辦單位：新北市政府文化局

新北市立黃金博物館

發行人：侯友宜

總編輯：龔雅雯

主編：謝文祥

企劃編輯：趙尹華、駱淑蓉、王慧珍、王錫永

執行編輯：黃家俊

校對：王慧珍、余炳盛、李光中、林佳逸、黃家俊（依姓氏筆畫排列）

編審委員：江怡瑩、江威德、何兆華、余炳盛、李建瑋、林玟玲、林秋芳、
殷寶寧、陳佳利、曾永玲（依姓氏筆畫排列）

美術設計：新北市維凱創意印刷庇護工場

出版單位：新北市立黃金博物館

地址：22450 新北市瑞芳區金瓜石金光路 8 號

電話：(02)24962800

傳真：(02)24962820

網址：<http://www.gep.ntpc.gov.tw>

出版日期：2021 年 1 月

I S S N：2308-8427

G P N：2010201324

版權所有・翻印必究