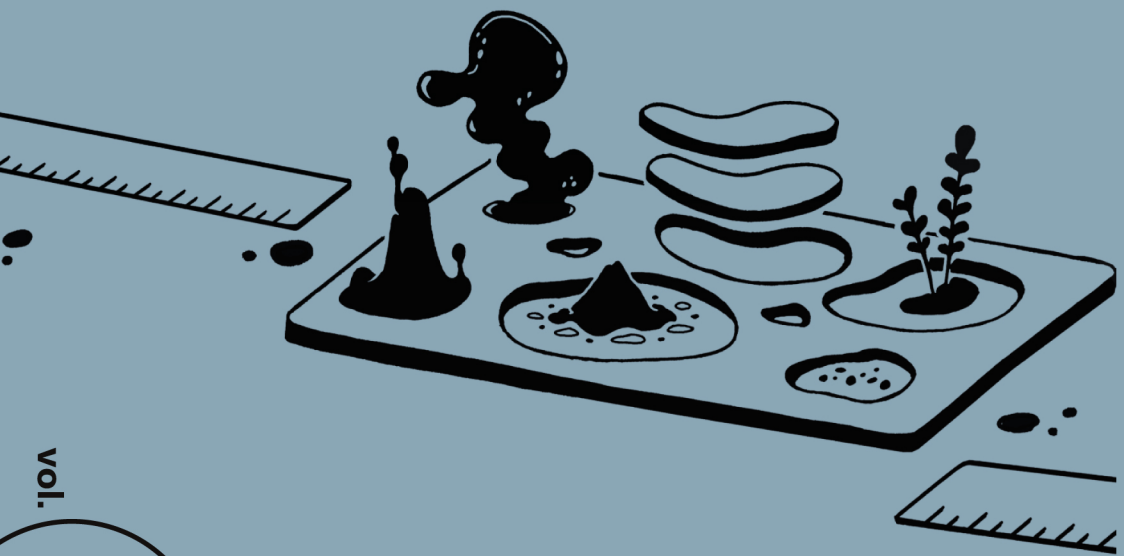


5 Ways to Think About Curating



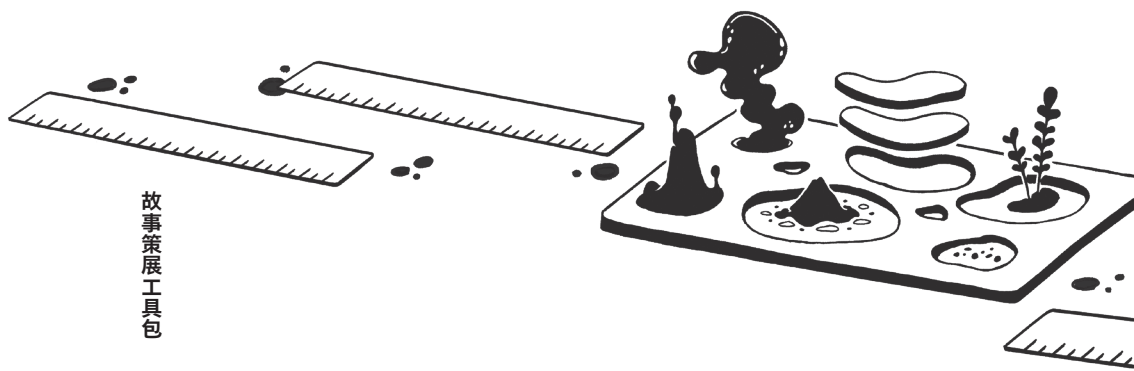
vol.

3

策展
五把尺

策展 五把尺

5 Ways to
Think About
Curating



故事策展工具包

目錄

為什麼要學策展？	04
他們這樣說策展	05
策展團隊中的角色：臺史博策展團隊大公開！	08
案例分享 瀛海中學：我身邊的新臺灣人特展	12
開始策展囉：策展五把尺	14
策展五把尺之一 核心概念	16
案例分享 野蠻秩序：青少年數位策展工作坊	17
策展五把尺之二 目標觀眾	20
策展五把尺之三 展覽架構	24
案例分享 逆轉勝：臺灣棒球特展	26
案例分享 迫力·破力：戰後臺灣社會運動特展	28
策展五把尺之四 展覽素材	30
策展五把尺之五 空間氛圍	34
空間氛圍練習題 島嶼·地動·重生：921 地震十五周年特展	41
重點回顧	43
附錄：展覽架構圖	44

為什麼要學策展？

展覽是透過空間，轉化某件你想要說的故事或議題，與人產生溝通的形式。

而「策展」是形成展覽的過程，需要廣泛與綜合的能力：從田野調查研究、主題與議題選擇、物件的篩選與詮釋，到空間設計和視覺規劃，都是在策展中會思考到的事情。

雖然策展看似複雜，但都只為一件最重要的事，那就是「**如何說好一個故事**」。好故事要讓人聽得懂、感受得到，我們在日常生活中也不斷練習著，舉凡在社群平臺上發文、與人交流對談、或在自己的空間中營造某種風格，都是試圖傳遞訊息給周圍的人。所以**日常生活本身就是一個「策展與觀展的過程」**，你的每一個選擇都是在與這個社會及環境溝通，傳遞想要訴說的價值。

所以，將「策展」拉回到日常來看，就容易多了。

在田野與故事的工具書中，我們提到田野技巧與思考故事的方法，帶領大家發現並說出自己的故事。而在這本當中，我們希望將策展概念變成一種思考的方法，目的不只是為了「做出一個展」，而是透過策展的過程，去想想如何完整呈現一件事情。首先我們邀請不同領域的工作者來分享「策展是什麼？」以及「策展需要具備什麼樣的能力？」，接著揭開所謂「策展團隊」的神秘面紗，最後與大家一起練習策展思考的方法，當你有一個訊息想要傳遞給大眾時，可以如何透過「策展」達到呢？

他們這樣說策展

插畫家 / 策展人
Ballboss

我常常在演講時，被問一個問題：「為什麼我們原本覺得這件事情很平凡，但在你眼中看起來這麼有趣，被你講起來也這麼有趣？」

隨時保持善感，大概是我的工作常態。善於感受、觀察生活周遭，哪些現象值得多看、多討論，這是我覺得做策展工作，最基本也最重要的能力。

當然這些經驗不一定是故意去蒐集的，正是因為擁有日常生活累積，我們才能在策展題目出現後，把腦袋資料庫通通翻出來，繼續做更多的經驗與體驗。我常常覺得，如果我對一件事不熟悉，寫什麼都像自己在亂屁，但若是直接讓自己置身其中、很認真去了解的話，那個體驗到的結果真的會出乎意料！

我之前在臺中策劃過一個討論「不動產」的展覽，「假裝」自己是房仲業者，創作近百棟真實存在的房屋插畫，邀請大家一同賞屋、鑑屋。

其實一開始在寫架構的時候，我對不動產還不是很了解，只覺得他們就是在炒房地產、把居住需求變得很商品化的人，所以展覽設計很像都在批評這件事。

但為了**做更多研究**，我開始假裝自己要買房子，實際去和房仲洽談、看屋，甚至深入訪談許多買房的人，突然就完全對這個行業改觀。其實房仲就是在做需求與供給的連結，實際把自己放進去後，才會了解他們真正的樣貌。最後的展覽雖然仍帶有批判意味，但少了單方面的指責，增加更多思考空間。我試著讓大家在與展品互動的過程，感受自己對房屋的需求、以及房價帶來的衝擊，一同思考房子真正的價值是什麼，人們到底需要付出多少才能獲得一個家？

任職於策展公司 Sabrina

大學辦政大金旋獎，那時還不知道自己在策展，慢慢後來接觸到這個詞，我才覺得我們在傳達一個價值和訊息，就像策展的概念。

我上班的策展公司，分為專案部、設計部和策展部，專案部負責管理時程及預算、設計部做平面和空間的設計、策展部則主要引導創意走向。我在專案部像是協力的角色，可能負責一個案子的宣傳、撰寫展板文案，有時也需要和展覽的藝術家、廠商接洽。其實從大學到現在，我對策展的想像沒有太大改變，體會比較深的反而是做事標準。以前我們可能覺得學生能做到這樣就很不錯了，但出社會沒有「還不錯」這件事，只有好跟不好，沒有 70、80 分，只有 100 分。工作之後，才看到更多策展的細節，若真的要做到最好，要注意很多東西，這些是在當學生時看不到的。

我覺得做策展很難的是，要培養自己的「鑑賞」能力。我們必須篩選內容給觀眾，所以要能分辨什麼是好、什麼不好，什麼是適合這個主題的、什麼不是。為了培養鑑賞能力，我們要在生活之中多看多聽多想，不一定是看展覽，可能是看戲劇、或是電影。畢竟現在策展有很多形式，看不同東西會有不同刺激，這些刺激帶給你好奇，好奇也讓你看到更多。

除了鑑賞，我也覺得要學習把自己的故事寫出來，策展是用熟悉的媒介和資源說一個故事，但要怎麼把這個故事說的不一樣？很多人可能覺得寫字沒什麼，但要真的有論述能力，才能把一件事說好。所以要多看書、多閱讀，這也是我一直在努力的，因為我以前很討厭看書，而且工作越來越忙，也會很難找時間閱讀。

世界公視大展精選是播映全球公視優良作品的影展，我的工作執行整個影展製作流程，從選片、挑出 NHK、BBC、阿拉伯地區，甚至是東歐國家公視的優秀作品，包裝影片、想片名、翻譯、寫介紹文案，設計行銷企劃、宣傳影展、公關合作到行政流程等，全部流程都要做過一遍。記得上班第一週就拿到一個超大的硬碟，說要把 100 多部的紀錄片看完，偷偷說有時候真的會看到睡著，但更常被裡面的影片感動。


其實我以前是不太看影展的人，但世界公視大展精選讓我發現更大的世界。我因為這個影展接觸到各式各樣的人，不論是在臺灣投入國際議題的媒體、公司，或是在國外拍攝紀錄片的影人。而且由於紀錄片也需要市場的支持，所以我們能在選片的過程中，發現當年度國際普遍重視的議題是什麼，有時用這樣的觀察回頭看看臺灣，在討論這些議題時有沒有跟上國際趨勢，是個很有趣的經驗。

做這個影展時我覺得最難的大概是行銷規劃，要怎麼讓大家願意從簡進到繁，來看這個議題生硬的影展？在宣傳的時候，如果我把這個影展說得輕鬆又簡單，可能會吸引到非常多人，但我又希望大家是真的有興趣才來看影片；不過如果好好介紹這個影展的議題，又怕太嚴肅沒有人想要來看，所以很矛盾。其實也有很多人會在影展中睡覺，那時滿沮喪的，後來試著放下自己的成見和得失心，試著轉換角度思考。雖然我們有想傳達的價值，但並不是自己做了什麼努力，對方就一定得到什麼收穫，如果影展中有十分之一的人接收到，那也達到了十分之一的目的，這是在這份工作中，得到很大的體悟。

策展團隊中的角色

臺史博策展團隊大公開！

在前面有提到，策展需要廣泛與綜合的能力，究竟一個展覽需要哪些人一起才能完成呢？現在我們先來看看臺史博的策展團隊吧！



指導單位	指導單位通常是上級單位，對臺史博來說是博物館的隸屬單位「文化部」，對學校來說可能就是教育部。
主辦單位	國立臺灣歷史博物館，就是我們自己啦！
統籌指導	像是總召的感覺，這邊就我們博物館的大家長，館長啦！
行政指導	展覽的流程管理者，確保每個環節都在軌道上如期進行。
內容諮詢顧問	博物館要展出的主題很多，許多內容需要各領域專家擔任顧問，提供諮詢服務。
展覽統籌	負責展覽所有面向的品質，在臺史博是展示組組長。
展覽策辦	實際策劃展覽的人，包含內容生產與空間設計。
展場協力	負責展覽現場的技術與人力支援。
文物保存維護	負責照顧與保存展覽的文物，確保它們安全。
教育推廣與行銷	負責行銷展覽與推廣內容，吸引觀眾走進展場。
展覽設計製作	負責設計展示，並且動手完成展覽。

感謝

感謝名單

感謝以下單位與個人提供文物、文獻、影音及諮詢協助充實本展覽
(依筆畫順序排列)

單位

中央研究院資訊科學研究所	公民行動影音紀錄資料庫	北區捷運電聯車駕駛產業工會
台灣人權促進會	台灣同志諮詢熱線協會	台灣綠色小組影像紀錄永續協會
地球公民基金會	新北市立板橋高級中學學生會	後勁社會福利基金會
秋惠文庫	原住民族電視臺	原民會臺灣原住民族圖書資訊中心
桃園市空服員職業工會	桃園市機師職業工會	消防員工作權益促進會
能盛興工廠	財團法人吳三進台灣史料基金會	慈林教育基金會
嘉義縣阿里山社區關懷協會	綠色公民行動聯盟協會	臺南新芽
臺灣航太修護產業工會	臺灣獨立建國聯盟	臺灣鐵路產業工會
樂生青年聯盟	臺南市社區大學	香港遠城青年
觀樹教育基金會	口湖鄉拒設火葬場自救會	美濃愛鄉協進會
台灣國際勞工協會		

個人

王永良 王信長 王家蕙 王傑 台邦·撒沙勒 平烈浩 夷蔣·拔路兒 朱震 江偉華
何康美 吳安仁 吳蕙如 呂布民 呂東燕 宋小海 巫宛蓉 李三沖 李永龍 李怡靜 李承鑫
李明照 李信燕 李根政 李燕梅 李滢 辛佩宜 林生祥 林子昉 林信誼 林奕吾 林祐丞
林慧如 林瓊華 林馨怡 祁家威 邱羽凡 邱毓斌 邱靜慧 侯季然 段洪坤 柯乾楠 洪申翰
洪瑩發 胡佳君 馬耀·武道 晁瑞光 高郁宜 崔傑欣 張書元 張富雄 楊宜宜 梁慧慧
莊庭瑞 莊瓊柔 莊凱宇 許全義 郭佩宜 郭碧純 陳秀蓮 陳俞劭 陳建勳 陳鳳萍 陳慧娟
陳萬水 曾虹文 曾婉諭 游凱婷 游騰傑 黃介山 黃佳平 黃長玲 黃昭凱 黃懿婷 黃淶
黃銘崇 葉麗珠 葉國田 詹博穎 廖崇倫 趙剛 劉逸姿 劉家國 劉嘉圭 潘小俠 蔡依林
蔡明華 蔡美莉 蔡榮芝 鄭國忠 鄭智偉 鄭雅菱 蕭農瑀 賴偉傑 戴章皇 謝仕淵 謝艾倫
鍾慧沁 蘇盈蓉 蘇峯楠 嚴婉玲

策展團隊

指導單位：文化部	展場協力：周哲宇、陳明祥
主辦單位：國立臺灣歷史博物館	文保維護：陳靜寬、黃滄慧、鄭勤惠、張路宏
統籌指導：林崇熙	推廣行銷：吳佳霓、林潔琪
行政指導：楊仙妃、莊佩權	導覽解說：蕭軒竹、王亭涵
展覽統籌：張淑卿、石文誠	展覽設計製作：有心設計事業有限公司
展覽策辦：曾婉琳、鍾如、葉萱萱、張瀛之	文物布展：玖修企業有限公司、薪傳文物修護工作室
內容協力：陳玉珍、黃裕元、黃清雲、蔡源斌、葉永欽、郭惠珍	文物包裝運輸：安全包裝股份有限公司

圖為臺史博「迫力·破力：戰後臺灣社會運動特展」策展團隊

除了上述的策展團隊之外，不要忘了那些願意提供展品給我們，真正走過那段歷史的所有借展人，沒有他們，展覽也不會成形！

從策展團隊介紹中，我們知道一個展覽的形成，需要非常多人力配合。但如果沒有這麼多人要怎麼辦呢？我們可以從剛剛的團隊中，將策展所需要的角色，大略分成以下四類：

1. 主題的發掘與內容文字生產

一個展覽的形成需要龐大的內容支撐，這部分需要事前針對選定的主題進行深度研究、踏查及故事蒐集。其中可能包含人物訪談、物件找尋與確認、內容分析與組織展覽架構，讓這個主題可以在一個被設計好的脈絡及概念下發展。

研究人員

2. 展示設計與溝通

研究好內容與物件之後，展示設計與溝通需要把這些資料進行轉化，變成參觀者聽得懂的語言。這時候「人」的思考非常重要，如何安排各單元在空間中的位置、設計文字的內容、閱讀順序、觀眾動線與空間氛圍等，讓展覽達到與觀眾溝通的目的。

展示規劃人員 # 展示設計人員 # 展示製作人員

3. 文物、物件的安全維護

展覽中可能會有許多歷史文物需要保護，針對展示空間中物件所在的位置、文物的脆弱程度，去衡量它的保護措施應該怎麼設計及製作，包含燈光照度的調整、展台材料的選定及擺放方式的思考等。

文物保護人員 # 文物運輸人員 # 文物佈展人員

4. 服務、教育推廣及行銷

展覽完成之後，最重要的就是吸引觀眾來展場看展啦。抓準展覽核心概念，進行精彩的導覽解說、集思廣益發想延伸活動，讓觀眾更深刻了解展覽內容，也能開發周邊商品讓觀眾把展覽帶回家。

教育活動規劃 # 活動執行 # 行銷推廣

給學校的小 tip

以學校的分工來說，大家可以先一起做田野調查，把內容、架構及蒐集的物件確認好，再一起執行展覽設計與後端的教育與行銷推廣活動，一方面讓每個環節都能紮實地被執行，另一方面也讓學生參與到策展的各個面向。

說說你的看法

你覺得一個成功的展覽還會需要那些專業來支援呢？

你覺得自己適合擔任哪一種專業的角色？

針對展覽中的角色分類，你有沒有不一樣的看法？

案例分享

瀛海中學：我身邊的新臺灣人特展

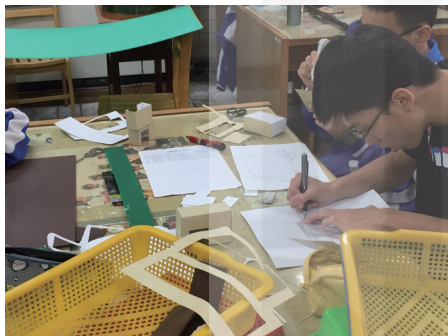
除了博物館的專業策展外，我們也一起來看看臺史博與瀛海中學高中部學生合作的【**我身邊的新臺灣人特展**】，是如何透過策展挖掘議題與表達觀點吧！

瀛海中學高中部學生實際走訪，深入認識身邊的新住民朋友，有的是家人，有的是鄰居，有的雖然住在同個社區卻從沒機會講到話。這些人如何決定要到臺灣成為臺灣人呢？在他們身上發生哪些故事？在臺灣的生活和以前在自己國家生活，又有什麼不一樣呢？從想像、訪談、理解到同理，學生透過【**我身邊的新臺灣人特展**】，好好訴說這些故事。

過程

1. 事前研究 透過訪談將最真實的故事與心情記錄下來。
2. 展示規劃 思考展覽中可以應用哪些代表性的物件與畫面。
3. 展示規劃 梳理文字內容、整理物件、設計展覽的觀看順序。
4. 空間規劃 嘗試不同材料在展覽空間中的樣子。
5. 展場佈置 開始佈置展覽！

1	2
3	4
5	





空間氛圍
展覽內容延伸創造的感受

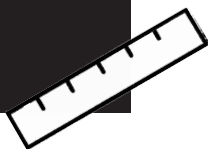
4

5

展覽素材
展覽內容延伸發展出的物件安排

策展五把尺之一

核心概念



每個展覽都會有一件最想講的事情，而那就是展覽的核心概念。

要找出最想講的事情，首先我們得先問問自己「為什麼想做展覽？」，核心概念可能從某個觀察或事件出發，例如：青少年手機成癮、工廠空氣污染，但那只是引發你想要討論這件事的開端。在開始策展之前，我們必須再更進一步思考：為什麼你想讓觀眾知道這件事情？你想讓觀眾看見什麼？感受到什麼？從主題之中找到聚焦的方向，傳遞想要訴說的價值，這就是核心概念。

確認核心概念，能夠凝聚大家規劃展覽時的共識，幫助展覽精準傳遞想說的內容；有了核心概念，也能讓觀眾在看展時，透過空間中有脈絡的敘事、氛圍的設計呈現，更順利的抓住與感受展覽想要傳遞的事情。

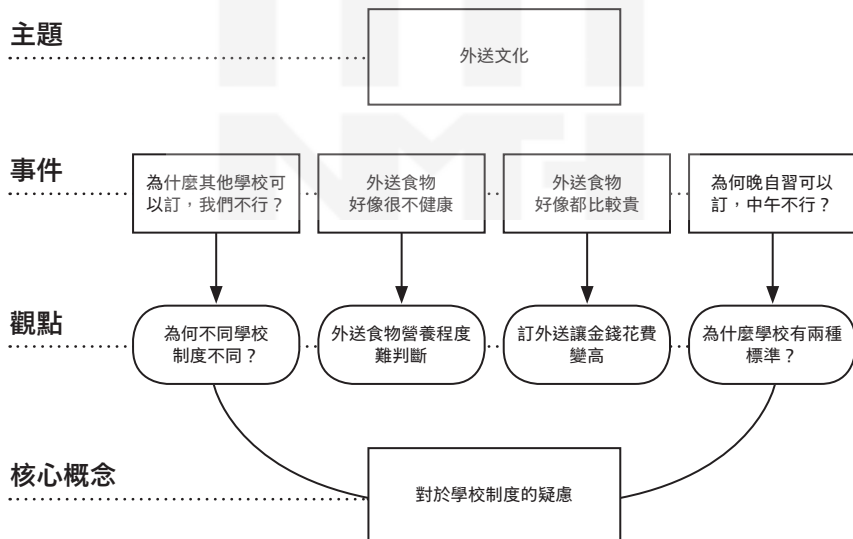
確認核心概念是個長時間討論與反覆推敲的過程，每個人都必須仔細思考，在這個主題之下，真正讓你好奇、在乎的是什麼？這絕對不容易，甚至可以說是**很難的事情**。透過前兩本工具書，我們可以利用田野與故事的方法，深入想討論的主題，不斷往下探索，你會慢慢發現自己最在意的面向。

然而一個展覽的核心概念只有一個，我們必須在所有人之間找到共識。透過發想及收斂的方法，快速在某個主題聚焦核心概念，再針對這個核心概念發展相對應的內容。

案例分享

野蠻秩序：青少年數位策展工作坊

2019 下半年我們舉辦了「青少年數位策展工作坊」，邀請學生從自身出發，針對自己有興趣的主題進行線上數位策展。在聚焦核心概念的過程中由於本組學員來自臺南而當時外送訂餐 App 剛在臺南市開放，因此大家想要以「外送文化」為展覽主題。



Step 1 分享事件：

我們請大家針對「外送文化」，提出自己這個主題下，聽到或是想到的事情，例如：

1. 為什麼其他學校午餐可以訂外送，我們學校卻不行。
2. 外送食物營養程度無法掌握。
3. 晚自習可以叫外送，中午卻不行。
4. 外送會讓金錢花費變多。

Step 2 分享觀點：

提出事件之後，我們進一步與學生討論：「這些事件給你的感覺是什麼？」「為什麼你會在意這些事情？」「為什麼會想分享這個故事？」讓學生去思考自己與這個事件的關係，找到自己的觀點與想要告訴觀眾的理由。

Step 3 聚焦核心概念：

在學生們描述對事件的觀點後，我們一同檢視每個觀點是否有相似的面向，討論每個觀點，並聚焦出大家最在意且最有感受的核心概念。

我們發現「其他學校可以訂外送」以及「晚自習可以叫外送」與「學校制度」有關；而「外送食物的營養程度」與「訂外送的金錢花費」則偏向「外食與在校用餐的優缺點比較」。討論之後大家最想討論的是對於「學校制度不一的疑慮」，並將核心概念設定為：**學校針對外送制度的討論。**

從這個核心概念來看，就不會是包山包海的全面討論「外送服務」的文化，而是更鎖定在與自己有關的面向去討論，這樣也能更深入且有主題性的發展內容。

有時展覽不一定從一個特定主題出發，而是先有學生產出的作品或故事，才構想展覽內容。因此在教師策展工作坊中，我們模擬另一種策展發想形式，請大家發散分享自己對物件的想法，接著聚焦核心概念。

Step 1 提出物件 / 故事：

請大家分享一個故事，或是拿出一個對自己有意義的物件、作品。

Step 2 分享觀點：

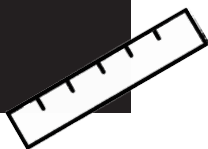
分享這個事件或故事對你的意義，並且給這些東西一個屬於它的「關鍵字」，建立起想要與觀眾訴說的觀點。

Step 3 聚焦核心概念：

從這些不同物件的「關鍵字」中，找到最普遍或是概念最相近的字詞，作為展覽的核心概念，也從此核心概念出發，為其他物件找到連結的方法。

策展五把尺之二

目標觀眾



確定想說什麼後，接著我們要來思考：這個展覽想給誰看？也就是你的目標觀眾。

在這裡千萬不能說目標觀眾就是「大家」、「大眾」，因為我們不可能做出每個人都想看的展覽，所以設定觀眾是非常重要的。事先知道可能會來看展的觀眾是誰，就像知道自己在對誰說話一樣，讓想表達的內容更加精準，也能時不時回頭檢視，這些目標觀眾是否能接收到你傳遞的訊息。

我們可以透過三個問題思考目標觀眾：

1. 為什麼要做這個展覽？想要傳達的核心概念是什麼？
2. 你想要傳達這個價值給誰看？為什麼想對他們說？
3. 對他們說之後，希望產生什麼樣的影響？

分析目標觀眾

換位思考

設定好目標觀眾是誰，我們可以用下面這個觀眾思考表，好好了解一下你的觀眾。換位思考，想想為什麼他們會想來看這個展？他們希望得到什麼？將適合這群觀眾的元素加進展覽中，增加觀眾對展覽的理解與感受。

思考點	思考的作用
基本資料 年齡、性別、職業…	分析基本資料讓展覽設計更符合觀眾需求。像是從年齡推測觀眾的身高、行動便利性，就會影響展場的動線以及展架高度；也可以推測觀眾的學習程度，影響展場內放置的文字展板數量、調整展板文案等等。
看展的動機	分析這群觀眾可能會來看展的原因，找到引發他們觀展的動機，一方面能利用這個動機進行行銷推廣、另一方面也能回頭檢視，這個展覽最終有沒有滿足觀眾的需求。
平時出沒的空間	分析這群觀眾平時會出沒的空間，如果希望他們看展，就可以把展覽安排在離這些觀眾近的地方。比方說，如果目標觀眾是高中生，展覽可能就要選在交通易達之處；如果對象是兒童，就不會選在大學圖書館裡。
平時的興趣與愛好	通常大家會對自己熟悉的事情有感覺，再去接觸比較陌生的內容，分析觀眾平時的興趣，找到他們可能與這個主題共感的經驗，能幫助我們決定要放什麼、不放什麼，什麼樣的內容才適合這群觀眾。

在觀眾分析表中，我們有提到觀眾「出沒的空間」，盡量選擇這些目標觀眾會出現的地方進行展覽。可是如果還沒決定目標觀眾之前，展覽的空間就已經被決定，這時我們需要換一個方式來思考目標觀眾，我們可以去想想：**這個地方會有哪些人出現？**

從被決定的展覽空間出發，用三個問題分析你的目標觀眾：

1. 這個空間有誰會來：

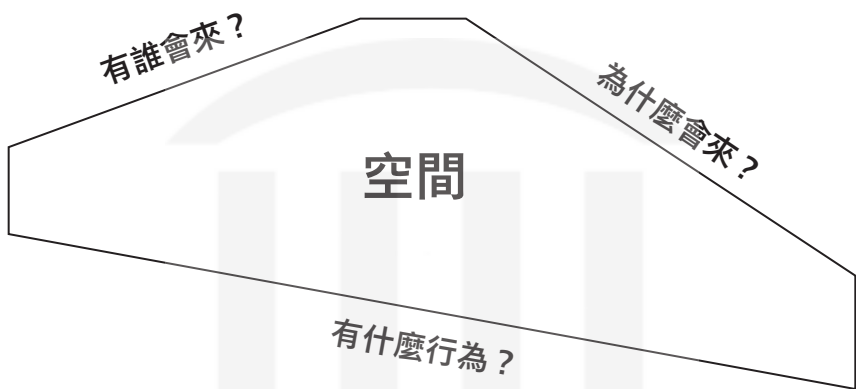
這些人來到你的展覽空間，可能就是你的目標觀眾。

2. 為什麼他們會來這個空間：

這些人原本來到這裡不一定是為了看展，了解他們來到這裡的動機，從觀眾的期望去思考展覽的設計與互動。

3. 這些人有什麼行為：

這邊可以回到「觀眾分析表」，分析他們的基本資料與興趣愛好，決定放入的展覽內容。



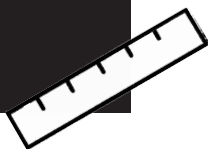
練習看看

如果你的展出空間被限制了，練習用上面的方法去思考，這些地方會有什麼樣觀眾，要如何設計展覽的內容與形式？

1. 車站前面的廣場
2. 學校迴廊
3. 博物館的展間

策展五把尺之三

展覽架構



知道自己想要說什麼，也確定目標觀眾後，接下來我們要設計整個展覽的架構。雖然展覽的內容是分散在整個空間中，但其實它們都有被建立觀看順序的。想像一個觀眾走進你的展覽，應該最先看到什麼？要如何安排順序，讓觀眾一步步理解你要說的事情呢？

依照博物館的架構，我們通常會幫展覽分成幾個「單元」，把想要講的事情分類，並建立它的觀看順序。要如何幫單元分類呢？這邊我們來介紹幾種最常見的方法：

時間：

如果整個展覽內容是有時間次序的話，利用時間分類，能讓觀眾感受到事件演變的過程，我們可以使用簡單的 before/ after 對照、也能拉出一個時間軸，將想要講的內容按照時間放進不同單元中。

空間：

如果你想要講的事情，它發生在很多地方，就可以依照這個事件在不同空間中所發生的內容，作為分類的依據。

*

時間和空間是展覽中基礎且重要的分類概念，不同的分類方法會帶給觀眾不一樣的感覺。舉例來說，今天如果要策一個關於「河川污染」的展覽，運用時間分類，能呈現臺灣不同時期河川污染的狀況；透過空間分類，就能呈現此時此刻臺灣有多少河川面臨污染問題。

類別屬性：

除了時間和空間，我們也可以延伸展覽內容其他的討論面向，比如廟宇相關的展覽中除了「歷史演進」外，也可以談到「建築特色」、「社區互動」等不同類別屬性的分類；河川污染除了「污染地區」的呈現，也可以談及「污染原因」、「污染的物質」、「造成的影響」等類別屬性，來呈現這個議題的不同面向。

這些分類方法只是參考，實際上還是要依照展覽內容做出適合被冠上的分類及架構順序。

練習看看

試著和夥伴討論，建立起展覽的架構吧！

層次	核心概念	單元名稱	內容
單元一			
單元二			
單元三			
單元四			

案例分享

逆轉勝：臺灣棒球特展

臺灣棒球特展根據棒球場內野形象設計，主要分成五個單元：第一部分介紹棒球起源、傳播及孩子的純真夢想；第二部分由四個壘包組成，引領觀眾走過臺灣棒球發展的各個階段，並思考臺灣棒球未來「回本壘的路」；第三部分在左外野方向，分享臺灣棒球歷史上，邁向榮耀的兩個關鍵點；第四部分「冠軍的代價」在三壘線旁，討論棒球運動發展所面臨的問題；最後透過「圓夢 棒球之路」帶觀眾再一次回顧臺灣小朋友真摯、單純的棒球夢。



掃 QR code



用 720 度環景觀看展覽吧！

層次	單元名稱	內容
單元一	世界棒球村： 那群打球的孩子們	
單元二	回本壘的路	開始的路：野球時代 轉折：從野球到棒球 進入得點圈：三冠王世代 衝向終點再出發：1980 年之後的成棒與職棒
單元三	逆轉勝： 從嘉農到紅葉	嘉農 KANO 1931 紅葉傳奇 1968
單元四	冠軍的代價	
單元五	圓夢 棒球之路	

案例分享

迫力·破力：戰後臺灣社會運動特展

戰後臺灣社會運動特展從社會運動前的集結準備、運動執行，到運動後沈澱、累積與再出發，窺探戰後臺灣社會如何在不斷的運動衝撞、意見角力中，蓄積動能。



掃 QR code

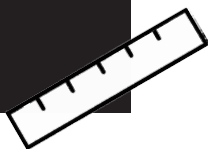


用 720 度環景觀看展覽吧！

層次	單元名稱	內容
單元一	總說迫力·破力： 戰後臺灣社會運動 特展	
單元二	暖身	
單元三	出發： 社會運動記事	<p>樂生故事</p> <p>(1) 院民故事：蓋回拆掉願出的茆蒿枝 (2) 院民故事：收集立法院會客證的李添培 (3) 樂生小常識：什麼是漢生病？ (4) 樂生小常識：樂生倡議小史</p> <p>在自己的土地上流浪</p> <p>(1) 終結吳鳳神話 (2) 為歷史正義而走</p> <p>攸關性命的權利之爭</p> <p>(1) 一場休息時間的戰爭 (2) 工會與工運小常識</p> <p>年輕就是敢 / 感動</p> <p>(1) 爭取學習自主權 (2) 校園內的青春革命 (3) 廢工廠的社會心聲</p> <p>Love is Love</p> <p>(1) 一個人的彩虹行動 (2) 電話線彼端的奧援 (3) 玫瑰少年的故事</p>
單元四	一個能動的社會	為明日收藏的當代行動

策展五把尺之四

展覽素材



設計好展覽架構，知道要「說什麼」之後，那我們應該要「怎麼說」呢？

你一定會納悶，不是就寫出來就好了嗎？不不不，想像自己走進一個只有文字的展覽，應該就像直接被夾進一本厚厚的書裡面，一不小心就暈倒了吧！雖然文字非常重要，能幫助展覽清楚論述所要傳遞的價值，但這樣還不夠，除了文字，我們還需要更多「幫助展覽說話的東西」，也就是展覽的「素材」。

展覽中能有什麼樣的素材呢？大家翻到下一頁有一張表格，現在我們先來介紹這些素材，以及他們能夠發揮什麼功用。

物件：

顧名思義就是實體的展覽物件了，這些物件能用來介紹、解釋、或是延伸展覽的內容。舉例來說，如果我們今天要介紹一個人的過去，可以找一些屬於他的代表性物件，像是一副使用超過 30 年的眼鏡、一封書信，或是當年來臺灣所帶的皮箱等等。

圖像、影音：

圖像與影音容易讓觀眾還原當時場景，像是田野過程中紀錄的現場環境、訪談影片、當地的語言紀錄、不同文化儀式的舉行等。甚至對於不能被外借或帶走的物件，我們也能用圖像與影音呈現，在攝、錄影很方便的現代，別忘了多運用它蒐集素材喔！



裝置：

裝置多是為了此展覽設計的物件，用來創造觀眾的「感受」和「體驗」，透過裝置除了能增加觀眾的感官體驗，讓他們對展覽內容更深刻外，在裝置中增加互動的元素，也能讓觀眾更感同深受。例如：談及河川污染，可以呈現污水顏色、或製造河川臭味與觀眾互動。

資訊圖表：

資訊圖表是透過視覺化圖像的整理與呈現，讓複雜資訊變得簡單清晰。像是年表、人物關係圖、地圖、漫畫等，去轉化展覽內容中，需要龐大文字才能說清楚、或運用圖像更容易理解的地方，增進觀眾對展覽內容的認知。

其他：

還有沒有你覺得可以用來讓你的故事內容更豐富的素材呢？

練習看看

現在讓我們一起腦力激盪，把你想要講的故事拆開，去想像可以運用什麼樣的素材，轉化你的展覽內容吧！表格中左列分別是人物、事件、時間和地點，我們可以把展覽內容區分成這幾種類別；上欄則是素材表現的不同形式，大家也能延伸出自己想到的形式。

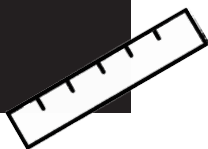
	物件	圖片、影像、聲音	裝置
人物	衣服、日記、收藏品	肖像(照片、畫)、合照…	依主角年齡按按鈕，聽到主角不同年紀所聽的音樂
事件	被汙染的泥土	因汙染而呈現彩色的河面照	氣味瓶
時間 / 時代	時鐘 (事發當下)	清晨的圖片	快速流動的光線
地點 / 場景	當地紀念品	語言的錄音、風景照片…	造景復原



資訊圖表	還有什麼素材呢？
人物關係圖	
事件 6 格漫畫	
紀年表	
地圖、路線圖	

策展五把尺之五

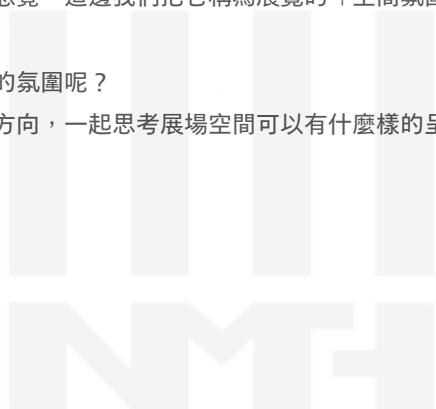
空間氛圍



歷經千辛萬苦，設計好內容與素材後，我們終於能把它們放進展覽中了！不過把這些內容都放進去之後，我們要如何讓展覽擁有整體感，讓觀眾走進展場，就能感受到我們想要傳達的核心概念呢？除了展覽內容本身，我們也能運用「空間」來傳遞想給觀眾的感覺，這邊我們把它稱為展覽的「空間氛圍」。

而要如何營造展覽的氛圍呢？

這邊我們提供三個方向，一起思考展場空間可以有什麼樣的呈現。



1. 色彩：

我們可以在空間中透過顏色的設計，營造出展覽想要帶給觀眾的感覺。在這個世界中，不同的顏色給人不同的感覺與意義，紅綠燈的紅燈有禁止的意思，那為什麼紅色也能代表熱情？將房間塗成鵝黃色可以幫助集中注意力、藍色給人憂鬱的感覺、喜歡粉紅色會被說很「少女」、選擇灰色的人常常沒自信？色彩有許多被詮釋的方式，你對這些顏色的感覺是什麼？



【921 地震十五週年特展】透過紅色塑造緊張的氛圍，在營造空間氛圍時，我們可以從展覽的核心概念，找出他們想帶給人的感受，並從這些形容詞中聯想相對應的顏色，創造與觀眾共感的視覺感受。

2. 故事場景：

我們可以把空間包在一個故事場景中，萃取展覽中可能令人印象深刻的感覺，讓觀眾走進展覽就有進去「異世界」的氛圍中。



【上學去：臺灣近代教育特展】將時間（時鐘）意象放入空間，帶出當時教育帶來的「規訓」氛圍。



【逆轉勝：臺灣棒球特展】將展場設計成棒球的內野會場，讓觀眾彷彿是這些棒球選手，體會棒球在臺灣的歷史發展與熱血沸騰的過程。

3. 觀展方式：

最後，我們可以假裝自己是個觀眾，從觀眾的角度去想：他們會希望怎麼看展？透過換位思考，創造不一樣的觀展體驗，讓看展過程變得更有趣好玩。



瀛海中學台江社的【水水：我家門前有條河】觀察創作展，將展品擺在輸出的水壙上，讓觀眾蹲下來與展品互動，就像親近河流一樣。



台南一中學生在【悅耳的失真：竹園岡黑膠唱片特展】設計了大型音罩，讓觀眾可以把整顆頭放進去欣賞黑膠音樂，並製作大型留聲機裝置，製造強烈的主題視覺意象。

練習看看

思考如何創造出讓觀眾印象深刻，
並且能透過這個方式呼應展覽內容的觀展方式吧！

色彩		故事場景	觀展方式
主要顏色（一種）			
次要顏色（兩種）			

以上這 3 個是比較常見，也比較好聯想的思考工具，當然展覽設計最有趣的地方就是團體討論、腦力激盪的過程，而這些設計內容、詮釋手法會在這個過程中慢慢地被形塑出來。

空間氛圍練習題

島嶼・地動・重生：921 地震十五周年特展

臺史博 921 地震十五週年特展，由「晃動的搖籃」、「記憶的餘震」、「生活的回穩」和「島嶼的重生」等四大展示主題，將 921 地震放進歷史脈絡，重返 1999 年 9 月 21 日當下與其後的時刻。

現在我們一起藉由這個展覽的空間氛圍營造，分析裡面運用了色彩、故事場景與觀展方式吧！掃 QR code 進入展覽現場，並回答這些問題：

1. 透過海報的設計我感受到什麼？
2. 海報上用了甚麼樣的手法來呼應 921 地震的主題呢？
3. 你覺得這個展場選了哪些顏色做代表？
4. 進到展場中是否觀察到故事場景的營造？
5. 展場的設計運用了哪些不一樣的觀看方式呢？





重點回顧

聚焦展覽核心概念

聚焦核心概念能有效幫助你把話講得更清楚，一個展覽主題絕對可以從許多面向去探討，記得不能貪心什麼都想說，會什麼都說不清楚喔！

確定目標觀眾

設定展覽的目標觀眾，在設計展覽內容與空間氛圍時，能更精確傳遞訊息給他們。想想他們為什麼對這個展覽有興趣、希望能從展覽得到什麼？

建立展覽架構

建立展覽架構，一方面檢視展覽內容是否符合核心概念，另一方面確定這些內容按照適當的脈絡與閱聽順序排列。

延伸展覽素材

展覽中除了透過文字幫助傳遞概念，也需要利用不同素材幫展覽說話，增加內容與資訊傳遞的層次，讓觀眾更能感同身受。

創造空間氛圍

運用空間色彩、故事場景及觀展方式的思考，來創造對目標觀眾有共鳴的空間氛圍，讓觀眾走進展場就能感受到展覽的核心概念。



看完這本書後，我們要和大家分享一個資源——「看見臺灣故事數位學習平臺」，這個平臺透過每部約 10 - 20 分鐘的教學影片，將策展概念拆解，解釋其中的基礎概念。除了基礎概念解釋，更有博物館與相關領域專家，帶大家深入理解策展喔！

看見臺灣故事數位學習平台
nmtheducation.nmth.gov.tw



“

我們不要試圖用一個答案去解釋一個無限的想像

—— 陳珊妮，2019 巡迴演唱會 404 (*not found*)

”

策展是個無限的想像，
方法只是開始，
期待你也有屬於自己的策展思考！

附錄

展覽架構圖

<p>展覽主題</p> <p>.....</p> <p>核心概念</p> <p>.....</p> <p>展覽整體氣氛及呈現想法描述</p> <p>.....</p>		
單元一 名稱	單元二 名稱	單元三 名稱
單元一 介紹	單元二 介紹	單元三 介紹

單元一 蒐集到的素材			單元二 蒐集到的素材			單元三 蒐集到的素材		
序	素材	尺寸	序	素材	尺寸	序	素材	尺寸
1			1			1		
2			2			2		
3			3			3		
4			4			4		
5			5			5		
6			6			6		
7			7			7		

請畫出你的展場構想圖

策展 五把尺

5 Ways to Think About Curating

故事
策展
工具
包

發行單位 | 國立臺灣歷史博物館

發行人 | 林崇熙

統籌指導 | 楊仙妃、李雪敬

總編輯 | 吳佳霓

執行編輯 | 劉培弘

教育現場夥伴 | 瀛海中學 楊珮菁老師

地址 | 70946 臺南市安南區長和路一段 250 號

電話 | 06-3568889

傳真 | 06-3564981

網址 | www.nmth.gov.tw

定價 | 非賣品

承製單位 | 史多禮股份有限公司

主編 | 涂豐恩

執行編輯 | 陳思安、古 芹

編輯顧問 | 吳亮衡、張哲翰

視覺設計 | 顏君如

版權所有 · 翻印必究

Stories & Curating T  | Bags

