

出國報告（出國類別：國際會議）

出席 2016 年國際博物館協會展覽交換 國際會議

服務機關：國立自然科學博物館

姓名職稱：楊中信 副研究員

派赴國家：義大利

出國期間：105 年 7 月 3 日~105 年 7 月 10 日

報告日期：105 年 7 月 21 日

摘要

出席 2016 年國際博物館展覽交換協會(ICEE)國際會議，在會議中與國際博物館同行在年度會議交流外，亦參與 3 年一度的協會主席與協會委員選舉投票，並且在會議中介紹可與國際博物館分享的展示資源鳴蟲特展。本次會議在被稱為設計之都的米蘭舉行，會議有來自世界各地的博物館與推展公司人員介紹他們策展與所要推展的展覽，而不是將展覽設計與製作完成後僅在該國與該區域展出而已，而是想要把這些展覽的策展觀念與經驗進行國際交流，甚至是將展覽推銷到世界各地。省思一下國內的博物館展覽與其他文創產業，如果僅以台灣本地為市場，而無以行銷國際為方向，將無法壯大國內展覽產業與提供目前政府積極要培養的文創產業有足夠成長的經濟活水。

目次

| | |
|--------------|----|
| 摘要..... | 2 |
| 壹、目的..... | 4 |
| 貳、過程..... | 4 |
| 參、會議內容..... | 5 |
| 肆、心得與建議..... | 21 |

壹、目的

本次參加國際博物館展覽交換協會於義大利米蘭舉行之會議的目的為：

- 1、參與 ICEE 委員會的選舉投票。
- 2、拓展本館特展合作機會。
- 3、建立國際展示合作人脈。
- 4、了解國際巡展發展。

貳、過程

此次至義大利米蘭參加會議的時程為 2016 年 7 月 3 日至 7 月 10 日共 8 日，路程為 1 天去程與 2 天返程，出席會議與活動時間為 5 天。7 月 3 日啟程前往參加會議，於 7 月 4 日飛抵義大利米蘭後，立即辦理會議登記與參加會議。7 月 4 日參加國際博物館展覽交換協會的議題講演與討論。7 月 5 日上午參加協會議題講演與討論。7 月 6 日在上午參加協會講演及參與 ICEE 委員會的選舉投票，下午參加展覽市集與介紹鳴蟲特展。7 月 7 日參加會議安排的科技博物館參觀與認識 MUDEC 博物館內部工作。7 月 8 日參加 ICOM/ICEE 瞭解食品博物館行程，7 月 9 日-10 日從米蘭搭機返回台灣。

行程如下：

| | |
|----------------|---------------------------|
| 2016 年 7 月 3 日 | 搭機前往義大利的米蘭 |
| 2016 年 7 月 4 日 | 辦理 ICEE 會議登記與參加會議。 |
| 2016 年 7 月 5 日 | 參加 ICEE 議題講演會議 |
| 2016 年 7 月 6 日 | 參加 ICEE 講演與委員會選舉投票及介紹鳴蟲特展 |

2016 年 7 月 7 日 參加 ICEE 科技博物館參觀與認識 MUDEC 博物館內部工作

2016 年 7 月 8 日 參加 ICOM/ICEE 會議了解食品博物館行程

2016 年 7 月 9-10 日 搭機返回台灣

參、會議內容

7 月 4 日 辦理會議登記

ICEE 會議開幕由 ICOM 總幹事 Dr.Anne-Catherine Robert-Hauglustaine 致詞(如圖 1)。致詞完後由米蘭三年期設計博物館 Arturo Dell'Acqua Bellavitis 主席為主講人，講題 I(如圖 2)，演講的重點在談其博物館展覽策展經驗，該館每年的展覽作法是由不同策展人與設計者來做出不同設計想法的展覽；該館不只是重視設計也很重視實際經典義大利設計產品收藏展出；他認為設計重要而且生產設計產品的工廠也很重要，所以他會與工廠產業博物館合作來展出他們的收藏產品；並且推動年輕設計師與老技師在展覽設計活動中進行合作。



圖 1



圖 2

系列 1-主講人 Hillary Spencer(美國自然史博物館全球商業發展助理主任)

講題: New Styles in Audience Engagement/Exhibition

主講者提出以近似二元相對論的觀點來談展示設計，例如物件相對說故事、實體經驗相對虛擬經驗、被策展內容相對使用者產生內容、本土化相對全球化等，講者提出以這樣二元相對論的觀點來進行展示設計來讓你的博物館展示相對特別。(如圖 3)



圖 3

系列 2-主講人 Caroline Dromaguet(加拿大戰爭博物館展覽經理)

講題: Exploring History Through a Life-Size Graphic Novel: The Making of Deadly Skies- Air War, 1914-1918

主講者以 1914-1918 年空戰為展示主題，結合博物館內容團隊、展示設計師與平面插畫家來執行此展示。從歷史史實出發來讓平面插畫家儘量以此為插畫的方向，展示設計師依此將插畫放大讓參觀者有如走入一個放大的插畫故事書中。如果有物件要進行陳列時亦會將其融入在插畫圖版中，或另找合適的插畫故事線的地方將物件進行陳列。(如圖 4)



圖 4

系列 3-A History of the world in 100 Objects.

主講人 Amanda Mayne (大英博物館國際交流經理)

內容: 主講者提出在大英博物館的 100 件世界史的物件特展，在英國與國外的展出經驗，特別是在國外展出時會針對不同地點另外提出符合該地歷史或文化等重要物件。(如圖 5)



圖 5

7月5日

系列 4-Inspired by Fashion: Thinking Outside the Box to Deliver Powerful Temporary Exhibitions

講員：Manon Delaury (遊牧展示國際合作主任)

內容: 講者從展示設計的定義開始說起，她認為設計是將材料、藏品和學院訊息變成一個可理解與具有身體與情感記憶的經驗。這個過程產生了對一個展示的特有視覺、聽覺與空間之個性。她另從透過品牌與故事產生連結的角度來談，提出認識你的觀眾、追求真實性、產生強烈個性、透過故事來產生記憶等觀點來達成這些連結。最後她告訴大家，設計須要有開放視野與清楚目標，並且總是要將博物館或展示的主要任務放在心上。(如圖 6)



圖 6

系列 5-Experiential Marketing and Design: How to Keep It up with Touring Exhibition?

講員：Agnes Ruiz (法國科技城行銷經理)、Kinga Grege(法國自然史博物館巡展經理)

內容:兩位講員提出體驗行銷的驚奇效果如何能在巡迴展中呈現。因為有些文化或場地的巡展限制，有時也須因地制宜，例如他們在規畫狗與貓的特展時需考慮到寵物在法國與巡展加拿大居家環境的差異，因此在巡展加拿大時，居家環境是改成加拿大的居家模樣。要記得專業與客戶需求總是在演進，總要考慮什麼我們的產品(展覽)真實被期許的東西，並且要以協作的關係來和我們的客戶合作。(如圖 7)



圖 7

系列 6-Museum are Leading the Fashion?-Investigation into the New Style of Contemporary Museum Exhibitions

講員：耿鳳英、曾信傑(南藝大教師)

內容:講員主要重點在於談論流行展示走入博物館的理由與歷史。講員認為流行展示逐漸受到大眾歡迎而且有許多獨特性主題的選擇，並且展出流行展示會讓傳統博物館在採用新技巧、新觀念與融入新科技上有所突破。(如圖 8)



圖 8

系列 7- Fashion at the Museum

講員：Yoonji Kim(韓國世界珠寶博物館研究員)

內容:講員從博物館學與教育的角度說起，她認為應從觀眾期盼參觀會是享受與有趣的並且從熟悉的觀念開始學起，來學些東西。在講演中她提出季節顏色理論並且鼓勵觀眾思索物件與它的關係。(如圖 9)



圖 9

系列 8-NaFiM: Interactive Exhibitions as a Means of Informal Film Education for the Public

講員：Terezie Krizkowska、Adela Mrazova (捷克 NaFiM 創建者)

內容：這兩位非常年輕的捷克講員論述他們從 2012 年 9 月的 NaFiM(National Film Museum)學生時代計畫到創建 NaFiM 的想法與過程。她們透過對於展示影片媒體的跨領域研討會與研究和諮詢專家來開始；之後找尋國家及歐盟和捷克製片者的支持，並會在 2016 年 11 月有個新的以互動展示為非制式影片教育的展示誕生。(如圖 10)



圖 10

7月6日

主講人講題 II：Innovation: Planning for the Future of Exhibitions

講員：Myriam Springuel (美國史密森博物館群巡展服務部主任)

內容：講員主要的重點在介紹 Smithsonian Institution Traveling Exhibition Service(SITES)在讓所有主題的大小展覽在美國與其境外展示的作法。她說巡展須要以相同內容在許多與不同的空間進行展出，要留意到技術上的面向如：體輕、耐牢、彈性、緊密裝箱、有內容。而 SITES 尋找創新方向有：彈性、商業計劃、接觸觀眾與社區、拓展 Smithsonian 品牌、運輸物件或提供讓借展者物件展示平台

等。(如圖 11)



圖 11

接下來進行的是 ICEE 年度會議與選舉(如圖 12、13)

ICEE 會員至 2015 年共有 365 個人會員、111 機構會員；財務上 2015 年底帳目有剩餘 8,180 歐元款項，2016 年預算 13,978 歐元(ICOM 支援款項與 2015 帳目餘款)未來會對外尋求其他增加預算款目；未來會議地點規劃：2017 年波多黎各、2018 年尚未決定、2019 年京都(ICOM 三年一度年會)。進行 ICEE 委員會選舉，新任主席為 Antonio Rodriguez。



圖 12



圖 13

下午進行展覽市集活動，由各單位與機構介紹他們的展覽與活動。報告人員有 Dr. Hadwig Kraeutler 介紹 Isotype-Work，Francesca MERE 介紹 New Travelling Exhibitions from Italy，Marlies Kleiferp 介紹 Marilyn Monroe-Reflecting on a Female

Icon，Hillary Spencer 介紹 CUBA，Olivier Retout 介紹 Lascaux: Immortal style?...等。在此展覽介紹活動，最後我也爭取到介紹鳴蟲特展的機會，提出願意與各地博物館分享展示資源的想法。(如圖 14)



圖 14

7月7日

早上參加 ICEE 科技博物館參觀活動，這是一個以達文西科技想法重現展示聞名的博物館，但是它還有 506 潛水艇、火車、飛行器收藏與其他有趣的太空、通訊、化學等主題展示。(如圖 15、16)



圖 15



圖 16

下午參加認識 MUDEC 博物館內部工作活動，開始是聽取 MUDEC 其機構介紹，該機構特別強調以行銷與溝通部門對外爭取支持與募集經費，來讓該機構有足夠的資源來推展展示與教育活動。在 MUDEC 博物館的 Miro(米羅)特展中也有看到 VR(虛擬實境)科技的應用，是用 360°AR 技術來做節目，讓觀眾能 360°觀看米羅的畫室環境。(如圖 17、18)



圖 17



圖 18

7月8日

參加 ICOM/ICEE 了解食品博物館行程，會議安排加入行程會員參觀 PARMA 地區的 The Parmigiano Reggiano Museum(起士博物館、圖 19)、The Tomato Museum(番茄博物館、圖 20)、The Pasta Museum(義大利麵博物館、圖 21)、The Wine Museum(酒博物館、圖 22)、The Ham Museum(火腿博物館、圖 23)等五間博物館，這些博物館不像產業博物館與實際的生產工廠結合在一起，在觀眾參觀完後立即可以進行產品的購買，而是將早期建物整理一下用來介紹當地農業產出的食品。展示方式以傳統陳列方式為主，將較難讓參觀者立即對當地產出食品產生立即購買慾望，而且如果想購買也無法在博物館中買到，其產生的經濟產值將會較差。



圖 19



圖 20



圖 21



圖 22



圖 23

肆、心得與建議

此次至義大利米蘭參加 2016 年的國際博物館國際展覽交換協會(ICEE)會議，在會議中爭取到最後介紹鳴蟲特展的機會，也有吸引到與會人士的注意，希望下次會議時能有找到時間與有意願合作展出單位有深談機會。此次在會議時已找到有意願合作推展我在 2015 年會議中報告的恐龍蛋特展推展單位，這是此次會議對推展國際巡展有所收穫之處。

本次會議有 3000 多人參加的三年一度國際博物館協會(ICOM)會議，國際博物館國際展覽交換協會(ICEE)為其附屬委員會亦吸引超過百人以上的會員出席與會。在 ICEE 會議上，與會成員不僅進行策展觀念與經驗的交流，而且還有推銷展覽的機會。以展覽市場而言台灣是個小市場，如果能走入國際市場將能壯大國內博物館的展覽實力。與展覽同質的文創產業亦同，不論台灣投入幾十億甚至幾百億在文創園區與人員培育上，如果無法擴大市場讓設計製作出的文創商品有通路與銷售的可能，這些對於文創產業的投資將會以失敗告終。

以下為此次參加會議的建議：

- 1.唯有擴大本館展覽市場才能壯大本館的展覽實力與影響力。
- 2.與博物館展覽相同的文創產品，台灣生產的文創品創意與品質不差，問題在欠缺行銷與通路來創造銷售業績。政府如果僅是支出經費在文創園區創設與人才培育而忽略最終文創品銷售的目標，所培養的一大批文創人才創作的文創品無行銷與通路支持，文創人才將會面臨生計問題而無法進行專業創作，文創園區日後亦會沒有成長的活水來維持。