

國藝會

National  
Culture and  
Arts  
Foundation

8

輕閱讀 · 親藝文 [www.ncaf.org.tw](http://www.ncaf.org.tw)

2009年 2月號





東方器樂劇場 II

Chai Found Music Workshop



# 采風樂坊 西遊記

The Journey of  
The Monkey King  
CHAI FOUND MUSIC WORKSHOP

2009.4.4 19:30、4.5 14:30、4.5 19:30

國家戲劇院 票價：300 500 800 1,000 1,200 2,000


購票網站：兩廳院售票系統 www.artsticket.com.tw


購票電話：(02)33939888、(02)25024960

指導單位：行政院文化建設委員會 贊助單位：財團法人益生文教基金會

藝術總監·音樂創作 黃正銘 | 導演 李小平 | 燈光設計 車克謙 | 視覺·舞台設計 李明道

表演藝術  追求卓越

策劃執行：  國家文化藝術基金會 贊助單位：

 建弘文教基金會

 台新銀行文化藝術基金會  
Taishin Bank Foundation for Arts and Culture

## CONTENTS

編輯室報告……秦雅君

2

### 專輯

## 2009 票房行銷當自強

3

藝文票房 M 型化趨勢的來臨——面對 2009 票房環境的行銷思維……劉家渝

4

「漢字寓言：未來系青年觀點報告」的小劇場創意行銷實驗記事……林人中

6

有表演的地方就有我們——高雄平台：南台灣表演藝術協會……林佩蓉

10

嘉義縣表演藝術中心邀請您來當藝術 VIP——嘉義平台：新港文教基金會……李冠儀

12

以表演團隊與觀眾之中介者為己任——台中平台：加侖工作室……鄭芮蓀

14

給他魚吃不如教他怎麼打魚——台北平台：亞藝藝術有限公司……吳佳螢

16

### 創作新星會

有人是流沙，有人是陷 | 在「有河 book」的隱匿與《自由肉體》……王慈憶

18

遊走在肉體滿足與智力遊戲之間 | 記林文中的舞蹈世界……王凌莉

21

他是魏雋展，又不僅如此而已……林人中

24

### 特別報導

國藝會「藝評台」正式開台！ | 台灣藝文評論徵選專案……編輯部

28

台北西區扶輪社「台灣文化獎」獎勵藝評工作者……編輯部

29

歡迎光臨法國夏隆街頭藝術節  
無所不在的演出、漫天塗鴉、沸騰、狂熱與奇想的藝術嘉年華……楊婉怡

30

### 藝企報報

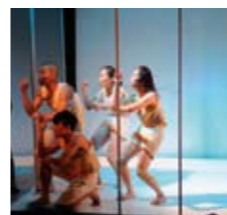
發現藝文走廊在竹科 | 專訪智原科技總經理林孝平談智原藝文走廊……蘇怡如

34

### 寫給你的波思卡

紙教堂【南投埔里】 | 非人間傳達的仙境……陳明輝

38



## 這些都是免費的喔！…… 秦雅君

面對一個全新的開始，原本可以是一個充滿期待與想像的探索經驗，然而2009年的來臨，卻令大家很難激起這類情緒。隨著金融風暴的影響逐漸擴散，環顧國內各個領域的景況，無論是鉅商富貴或是升斗小民，幾乎都可以深刻地感受到它的威力了……

上述的背景令人憂心，因為其對原本經常在窘迫資源下且戰且走的藝文工作者／團體而言，更預示著雪上加霜的景況。在思想與精神層次上，藝術原具有反映／批判社會現實的特質與功能；而在物質世界裡，藝術領域中的工作者也多有對突破困境習以為常甚至甘之如飴的秉性。換言之，面對當前的艱難處境，藝文工作者將會在創作與現實雙重層次上，做出回應。其中，創作的部分，是極其個別與自主的領域，端看藝術工作者／團體自身的觀察與實踐；然而在現實的部分，由於主要涉及的是經營管理等較具共通性的領域，同儕經驗的分享即可能產生正面的幫助，因此，在本期中，我們特別規劃「2009 票房行銷當自強」專輯，邀請到國藝會「表演藝術行銷平台專案」2007-2008的四個執行團隊、雲門舞集行銷部經理劉家渝，以及「漢字寓言」製作人林人中，就其在行銷方面的實戰經驗，提出未來可能的思考與規劃方向，也希望為藝文工作者提供一些有利的工具，最終的期待是，讓我們依然可以頻繁地看到藝術家們對於這個社會的關懷視野。

本期為《國藝會》改為雙月刊後第一次與讀者見面，除了延續過往藉由專輯規劃來引介藝文領域內的各種內容之外，本期起也正式推出新專欄——「給你的波思卡」，其試圖提出有別於傳統觀光旅遊的方式，以進行觀看與體驗各種地方文化內容的可能，這些觀看與體驗，終極所要生產的不是一種單純的消費行為，而是不同文化領域之間的深刻認識與欣賞。我們深深期待，藉由這一張張的「波思卡」，能夠開啟讀者們對於台灣地方文化的各種新的想像，進而讓提升社區生活品質與維繫社區經濟活力的兩個面向，不再必然成為相互衝突的選項。

最後，我們希望《國藝會》所提供的各種內容，能夠帶給讀者們些許有趣的閱讀經驗。此外，《國藝會》將隨2009年二月號的出刊，同步推出電子版，除了提供給無法訂閱實體刊物的海外讀者之外，也讓國內讀者有另一種閱讀經驗的選擇。而且，最重要的是，這些都是免費的喔！

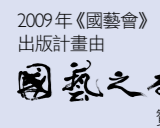


●封面●  
南投埔里「紙教堂」。  
(攝影／林柏樑)

發行單位 —財團法人國家文化藝術基金會  
董事長 —黃明川  
執行長 —江宗鴻  
編輯委員 —孫華翔、李文珊、洪意如、羅怡華、沈惠美

總策劃 —彭俊亨  
主編 —秦雅君  
執行編輯 —蘇怡如  
編輯 —詹季宜、周朝蕾、胡至倫、廖怡臻、謝佳芬  
美術構成 —吉松薛爾  
印刷製版 —勤蜂設計網有限公司  
法律顧問 —國際通商法律事務所 黃瑞明律師

地址 —台北市仁愛路三段136號2樓202室  
電話 —02-27541122 · 傳真 02-27072709  
網址 — <http://www.ncaf.org.tw>  
E-mail — [ncaf@ncafroc.org.tw](mailto:ncaf@ncafroc.org.tw)



捐款帳號 —財團法人國家文化藝術基金會  
台新銀行建北分行 062-10-011630-3-00

本刊掲載之圖文內容皆版權所有未經同意不得轉載

行銷是表演藝術活動中極為重要的一環，因為藝術家們殫精竭慮地進行創作與規劃演出，當然希望能夠有最廣泛呈現的機會，此外，演出的票房所得也將會是表演團體回收製作成本甚至作為未來創作基礎的重要資源。然而，由於國內表演團隊的製作經費向來十分拮据，在預算與人力的限制下，行銷反而經常成為經營中最为艱困的一環。

在上述的背景之下，國藝會於2005年起設置「表演藝術行銷平台專案」，主要目的是希望能協助表演團隊，解決長期以來面臨觀眾來源不易掌握、推票困難、跨縣市旅運成本高、行銷預算有限、在地人脈無法長期經營與累積等等困境。

「表演藝術行銷平台專案」迄今已執行三屆，第二屆並因接受文建會委託而擴大補助的規模，陸續曾補助宜蘭、台北、新竹、彰化、台中縣市、嘉義、台南、高雄等縣市之行銷平台團隊。透過各地平台本身對地方的瞭解，以為各項表演活動量身訂作行銷計畫，並結合平台長期累積的各項資源，協助團隊執行各項行銷活動。三屆專案執行下來，共協助過國內311檔表演團體售票公演之行銷宣傳，總觀賞人口達18萬人次，並締造平均7.5成的票房成績。

## 2009 票房 行銷當自強

除了借助在地團隊所具備對地方的瞭解及關係網絡之外，本專案也希望透過行銷資料與觀眾訊息的收集與分析，逐步開發最適切的宣傳管道及潛在觀眾群，進而帶動國內整體票房的提升。因此在專案執行的過程中，國藝會也同步建置「區域型表演藝術行銷資料庫系統」，集結各地平台在執行過程中所收集到的可貴資料，藉由網路資料庫的方式，提供給有相關需求的團隊共享，這部分迄今已累積包括：文宣通路、媒體廣告通路、藝文記者資料、校園推廣名單、企業及社區推廣名單、支援廠商資料等共約2千筆，以及表演藝術觀眾資料約7萬人。

受到金融海嘯對全球經濟所造成的巨大衝擊，去年下半年已強烈反映在民眾的日常生活中，對往常即需勉力維持營運的表演團隊而言，這也將是一個困難的挑戰。面對2009年的險峻環境，藝術團隊應如何思考行銷這個重要的課題，本期國藝會特別規劃「2009 票房行銷當自強」專輯，其中邀請到「表演藝術行銷平台專案」2007-2008的四個執行團隊，分別提出其在地執行的經驗與心得，同時也由雲門舞集行銷部經理劉家渝與「漢字寓言」製作人林人中就其相關領域的實戰經驗，提出未來在行銷方面可能的思考與規劃方向。希望這些專業人士所提供的寶貴經驗，可以發揮他山之石的功能，為所有關注相關領域的工作者提供更多元的想像空間。

撰文……劉家渝

# 藝文票房M型化趨勢的來臨

## 面對2009票房環境的行銷思維

迎新春，賀新年，但這個牛年對絕大多數人而言，卻不像以往那麼喜氣洋洋。坐著滑梯直溜而下的景氣，深不見底，讓所有人驚惶不已，更讓藝文團隊有如驚弓之鳥。「藝術不是民生必需品，勢必在金融風暴中最先被犧牲，受到重創」的憂慮，在藝文圈裡瀰漫。

自2008下半年起，其實表演藝術團隊的票房狀況早已拉起警報，讓藝術家與行政人員愁眉深鎖，惶惶不安。然而上述推論雖然合理，卻不符合行銷人的工作精神，更有可能成為失敗的藉口，掩蓋了團隊內部在經營管理及行銷專業上更嚴重的缺失。

抬頭觀察身邊的產業，哀鴻遍野中仍有人逆勢上揚，拉出亮麗成績。他們是誰？為什麼可以做到？是怎麼做到的？表演藝術團隊是否能從這些成功的例子中，歸納分析出心得，為自己帶來扭轉乾坤的契機？

### 用心觀察分析市場 是行銷的第一步

2009新年假期，全球亞馬遜網路書店營業額創下歷史新高，網路購物及線上遊戲的熱度不減反增。業績逆勢上揚的還包括了速食業的麥當勞、零食小點，及成為時髦代步工具的自行車與機車；某電視台購物專家接受媒體訪問也開心的說，近來每檔業績都超過預估達120%；便利商店的年菜在農曆新年期間大發利市；許多公司及機構內部興起了洶湧的團購熱潮；此外，求助心理醫生及離婚諮商者也都人數暴增。

上述市場現象，若加以分析歸納，我們似乎可以看見某些共同特質，例如其中許多品項，都具有替代性功能，能以較低價格滿足人們原先的需求；某些則具有安慰舒壓，以及帶來快樂的功能；此外，為減少消費大家不出門逛街，卻反而造就了團購及「宅經濟」的興起，其中，網路及電視購物更成為低調消費，及治療消費慾望的另類通路。

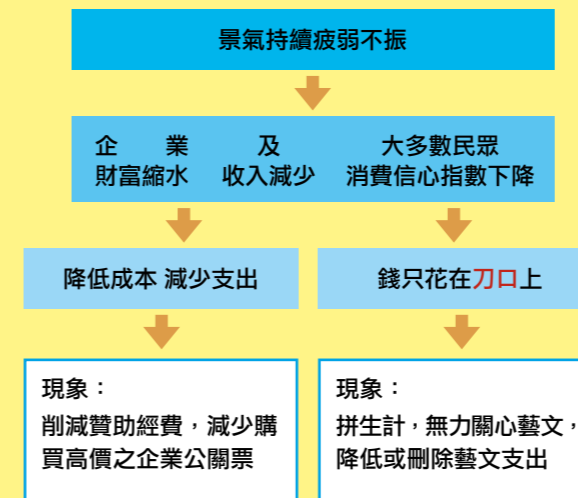
透過這些歸納整理，聰明的行銷人應該已經可以從其中嗅出許多新商機及通路機會。下一步，則是怎樣運用創意，包裝（或調整）產品，也重新調整自己的行銷策略。

### 市場就是「供」與「需」的角力

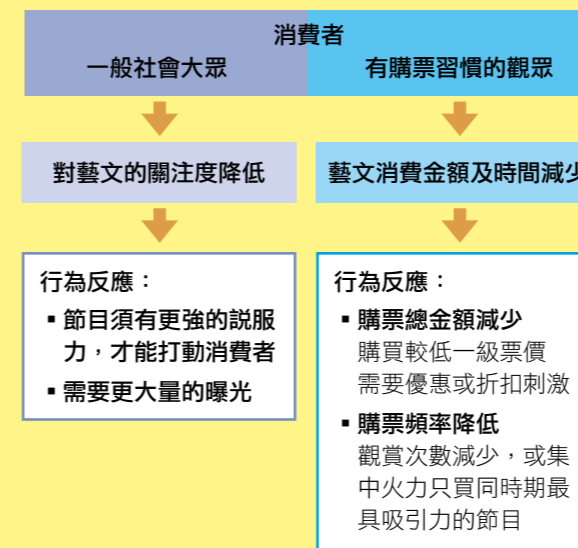
從行銷角度來看，市場就是一個供需關係的角力場域。供應的一方如果毫不了解需求者，甚至一點都不在乎需求者的感受，那麼這樣產品絕對不可能成功進入市場。

雖然在藝術領域中，作品能否成功進入市場，並不絕對等同於它的藝術價值，但可以確定的是，無法面對市場的團隊，必將面臨財務及生存上嚴重的考驗。

2009年市場需求面



2009年是一個怎樣的市場環境呢？股票基金房地產大跌，銀行存款幾近零利率，大部份民眾處於財富縮水的窘境，身心壓力極大，加上被減薪，休無薪假，甚至被裁員者比比皆是，這一切造成的影響，企業部分，許多已沒有能力或不敢贊助藝文活動，購買票券的公關預算也大為緊縮。而一般民眾更必須精打細算過日子，錢只肯花在刀口上。民眾部分，若我們再依消費趨向分為一般大眾及原本就有購票習慣的觀眾兩大族群，又有可能推論出以下現象。



### 2009可能產生的M型發展

上述狀況，將有可能帶來藝文團隊票房的M型化趨勢。然而此處指的並非票價高低的M型，而是指創作規模與成本的對應關係。

不論國內外節目，在台灣消費市場已擁有相當規模及名聲的團隊或藝術家，較容易吸引媒體報導，其長期以來累積的品牌名聲，也讓消費者更易有信任感，進而產生購票說服力。此外，若同時間有好幾檔節目，觀眾也僅能集中財力選擇其一，這時品牌、稀有性（如國外節目）、消費者個人偏好，就成了天秤上最重要的法碼了，而以往的旺季好時段也不再是可信賴的金字招牌。

M型的另一端，則是指製作成本低，但主題鮮明創意十足的小型作品。因為它可以用很小的行銷成本吸引到特定的小眾族群，且大環境的眾多問題及現象，極有機會成為引發觀眾更大共鳴的創作題材。以小成本立足，踏實的磨練技術滋養觀眾，將是M型發展另一端的契機，甚至有機會像《海角七號》一般，突然創造出小兵立大功的驚人成績。

在這樣的環境下，如履薄冰最難操作的，莫過於製作成本高達幾百萬，又沒有鮮明消費族群支撐的中型演出了。不僅必須突破宣傳資源及平台不足的窘境，售票上又不能搶佔一般觀眾有限預算的頭香，而製作成本也無法僅靠小眾票房來支撐，這類演出，若再不能於內容及行銷手法上貼近觀眾的心理需求，與消費者創造好的對話關係，牛年勢必走得格外辛苦。

### 貼近觀眾不等於降低品質

精采的藝術創作，其價值，絕對不是票房或售價所能評斷的。但如果這件作品選擇要進入市場，如果創作者內心其實希望獲得觀眾擁抱，拉出亮麗票房，那麼在創作與行銷包裝的過程中，觀眾的心理與需要，勢必就應當受到關心與考量。這就如同櫥窗中任何一件不用心、不關心或無法滿足消費者需求的產品，都不可能在市場銷售上獲得成功。

最希望的感覺

自信心、成就感  
獲得希望、被激勵  
找到崇拜的對象、同感驕傲

開心、忘憂、幽默、溫暖、感動、放鬆、舒緩、安慰、平靜、自在的感覺、對美的需求  
希望美好的事物

被認同、被關懷  
想發洩、想表達、被了解  
充電的感覺、獲得力量

最不希望的感覺

壓力、挫折、沉重  
失望、失敗、痛苦  
醜陋、不美麗、羞辱  
憂鬱、困頓、迷惘  
謊言、欺騙  
沒有希望、看不見未來  
失序、紊亂  
吵鬧

問題在，我們真的知道消費者需要什麼嗎？這時，最簡單的做法就是拋開一切，問問自己的內心，我現在需要的是什麼？也問問身邊的親人朋友，而後把這些內心中「希望」及「不希望」的感覺都寫下來。

經過不同場合幾次小小的實驗，我發現其實許多心理上希望的感覺，大家都有著極高的共通性。

這不是一個正式的學術研究或問卷統計，它也許並不

精準到可以代表整個市場，但透過這樣的整理過程，卻讓身為藝術行政工作者的我，有機會回頭反省，表演藝術的行銷，就是訂定票價、做宣傳、開記者會，到處張貼海報DM、做網站、辦活動嗎？當列出上列兩個表格後，我開始捫心自問，我所做的這許多事情，到底能滿足消費者哪些希望？亦或只是一廂情願，做著毫無意義、毫無目的推銷。

台灣的藝術市場真的很小，藝術人口真的很少嗎？以每年各類統計數字來看，現實狀況的確如此。而透過上述分析，這波金融海嘯確實也將為2009年的表演藝術票房帶來衝擊，但不論你是座落在M型當中哪一個位置，藝術的行銷，其實就是作品與觀眾之間溝通的過程，每一件作品都希望被了解，因此它公開演出。但我們是否也曾想到，坐在台下的觀眾，他們的心靈也同樣孤單，在不同的劇場及不同的消費過程中，付錢買票只是一種表象，動作的背後，觀眾其實也正一再嘗試尋找「被了解」的機會。

不要問觀眾為什麼不買票，而要問「我真的懂你，給了你一個有力的理由來買這張票」嗎？到底2009年的票房將是原地牛步還是能扭轉乾坤，或許這就是關鍵。

（本文作者為雲門舞集行銷部經理）



# 「漢字寓言：未來系青年觀點報告」的小

撰文·圖……林人中



首先，為什麼一個類似演出製作的感想整理會出現這裡，被你閱讀而我們產生互動，並非「漢字寓言：未來系青年觀點報告」獲獎無數、製作高超、走星光大道等了不起之能事。只是不久前，有這樣一個展演，進行了一場製作與行銷實驗，讓一些小劇場工作者感到好奇，讓許多新觀眾發生了小劇場初體驗。

然後，這是一個隱喻：近日以第一位全創作女歌手的姿態，登上台北小巨蛋的舞台，且門票再創銷售紀錄的陳綺貞，她音樂創作事業告訴我們什麼有趣的事？你大概很難定義「她／她的」是流行或獨立，大眾或小眾，難以用一種所謂固有「商業」與「藝術」二元分立的方式去理解這種「創作者」與「觀眾」之間的關係。活在這樣一個

# 劇場創意行銷實驗記事

的「節骨眼」，你大概也能夠大膽地以這種方式，思維小劇場創意行銷的可能，譬如說「漢字寓言：未來系青年觀點報告」所實驗的。

常聽說這樣的情形，許多觀眾對小劇場演出感到畏懼、疑惑、難以親近，因此他們寧可走進電影院，或是商業劇場。假設小劇場總在主流之外被討論，當劇場中只有親友團，市場客群逐漸老化萎縮，許多小劇場創作者與藝術家因資源有限身兼數職，擔負行政製作或宣傳售票工作時，感到倍加艱辛，連同行政與製作工作者亦然，並共同焦慮著：「觀眾在哪裡？怎麼推動票房？」但，也許在這問題前，我們該思考：「我們」與「觀眾」之間的關係是什麼，不只是消費或市場體系下的供需關係，更甚是，關

係發生在兩者間如何觀看、理解、接觸彼此的過程。

在此脈絡下，當宣傳或行銷工作站在演出製作第一線與觀眾溝通、互動，究竟所欲求交流的是什麼？它應該是一個概念或態度，甚至是思想，並且被說得清楚。當我們企圖對話，總需要雙方同在一個情境及語境下，在一個意識型態能夠流動的時空感之中，彼此往來。該如何建立起對話基礎，讓一個陌生觀眾對你有好感，除非他感到「需要」。「需要」是被創造出來的，「路徑」也是，因此所謂行銷就不僅是閱讀工具書、市場分析、擬定進度與策略，它本質必須「就是」一種創作——我們要如何創作一個路徑，讓觀眾能走在路上，讓兩者有機會在劇場相遇。

以「漢字寓言」為例，在造路的過程中，我們提醒自

- 1 「一字論天下」kuso 概念廣告拍攝現場。
- 2 「漢字寓言」百搭萬用大胸章。
- 3 可樂王替「漢字寓言」繪製設計的視覺圖。



4



5

己「劇場」與「人」特有與深刻的臨即互動性，因此找到如何與人／觀眾接觸、對話的方式成為一件需設計與思考的重要事情。首先我們知道，這個作品是青年世代創作者對於當下社會觀察的集體展演，我們期待分享溝通文化各面向的世代觀感，然後我們設定，我們想要接觸開發年輕新觀眾，譬如西門町的青年男女；挖掘潛在客群，譬如修習藝文議題通識課的非戲劇相關科系大學生，企圖透過創作與年輕世代觀眾對話。但與一般小劇團無異，「漢字寓言」並無充裕的製作經費，因此起頭就得打破資金限制為



6

前提的思考，以規劃、策略並展現創意的態度作為行動基礎，也就以無懼的誠意，樂於與任何一種觀眾接觸，將宣傳行銷視為一種「表演」，這是一場集體創作。於是「漢字寓言」有意識地將所有行銷設計做出市場區隔、在作品定位上建立性格與品牌：因著獨角戲演出形式而突顯創作者個人特質所延伸的潮流街拍視覺文宣品、以呈現「一字論天下」活動概念拍攝的kuso廣告影片、延伸展演主題製作活動周邊商品、與平面媒體合作「輪系列」詩文連載廣告、以「游擊隊」姿態攻陷校園的快閃演講、破天荒在牯嶺街小劇場外牆塗鴉、演出現場的園遊會與啦啦隊佈置、免費索取的創作者個人名片等，這些「表演」透過通路資源的整合設計，以一種活潑另類的鮮明印象，被交叉傳遞與散播，吸引「觀眾」走到「我們」面前，甚至之中有生平第一次看小劇場的上班族與國中生，這樣令人意外又興奮的收穫。

當我們這樣思考：製作（production）本身即是一個創作（creation），創意為首不僅成立在導演這樣的角色上，連同製作者亦復如此，而所謂行銷則是體現的方式。如果戲謔地說劇場是門無本生意，那麼所謂資源與生態困頓等消極字眼，就更應該被排除在創意的前提外，並非不切實際，而為發展更多的可能性。「漢字寓言」經驗告訴我們，一般觀眾並非小劇場絕緣體，他只是需要「需要」及「路徑」，來經驗、參與藝文活動，許多初體驗的新觀眾告訴我們，原來小劇場這麼好玩。

多年前《誠品好讀》曾以「波希米亞商人」標記青年世代創意工作者們的特質，他們如何既是藝術家又是行銷



7

8

- 4 新觀眾們充斥「漢字寓言」演出大廳。
- 5 未來系青年潮流街拍。
- 6 把演出前台變成菜市場的啦啦隊四千金。
- 7 詩人夏夏以十個主題漢字所寫說文解字，在《破報》連載。
- 8 「漢字寓言」在敦南誠品reopen活動的宣傳演出，演員周姮吟耍寶脫口秀。
- 9 在牯嶺街小劇場外牆的塗鴉創作。

高手，將創意從概念到市場運作的一種渾然天成，當中介紹了獨立樂團、電影、創意市集等領域，他們照樣土法煉鋼照樣殺出一條生路，可能很少人發現，之中並沒有「小劇場」。所謂思想與價值觀以致作為，固然在世代背景下如此發生，但我以為，並非世代差異這樣的迷思所能描繪完全，很多時候決定於「土法煉鋼」的過程我們怎麼思考與面對。

由此，「漢字寓言」企圖創造和表現的實非一場煙火秀，更非高談論藝術行銷的方法學，只是當我們再度自我檢視，並感知「劇場」與生俱來的獨特性格與體質之下，我們「創作」，以及劇場製作工作者，面對環境所急迫並進而擊破的焦慮。所以你可以說，我不是在賣票，我賣的是一場實驗，實驗在這個「節骨眼」，我們對「作劇場」的想像與未來。

（本文作者為「漢字寓言」策展及製作人）



DM、新聞稿、廣告)對於觀眾僅具有提醒與告知的功能,至於如何包裝一套原有的訊息,使之成為具有體驗性、知識性的資訊,進而提高觀眾觀賞的慾望與動力,為本平台創造資訊所重視的。今年,我們除了盡可能創造與開發高雄地區的「藝文媒體平台」與「藝文關係平台」之外,並將投入更大的資源於「藝文通路平台」的創造與維護,透過去年度執行團隊的經驗以及本會各位表演藝術界的老師共同創造,以期能提供更符合具有在地特色(溫馨、感性)與各表演訊息特色的高雄藝文平台。

今年,我們更找了高雄在地的夥伴「豆子劇團」一起合作,期望為行銷平台注入不一樣的行銷思維,豆子劇團透過與公部門、企業的資源交換及團體購票策略,成功經營高雄當地的兒童劇市場,巡迴演出方面,也成功與外縣市企業單位合作,締造了極佳的票房紀錄。因此,我們希望結合豆子劇團通路開發及企業合作的經驗,與過去平台所累積的行銷資源能量,在改善缺失後,以開創性的概念,開發更多元的行銷管道,建立高雄地區長期而有效的表演藝術行銷網絡與平台。

面對2009,表演藝術環境會充滿著更多挑戰,平台立足於過去累積的基礎,在未來一年積極橫向拓展新通路、開發新觀眾,也透過縱向深度推廣以維繫既有觀眾的關係。另外,期待藉由加深通路、觀眾與團隊三者的關係來維持藝文人口的消費行為,主動集合平台合作團隊與公部門及企業尋求合作機會,進行長期且具深度的行銷推廣,三者的關係逐



漸強化後,也更能與團隊共同規劃出有效的在地行銷計畫,演出結束後,更進一步將市場分析及建議回饋給團隊,透過平台經驗轉移,進而吸引更多元的表演團隊共同來活絡高雄的表演環境。

這幾年下來,對於「平台」已經產生一股濃厚的革命情感,我們很幸運地擁有許多支持相同理念的夥伴,一同為推廣表演藝術而努力。我們期許用「主動出擊,深度推廣」的態度,擴大藝文團隊與觀眾群的接觸,持續地深化高雄地區的表演藝術環境,也期待藉由平台的努力能夠促進高雄表演藝術環境的成熟,減少表演團隊在巡迴演出的負擔,而能夠將更多的精力投注在藝術創作上。

南台灣表演藝術協會

## 有表演的地方就有我們

撰文……林佩蓉 圖……南台灣表演藝術協會

「有表演的地方就有我們」,就像這群年輕人對自己的期許一般,三年了,也許在下課空檔聯絡記者,也許在大白天騎著摩托車擺放DM,也許是在演出現場服務觀眾,在劇場的裡頭與外頭穿梭的身影,憑著一個簡單的理念讓我們堅持著。

我們將「行銷平台」視為一個充滿創意及具實驗性的資源整合平台,也以此概念重新詮釋藝文行銷工具的開發與執行,以每週發送的電子報、常態性的電台藝文節目及月訊為媒介、建立「高雄地區藝文媒體平台」,並輔以關係行銷策略,加上一般性藝文行銷工具(包括DM、海報、廣告等),建構高雄市的藝文行銷管道。基於資源共享與創造價值的觀

念,與地方廣播媒體、社區、誠品書店、藝文咖啡館、網路資源等,建構「藝文媒體通路平台」,並積極蒐羅高雄地區的藝文訊息、活動與公共議題,建立藝文資訊來源的管道與藝文資訊的內容,做為高雄藝文資訊的發送與觀眾開發的工具。其中,更希望透過平台的加工與再生產,將團隊藝文訊息或高雄藝文訊息創新成一個具有內容品質的資訊,且具有知識性、體驗性和美感性。

由於藝文行銷與一般商品行銷有著極大的不同點,一般商品行銷可以透過大眾化的宣傳廣告,引起消費者的購買慾望;然而藝術的消費性滿足主要是透過「體驗」而獲得。因此,對於本平台的思考觀點而言,一般的訊息發布(如:



- 1 前往兒童劇校宣傳現場一景。
- 2 前往舞蹈學校宣傳現場一景。
- 3 平台協助演出前服務。
- 4 2006行銷平台聯合記者會。
- 5 平台協助演出折台。
- 6 協助演出的熱情志工們。

新港文教基金會

## 嘉義縣表演藝術中心邀請您來當藝術VIP

撰文……李冠儀 圖……新港文教基金會

民國六十年代，政府開始推動12項建設，最後一項的文化建設，規劃於各縣市成立文化中心，作為地方策劃執行文化活動之機構，嘉義縣為全國最晚成立文化中心之縣市。由於幅員遼闊，為因應地理條件與縣民生活的特殊性，縣政府在位於海線朴子市之縣立圖書館、梅嶺美術館，及位於平原及山線交界處之民雄鄉興建演藝廳並兼顧不同的文化特質，採分散式文化傳播點，以顧及縣民對文化設施的需求，並希望以點至面的擴展，來帶動全縣的文化起飛。

嘉義縣表演藝術中心在嘉義縣政府歷經多年努力，共耗資8億多元完成，於民國94年4月由雲門舞集封箱大戲《紅樓夢》演出啟用。擁有國家級劇場設備、媲美兩廳院景觀的嘉義縣表演藝術中心，是每年大半時間巡演於國際各大劇場的雲門舞集創辦人林懷民「最喜愛的劇場」，但對於喜愛表演藝術的觀眾而言，它卻是一個陌生的場域，如何以國家級的劇場、頂尖的藝術表演，帶給雲嘉南地區愛好表演藝術者VIP級的藝術饗宴；在行銷表演藝術的同時行銷嘉義縣表演藝術中心，成為嘉義縣平台的軸心方向。

既然打的是嘉義縣表演藝術中心的「主意」，那必然要拉攏主人家當夥伴。新港文教基金會結合嘉義縣表演藝術中心

於2006年起共同提案，獲選2006、2007-2008「表演藝術行銷平台專案補助計畫」執行團隊，負責嘉義縣2004-2008年總計44檔售票演出節目之行銷推廣協助，以及觀眾資料庫的建構執行，並整合嘉義當地宣傳管道，讓表演團隊的演出訊息更深入嘉義觀眾的生活中。

新港文教基金會運用長期深耕社區的民間力量，結合嘉義縣表演藝術中心所屬的公部門資源，擬定鋪天蓋地的行銷策略，包含聯合文宣（印刷品）、網路宣傳（EDM、網站）、校園社區推廣講座、在地媒體宣傳、在地刊物宣傳……等等。另外一方面，與嘉義市「耐斯松屋」合作，簽訂「全嘉藝起來」合作協議，共同推廣嘉義縣市的表演藝術市場，藉由耐斯松屋購物中心入口廣場，安排表演團隊以戶外示範演出，如：雲門舞集2、舞鈴劇場、九天民俗技藝團、金枝演社……；室內互動演出，如：蘭陽舞蹈團、無獨有偶劇團……，靜態展覽等不同模式進行宣傳。

雖然計畫是以嘉義縣為推廣區域，但嘉義縣市實為一共同生活圈，位於民雄鄉之表演藝術中心距離嘉義市中心僅15分鐘車程；在大眾媒體同屬雲嘉南版面或小功率廣播區；且依據嘉義縣表演藝術行銷平台問卷資料分析顯示，來自嘉義



4

縣的觀眾佔38.04%、嘉義市佔28.33%、雲林縣9.81%、台南縣3.72%。因此也透過行銷管道，將表演訊息同時傳遞給嘉義縣市、雲林縣（斗六、虎尾、北港）、台南縣（新營、白河）周邊喜愛藝文的朋友。嘉義縣表演藝術中心於2005年4月首演啟用的10檔節目，至2008年成長為55檔節目，4年來近151檔表演中售票節目達80%。「2006、2007-2008表演藝術行銷平台」執行44檔次，包含傳統戲曲、現代戲劇、舞蹈以及音樂等四大類表演，共計61場次，平均總票房為81%，回收有效問卷12,805筆。

從94年度開始，國藝會同時建置表演藝術行銷平台資料庫，透過數據統計可以檢視平台行銷策略與建立觀眾資料庫。有別於在台北、高雄等都會型城市所進行的行銷活動，嘉義縣觀眾習慣的傳統宣傳管道——口耳相傳（親友告知、師長告知）、DM、兩廳院/年代售票系統月刊等，仍是觀眾獲得演出訊息的主要來源，但網路、電子報及表演團隊到校講座推廣，是有效且值得加強的。因此，平台在與團隊合作時，會主動告知團隊嘉義縣整體藝文環境等重要資訊，雙方透過溝通，進而擬定適合的在地行銷策略。以媒體宣傳來說，近幾年各大報地方版縮編，也造成地方藝文版面的嚴重壓縮，從資料庫統計數據顯示，在媒體報導的部份由5.6%（2004）

- 1 「高雄城市芭蕾舞團」的演出記者會中結合了互動教學活動。
- 2 安排「光環舞集」前往校園宣傳。
- 3 嘉義縣文化處與新港文教基金會簽訂合作提案。
- 4 於耐斯松屋購物中心安排「雲門舞集2」進行戶外示範演出。
- 5 安排「舞鈴劇場」前往校園宣傳。



5



1



2



3

下降至4.05%（2008），為因應媒體區塊的不足，平台改以提高團隊曝光量來彌補這個部份的不足，例如校園互動講座，與協志中學、國立新港藝術高中、中正大學、南華大學等鄰近學校長期合作，提高學生族群走進劇场的比例。

善用行銷平台資料庫，對目標觀眾的持續聯繫與資訊提醒；與表演團隊分工合作執行每一個行銷工作，培養、累積能見度與觀眾群；透過喜愛表演藝術的年輕學生族群，回到學生群體進行有效的口語傳播。行銷除了票房成果，更期望有文化教育推廣、深耕的影響。



1



2



3

台中平台

加侖工作室

# 以表演團隊與觀眾之中介者為己任

撰文……鄭芮蕎 圖……加侖工作室

台 中市的藝文環境逐漸地蓬勃發展中，由於市府也逐漸重視藝文領域，因此整體藝文活動近年來極為活絡，如：每年固定舉行的台中市爵士音樂節、台中市音樂逍遙町、台中市兒童藝術節……等，而台中市民眾也具有可觀的消費潛力，加上目前輕度（潛在）的觀眾群居多，因此尚有許多開發觀眾的空間，這些都是發展台中市藝文人口的機會；不過同時卻因為免費性質的藝文活動過多而影響售票型的演出，同時，中部觀眾尚未養成使用者付費之觀念與習慣，在在形成觀眾開發的威脅。此外經濟超級低迷的危機下，要如何留下忠實的觀眾群，且讓重疊性的觀眾萬中選一更是一大難題。

加侖工作室很榮幸於2006-2008年連續執行三屆台中市表演藝術行銷平台專案，加侖為台中市在地經營且有姐妹體「大開劇團」輔助的工作團隊，很高興有這個機會為表演團體於中部的行銷推廣盡微薄之力。加侖除於中部地區已經累積十年對觀眾群及藝文資源的研究，同時也整合了2006年迄今的中市表演藝術行銷平台的執行經驗，以及教育、媒體、人力等資源，進而建立了「宣傳、銷售和交流」三個具體手法和作為，成為一個增加表演團隊宣傳管道、提升團隊票房及觀眾數量，以及建立以教育、推廣和欣賞的表演藝術交流平台。加侖期待讓表演藝術行銷平台專案不僅是主辦和承辦單位的文化推廣業務，而是真正落實到中部民眾的普遍需要，並且透過對表演團隊客製化的量身服務，讓觀眾享受走進劇

場最美好的經驗，進而成為劇場的親近者。以下即就幾項台中平台的獨特執行優勢進行說明：

## 藝術教育推廣的台中平台：

積極推行「表演藝術系列講座」及示範演出，引薦表演團隊進入校園、社區等，讓學生及民眾與表演團隊面對面接觸，使其可以搶先看到表演片段，並藉此感受藝術工作者的創作理念和用心，從而提高與親朋好友分享的意願。除了上述之學生與民眾之外，也藉由學校老師及領袖型人物的協助為團隊建立口碑，讓團隊的知名度得以快速提升。平台同時提供校園「專人票務宅急便」服務，以降低學生及家長的購票瑣碎程序，也提高票務處理的效率，發揮超強的直接銷售行銷功能。

除了舉辦系列講座之外，台中平台也於校園中招募到許多熱愛表演藝術活動的青年朋友成為「藝術報馬仔」，由於這群青年志工的熱情參與，對於平台在提升校園宣傳效益、相關資料匯整、協助表演團隊前台工作，以及協助發送DM等面向上，都有很大的助益。因此，台中平台也在日前與弘光科技大學文化事業發展系建立起長期建教合作的機制。

## 售票專家的台中平台：

在長期的耕耘下，台中平台已於中部地區奠定一定的信譽與口碑，觀眾對於平台所推廣的節目品質也較具信心，平

台不僅推薦優質的演出，也能提供購票折扣給觀眾，加上本平台也是「兩廳院售票系統的售票端點」之一，因此可以提供各項便利的購票服務，藉由完整的節目介紹與各種購票上的服務雙管齊下，在服務忠實觀眾的同時，也開發潛在藝文消費者的購票意願。

## 拓展文宣品通路的台中平台：

雖然台中的藝文場所不似台北市的密集，但台中有不少具有藝文氣息的商圈，例如：東海藝術街、國立美術館周遭等，這些商圈的店家也是台中平台積極放置文宣品的發售點。除了商圈之外，我們也積極與社區大樓、相關社區讀書會合作，讓台中市民得以便利的取得藝文演出資訊。此外，我們尋求公部門的合作，使表演團隊的演出訊息能透過台中市府的相關藝文刊物、電視頻道等管道傳遞到喜愛藝文活動的民眾手中。

以表演團隊與觀眾之中介者為己任的台中平台，期許未來能成為全方位的表演藝術行銷服務平台，進而替更多團隊與觀眾服務。

- 1 安排金枝演社於校園內舉辦講座。
- 2 安排朱宗慶打擊樂團副團長何鴻祺於靜宜大學舉辦講座。
- 3 於台中演出場地中山堂所懸掛之聯合文宣。
- 4 安排舞鈴劇場於台中幼稚園示範演出。



4

亞藝藝術有限公司

# 給他魚吃不如教他怎麼打魚

撰文……吳佳瑩

檔成功的節目需要行政人員的細心、創作／演出人員的才華，及行銷人員的創意始能創造一場兼具口碑與票房的優質節目。台北地區由於藝文節目多元，相對下觀眾的選擇性也多，要在眾多節目中脫穎而出獲得觀眾注目需要所有團隊工作人員的配合與長期的計畫。亞藝藝術成立以來，除本身承辦／主辦／承接的音樂會／音樂節外，也因執行了兩屆國藝會的行銷平台專案（2005年台中平台／2007-2008台北平台）而對不同性質的藝文節目該如何布局有更深一層的認識。以下就執行層面來分享台北平台的在地經驗，提供給外縣市藝文團隊至台北地區演出的一些準備及建議：

## 事前規劃、佈局

在演出節目的檔期確定後，建議團隊馬上著手進行以下幾件事：

### 1. 尋找合作單位：

無論是何種合作，都要與行銷相互連結，盡可能達到宣傳的功效，以對票房有所幫助。如：

①企業贊助：企業刊物刊登、員工EDM發送、文宣品放置、網站連結……

贊助企業的尋找與團隊的人脈及形象有一定的關係，一時之間找不到贊助企業是常有的事，建議團隊可以長線經營的方式來尋找贊助企業：邀請企業貴賓欣賞團隊的演出，讓企業真的瞭解團隊的創作理念後再來談合作，創造雙方雙贏的合作方式。

②講座安排：文宣品放置

可與企業的福委會聯繫辦講座一事，除可讓企業員工了解演出理念外也可於講座現場進行推票工作。

### 2. 擬定宣傳文案、製作宣傳短片或音樂：

文案／短片／音樂皆是攸關觀眾對團隊節目的第一印象，這方面需要團隊的創意人員及行銷人員的密集配合及討論。

### 3. 平面設計：

文宣品／EDM／電子報／主視覺的設計需一氣呵成，強化觀眾對節目的印象。



1



2



3



4



5



6

- 1 大開劇團《再說·再見》EDM。(大開劇團提供)
- 2 鄧泰山鋼琴獨奏會與《遊藝黑白》一書合作。(聯經出版事業公司提供)
- 3 就是愛樂：宙斯愛樂管弦樂團製作的新春賀卡。
- 4 豆子劇團《太陽別下山》公車車背廣告。
- 5 高雄城市芭蕾舞團《2008點子鞋》法雅客店內Guff懸掛。(法雅客提供)
- 6 台灣絃樂團《消失的王國》於台北小巨蛋外的LED電視牆廣告。

## 行銷宣傳計畫與進行日程：

檔期確定後，建議團隊著手將行銷宣傳計畫及執行日程表訂出，按部就班的執行以達到最好的宣傳效果。

## 行銷時程的掌握

以在兩廳院演出的節目為例，行銷可分為四波來進行：

1. 預售期：大約為活動開始三個半月至四個月前。  
此波主要針對不同的合作單位或會員做預售、促銷。大多以EDM、網路方式宣傳。
2. 平緩期：在預售期後到兩廳院月刊出刊前，大約演出二至三個月前。  
此階段的票房進展會較為緩慢，文宣品在此階段要派送到各單位。短片及網路廣告可盡量運用。如有較多預算可刊登平面廣告並持續在不同媒體曝光。
3. 強化期：大約在活動兩個月到兩廳院月刊出刊約活動一個多月前左右。  
此時大多安排電台通告、雜誌專訪、講座，企業、校園、

社團推票、發傳單也多要在此階段進行。

## 4. 衝刺期：活動開始一個月之內。

在這個階段可設計一些導聆活動、舉辦記者會，如有較多預算可搭配電台、部落格廣告、路燈旗等，以全面性的曝光促使觀眾有非買票不可的動力。

## 事後的資料彙整與感謝

1. 將觀眾問券回收建檔，用以建立觀眾資料庫。
2. 運用票券分析可了解觀眾的來源及有效行銷方式。
3. 對合作單位及協助人員的感謝，對於下一次節目將有無形的助益。

作為一個行銷平台的執行單位，我們很高興有這樣的機會，在戰場廝殺中學習經驗與教訓，透過實務操作來回顧書本中的知識要怎麼活用，甚至是否合用。能夠有「表演藝術行銷平台」專案，對國內的表演藝術環境無疑是份大禮，但我們卻對於台灣缺乏足夠的專業藝術行政人才，感到十分憂心，希望在執行行銷平台專案的過程中，我們能將所學到的經驗回饋給更多表演藝術團隊，並且更進一步地協助有需要的團隊，提供專業的表演藝術行銷學知識，以及培訓團隊本身的行銷人才，畢竟「給他魚吃不如教他怎麼打魚」，希望亞藝藝術未來能繼續為台灣的表演藝術行政，貢獻我們的專業能力。

# 有人是流沙， 有人是陷

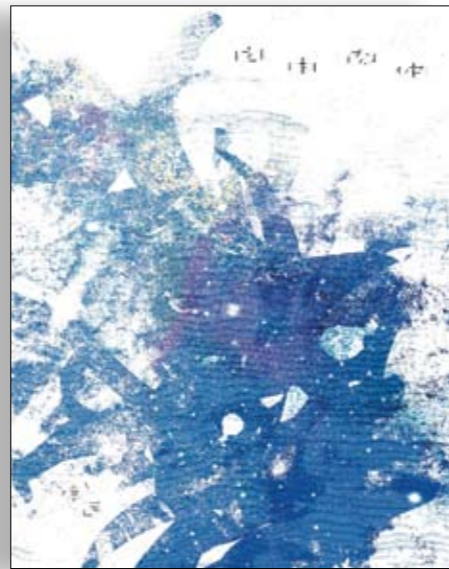
在「有河book」的隱匿與《自由肉體》

週末的淡水河邊，遊客熙來攘往。座落二樓的獨立書店「有河book」，一如往常，似老僧入定，冷眼觀看川流不息的人潮。走進書店，驚訝發現一整面屬於詩的專櫃，裡頭住有夏宇絕版多年的詩集《備忘錄》，新世代創作者蔡宛璇書寫於冥紙的手工詩集，以及各式具獨特風格的國內外作品。隱身於女店員身分的詩創作者「隱匿」，正以緩慢且鬆軟的音量與顧客交談。她的身形略顯單薄，似乎任何一個書架倒下就會被壓扁。收銀機是她的「死穴」，對數字永遠不太靈光，她自言對這些事總是很笨。夏天來時，店內一天二、三十杯的咖啡需求，讓堅持「手工品質」的她，煮咖啡煮到手受傷，包裹的紗布多到足以紮成一隻「紗布醜娃娃」……

這是隱匿的一天，看顧書店、寫詩、接商業設計案子、讀書……。不過，也並非日日如此規律，大半時間，她喜歡窩在書店陽台與小野貓們玩耍，或者觀賞牠們的活動情形，



詩作者隱匿。



《自由肉體》封面。

她自我解嘲的說：「浪費太多時間看貓，以致很多應該做的事都沒做」，但即便如此，對觀察野貓這件事，她仍極度著迷。隱匿對貓的理解比對人認識透徹，對於每隻野貓的花色、性格、家庭關係都瞭如指掌，幾乎可替小貓們撰寫一部精采的「家族史」。每隻流浪貓在她隨興的命名下，多了花花、碗粿、巧克力、大隻……等等各種稀奇古怪的名字，據說這些名字每過幾個月就會重新「洗牌」。看似少根筋卻充滿詩意的生活，即是孕育隱匿詩作的溫床，她的生活即是詩，詩即是生活。不過，必須補充說明的是，對她而言，無論詩或者生活，她所追求的並非一種不食人間煙火、虛無縹緲的浪漫，而是從日常的實踐裡，尋找各種趣味的可能，轉譯成隱匿的語言，也就是「很猛的事物」。她的「損友」鯨向海就「爆料」道：「隱匿連餵螞蟻吃鼻屎這種事都做得出來。」在她的首部詩集《自由肉體》裡，亦不難從詩句的藏污納垢間，驚見屬於隱匿個人風格的創意發想。

翻開詩集目錄，映入眼簾的是一連串令人發笑且驚心動魄的詩題。從〈活著寫詩〉、〈不寫詩型厭世症〉、〈丫妲媽恐蠱靈的詩觀〉、〈重點都不要畫紅線〉、〈筆名學〉、〈差一點點的女人〉、〈出嫁與出家〉，到〈等下班或者等死〉、〈老娘不幹了〉、〈米蟲變形記〉、〈完全苟活手冊〉、〈我不愛台北〉……等六十六首詩作，道盡現代都會人哭笑不得的人生及荒謬景象，「樂透」與「倒楣透」的發生經常是一線之隔。詩作分類為「我」、「你」、「他」三大主題，刪除我、你、他之後，肉體便能得自由。她的這些詩，多半源自生活中某些事件的啟發或者衝擊，如〈丫妲媽恐蠱靈的詩觀〉即是一個午後，從收音機中聽見某個廣播節目主持人，在節目裡發表極偏頗的詩學觀點，令她震怒不已，必須即刻表達自己的詩觀，因而在極短時間內，完成這首詩作。隱匿尚有許多詩，是在睡夢的半



詩作者隱匿。

## 隱匿詩選 (選自《自由肉體》)

### ❖ 活著寫詩

在一顆小星星底下寫詩，在一片落葉的時間寫詩。在履歷表，病歷表，跳跳蛋與離婚證書。在咖啡的苦，在偷渡客與走私香菇。在夢裡醒來，在陰暗裡，寫白晃晃的詩。滿載火把與風，與燎遠的鑽石廣告。在甲蟲的時間，老樹的遠望。在叢林的口沫混合著血。在可憐的小女孩，與一支正要燒完的火柴。如此平均分配，每夢一百首，每首經歷五億個地震，半個時代。

### ❖ 賣身

穿越過斗室的邊界、樓梯間的莽林  
穿越過陌生的流行歌曲、新聞中的反戰遊行  
我徘徊在即將醒來的前一刻  
夢裡的群星掉落床腳，它們無聲地落下  
掩蓋住城市的耳鼻  
小孩迷路於檳榔攤前，西施溫柔地問他：  
「你要什麼？」  
「大姐姐，你喜歡吃青椒嗎？」  
我一路穿越過它們。

穿越過塞車的曠野、打卡鐘的鬼影幢幢  
會議桌上的信誓旦旦：  
「你們一定要把你們的心給武裝起來！」  
把上禮拜讀到最美的一首詩，  
寫在出差報告裡面  
把大野狼的口水，滴進小紅帽的野餐籃裡面  
「我敢發誓，以秒計費，不爽不要錢。」  
我一路穿越過它們。

當生活開始以一種親膩的姿態貼近我  
以一種閻羅式的暴力穿越而過  
「媽，我每天都要加班，以後都不回家吃飯了。」  
「對的，也沒時間參加換妻俱樂部了，真遺憾。」  
夢裡的群星掉落床腳，它們輝煌地落下  
就像洗髮精廣告中的頭皮屑  
街角的流浪漢，今天早晨仍然懷抱著他的酒瓶與善意：  
「小姐，妳今天要去哪裡賣啊？」  
有一個神，每天準時在他的崗位上打瞌睡  
有一個肛門，每天準時在他的崗位上勤奮排泄  
我一路穿越過它們  
我在它們裡面。

## ❖野貓

——寫給出沒於有河霧台上的野貓們

我喜歡  
在那裡呆一下  
假裝自己也像那樣  
曾經那樣  
或即將那樣

眼底有光  
性格頑強  
跑起來像霧  
睡起來像豬

能飛翔於屋瓦之上  
接近過閃電與風  
接近過銳利的爪  
荒廢的夢境  
每月託付的秘密

並且曾在某個黑暗的邊緣  
就像一顆即將凝結的露珠那樣  
就像一顆即將蒸發的露珠那樣  
深深地了解過  
一次  
盛開的黎明

在破碎的血光  
與凌亂的毛髮

並且對於自己犯下的滔天大罪  
從不懺悔

## ❖我想我會甘心過這樣的日子

——寫給我們的書店《有河book》

我想我會甘心過這樣的日子

有一間書店，緊臨著河岸邊  
我為祂，守候著時間  
守候每個季節的水鳥  
守候泥穴裡沉睡的蟹  
我時時勤拂拭，偶爾也縱容

比如說，一隻牆腳上咽著的蜘蛛  
一片遭晚霞燒紅的落葉

有人在咖啡桌旁讀著一本書  
有人情不自禁地寫下了一首詩  
有黃槿花的鐘聲輕輕地響起  
在祂的耳邊  
有人潮以及浪潮搔癢地舔過  
祂腳下的土地  
祂只有四十歲，然而  
祂已經和宇宙一樣老了  
一如遺忘發生於記憶  
出發等同於無可抵達  
祂靜靜閉上眼睛  
祂睜開祂的心

晨起的山色喚醒了咖啡香  
夜晚的河水將四壁塗成深藍  
當書店穩穩地睡去  
有如潮汐正推動著搖籃  
時間與空間

在書架與書架之間  
悄悄地轉換  
所有的書回復成為樹木  
所有的鉛字還原為泥土  
所有的人回到了水  
那曾經是水草的款擺  
花瓣上的露與海上的霧  
雲朵內部細細的吮吮  
果樹上懸掛的甜美  
我想我會甘心過這樣的日子

本來無信仰，卻供奉祂為偶像  
本來無塵埃，卻為了祂而明亮  
我無可言說，彷彿背負一個任務  
經百千劫，為了替時間守候  
一個秘密的名字

## ❖重點都不要畫紅線

關於那個深奧又滑溜的  
每一個重點是  
應該會忍不住  
標示出種種  
舊創傷與新鮮的痛楚

優良商品雙標誌  
或者牆上的噴漆諸如  
借錢不還全家死光光

如果昨夜那隻蚊子不能克制  
自己野蠻的吸管

儘管大家繼續坐在自己的位置上  
竭力裝出莫測高深的表情  
假裝曾經到達過別的地方  
然而我們總想偷偷的  
跑出去  
從平淡乏味的日常裡  
從噩夢裡  
鑽戒廣告裡  
從各種狂熱裡

就像一隻厭世的吃自己大便的狗那樣地  
從古老而頑強的食物鍊裡  
跑出去

當海面翻身  
將暗藏於內的星圖  
一層又一層地掀開  
當上弦月隱藏身軀  
假裝曾經從自己的圓圈裡  
跑出去  
當有人踩壞了自己的影子  
想要從這首詩裡  
跑出去

每一個字距間的藏污納垢都是光  
隱喻一切樂透  
與倒楣透

與穿越了整個宇宙仍未遇見任何物質的  
微中子  
即將進化的  
紅色舞鞋  
流浪的傘  
與紅位移之最終遠離

有人是流沙  
有人是陷

創作是寂寞的，林文中卻願意選擇這種孤獨。從站在舞台上享受掌聲的舞者到孤獨的創作路，他希望拋棄舞台當下的痛快感，掙脫剝那間的情緒與體力的釋放後，面對現實反而有種超脫空虛的真實，而這種真實所期望的便是呈現肢體的純粹。

18歲才開始學舞，林文中起步比多數舞者晚，儘管母親是舞蹈家蔡麗華，他走進舞蹈世界卻是偶然。從小受傳統舞蹈薰陶，他對舞蹈反而意興闌珊，但對視覺設計倒是興致勃勃，原本打算進戲劇系學服裝設計，在母親建議下卻考進舞蹈系，把舞蹈當成藝術設計的跳板，這一跳也跳了15年。

創作新星會——② 撰文……王凌莉

# 遊走在肉體滿足與智力遊戲之間

## 記林文中的舞蹈世界



1 《惡童三部曲》採用柴可夫斯基第35號小提琴協奏曲(TCHAIKOVSKY-Violin Concerto in D Major, Op.35)，全舞不敘事、不強調肢體技巧，是一部純舞蹈身體、透過動能帶動節奏的表現，又略帶詼諧創意的作品。(舞蹈空間提供)  
2 林文中把自己從紐約回到台北後的生活觀察與體會融入作品裡，《小》是舞蹈創作，也是他的生活日記。(攝影/蔡德茂)



台北藝術大學舞蹈系畢業後，林文中到美國猶他大學唸現代舞研究所，主修創作，之後甄試進美國舞壇知名人物比爾·提·瓊斯(Bill T. Jones)的舞團(Bill T. Jones/Arnie Zane Dance Company)擔任職業舞者。比爾·提·瓊斯發跡於紐約哈林區，以黑人身體直接面對愛滋病患者、同志身分認同、疾病、死亡、生存等嚴肅議題，作品體現寬廣多元的世界觀，比爾·提·瓊斯與瑪莎·葛蘭姆、碧娜·鮑許同列世界頂尖編舞家，叱吒國際舞壇25年，累積上百部舞蹈創作，巡演世界各地兩百多個城市。在大學時，他受到台灣舞蹈家林懷民的提點，到了美國，比爾·提·瓊斯對他的影響不小。

在男性珍稀的舞壇，林文中特別受訓的機會不少，站在台上當一個舞者他永遠感到不滿足，「因為運用身體的藝術是不可能完美的，而每一分每一秒你都要誠實面對自己的不完美。」他說，人很脆弱，好的表演者敏感度更高，常會把自己搞得頭破血流，「真的要有自虐傾向，才能一直當舞者」。事實上，跳舞和創作對他而言，是並行的二條途徑。他認為，跳舞是一種在瞬間做抉擇，掌握微小肌肉運用、呼吸與體力等等的智慧，平時就得一直付出；創作則是概念統籌、具有主動性和決定權，他遊走在舞者肉體滿足與編舞的智力遊戲間。創作帶給他較多的快樂，他喜歡創作與跳不跳舞無關，「就是一種想要編舞的慾望多過跳舞」。

3《小》由五位舞者進出在狹「小」的空間裡，擺動、扭轉、旋撞、躍衝，極盡細微與張力，沈潛的能量和積累的情緒在窄小的演區裡激盪。(攝影/蔡德茂)



4 林文中與妻子王如萍雙人舞展作品《舞者日記》。(林文中提供)

5 《惡童三部曲》舞蹈裡呈現身體、腹部和手腳的全面性運用，鋪陳創意和靈活流暢身體的組合以及舞者大量精力的釋放，是一部純舞蹈身體表現的作品。(舞蹈空間提供)

6 《惡童三部曲》是林文中送給美國亦師亦友的老闆瓊斯的離團禮物，有點「用大師挑戰大師」的味道。(舞蹈空間提供)

7 《惡童三部曲》算是模仿期的一個總結，舞作中匯集各種技法，有古典芭蕾、現代、瓊斯以及來自於母親東方傳統舞蹈的一些概念。(舞蹈空間提供)

8 《小》是比較能清楚表達自我特質的作品，不僅是身體語彙，也直接反映出編舞者的生活和性格。(攝影/蔡德茂)

在美國擔任職業舞者期間，林文中陸續應邀回到台灣編舞，作品包括《海》、《舞者日記》、《惡童三部曲》等，其中，《惡童三部曲》算是林文中送給美國亦師亦友的老闆瓊斯的離團禮物，這部作品的創作靈感來自導演陳凱歌的電影《和你在一起》及雅哥塔·克里斯多夫的小說《惡童日記》，三部曲中的〈惡童〉採用柴可夫斯基第35號小提琴協奏曲(TCHAIKOVSKY-Violin Concerto in D Major, Op.35)，全舞不敘事、不強調肢體技巧，身體、腹部和手腳的全面性運用，鋪陳創意和靈活流暢身體的組合以及舞者大量精力的釋放，舞者在台上擺脫以往台灣舞蹈運用身體的慣性，是一部純舞蹈身體、透過動能帶動節奏的表現，又略帶詼諧創意的作品。

兩年前，林文中回到台灣自創舞團，籌備了一年，製作發表創團處女作《小》。在台北皇冠小劇場黑色舞台中央，架起三面透明的三米立方空間，他和四位舞者同舞，五個人進出在狹「小」的空間裡，擺動、扭轉、旋撞、躍衝，極盡細微與張力，沈潛的能量和積累的情緒在窄小的演區裡激盪。瓶中人、密室裡的愛情、爆發、無法掙脫的束縛、城市的操控，林文中把自己從紐約回到台北後的生活觀察與體會融入作品裡，《小》是舞蹈創作，也是他的生活日記。

林文中編的舞難跳，舞者需要消耗大量的精力和體力，挑戰各種肌力的極限，也要克服與地面之間的作用與反作用力。創作是經驗的累積，他當舞者時，從編舞者身上或是跳經典作品時學到很多，他說，早幾年的編作也都在試探自己的實力與整合大師技法的能力，現在則是想找到自己獨特的語彙、美學與邏輯。這樣的概念分別在《惡童三部曲》與《小》中可以窺探一二……



8

《惡童三部曲》算是模仿期的一個總結，舞作中匯集各種技法，有古典芭蕾、現代、瓊斯以及來自於母親東方傳統舞蹈的一些概念。他編作這部作品的目的性很強，就是「用大師的手法去挑戰大師」，對他而言，反而綁手綁腳。《小》是比較能清楚表達自我特質的作品，不僅是身體語彙，也直接反映出編舞者的生活和性格。許多編舞家重視的舞蹈技巧對他來說並不是重點，他編舞的重點在於訊息傳達的清晰度與跟社會的牽連，「別人能說的不用我多說，但是每句我說的話，我要確定是只有我才能說出來的，而且說到重點。」他希望觀眾能接收到，藝術的主觀也讓他有觀眾不一定認同的心理準備。

溫和外表下的林文中，內在是充滿頑抗特質的，舞蹈沒有換裝、道具、影像等多樣劇場元素壓陣，他對於創作聚焦純粹肢體表現力有著強烈的自信與把握。藝術家是以作品的特色來講述自己的獨特，他說：「以前的作品比較像工筆畫，現在會喜歡亂畫。作品會有一點刻意的意氣用事、刻意的憑仗直覺的味道。」他的作品很多是由心情、想法、際遇、邏輯、抱怨、不滿等比較個人的思考出發，這與他所認知的藝術是極度盲目的自我追求有關。

在台灣近十年的舞蹈生態裡，林文中是少數在創作方面有天份的編舞者，創作除了是興趣之外，也有喜歡享受被重視的快感，他說自己擁有賭徒的性格，很愛現，不怕挫折。他編舞沒有公式，一直在試新的東西，他經常思索何時會跌倒，編出一個退步或是不被接受的作品，「跌倒之後再戰會更有趣」。他一直都在懷疑自己，反思自己的能耐在那裡？他感到自己內心的本質也許是渴望失敗多於成功，而這種不確定性也就是他作品的特質。他對未來繼續創作的期許就是勇敢，「學大師是永遠不會成為大師的，乖學生到頭來是沒有辦法走出新世界，只有當個革命者、反叛者，才能創作出新的生命」。

■



5



6



7



《巷子裡的女人》劇照。(魏雋展提供)



潮男街拍，他是魏雋展。



魏雋展大學開始玩吉他，本來想當個rocker，後來想，可能演戲更適合他。

創作新星會——③ 撰文……林人中 圖……動見体劇團

## 他是魏雋展，又不僅如此而已

你也许曾經看過他在兒童劇裡唱歌跳舞演《鐘樓怪人》、俏皮地在《包法利夫人們》裡時而搞笑時而深情獨白、《在世界的房間》裡以默劇身體操偶演出，也可以是《阿濕婆變身記》的印度王子、又端出《巷子裡的女人》和「漢字寓言」編導演全創作的精采獨角戲，還低調地在《海角七號》變成地痞流氓，如此變化多端古靈精怪，他是魏雋展。

大學時期唸的是輔大外文系，原本半途學吉他想組樂團當rocker的他，抱著一股對表演的傻勁與熱情，因緣際會演出了同黨劇團的《戀人物語》，開啟了他對劇場的好奇與渴望，心想「搞不好演戲比當rocker更適合我」，從此他積極尋找各種演出機會，參加兒童劇、歌舞劇等演出，甚至與友人自組「三缺一劇團」發表創作，初試身手導演《女孩好餓》，就獲得前輩金士傑的讚許與肯定，剛從北藝大劇場藝術研究

所表演組畢業的他，演出創作不曾間斷，正一步步朝他的「演藝人生」前進著。

「其實陳綺貞是我的啟蒙者之一」，當時他還是個大一新鮮人，一邊玩吉他一邊K書的某次深夜廣播，他聽到陳綺貞在訪問中提到，她以前都唱別人的歌，但為什麼不唱自己的呢？於是她開始了自己的音樂創作歷程，對魏雋展來說，「為什麼不唱自己的歌」這句話，充滿了想像空間與吸引力，於是他開始想，自己想表達什麼、創作是什麼；「大學時期我的國文老師教古典文學，帶領我們用哲學、心理學、社會學、精神分析等各種方式閱讀水滸傳、金瓶梅，目的在過程中看見並認識自己，那相當重要程度地影響我的思維」，面對創作，於是有一種潔癖般的堅持，因此「自我檢視與批判對我來說非常重要，一個創作者必須是誠實的，當我從自身經驗出發，

如何從personal experience到public issue，成為我一貫秉持的創作態度」，魏雋展如此認定著。

許多觀眾對於魏雋展印象深刻，因為近期「漢字寓言：未來系青年觀點報告」的獨角戲《罰》。在社會觀察的創作命題下，他演出了國中生因被體罰過度產生輕生念頭的故事，其中更進行校長、老師、學生、說書人的多重觀點角力，這樣的小品演出，對他來說是創作歷程裡另一階段的開啟，是他目前為止將「如何從personal experience到public issue」的創作方式，運用得最為成熟的展現；從自身及友人的校園體罰經驗與記憶出發，去碰觸一個議題與價值體系，過程歷經許多裁切、選擇與磨合，以至使用一種最適恰的語言去表達，轉化整理成為一個作品演出。因此他享受著生活性創作的創作生活以及有意識地感受觀眾在劇場裡呼吸與心跳，「我的戲

無論碰觸的議題是什麼，都希望引發觀眾共鳴，因為我想與觀眾對話」。

舞台上靈巧亮眼的魏雋展，生活中是個極度敏銳的動態思考者。他像一個接收器，一天二十四小時開機，總在思考、經驗、分析生活日常中各類事件、人物與議題，以一種「自我」與「生活」密不可分的方式與這個世界相處，然後從中汲取成為他表演及創作的原料，肯定並尊重每個個體的存在價值，以一種毫不畏懼的態度迎接各類挑戰。對27歲的魏雋展來說，即便已經擁有豐富的表演經驗，仍對表演與創作不曾感到滿足，譬如他積極地從事各種身體訓練，近期則專注於瑜珈與太極，甚至體悟出其中一些有趣的連結，他認為這兩者都在談「鬆」，且是在秩序與架構裡放鬆，對於他原來擅長的默劇表演助益很大，然後轉化在默劇教學上進行實驗，在



魏雋展首度編導演的獨角戲《巷子裡的女人》，獲得前輩金士傑的肯定。(魏雋展提供)

程式化的動作儀態裡，挖掘肢體表演的更多可能性；而在瑜珈與太極「慢」的訓練裡，也相當程度與時常高速轉動的思考狀態形成微妙的平衡作用。

在與不同導演合作的經驗中，第一次面臨重大挫折是遇上導演林奕華，但某程度對魏雋展來說卻深具啟發：當導演



「漢字寓言」排練場一角，魏雋展與施名帥討論創作中。

不按牌理出牌，「當你發現你所學所會的瞬間彷彿無用，你會非常焦慮，不知道自己在舞台上變成什麼樣子，你如何與導演和觀眾對話」，《包法利夫人們》的工作經驗讓他從另一面向去思考「表演是什麼」，從混亂到秩序、觀察與檢視中，他獲得另一種能量與自由。「所以我喜歡與不同導演合作，在各種工作經驗中奮力學習，鍛鍊自己」，魏雋展細膩地品味每一位導演的思想與態度，並珍惜每一次互動的機會，他的認真與誠懇總是如此打動著身邊與他工作的人。

你可以說魏雋展這樣一個年輕創作者，著實令人期待，好像一本無法中斷閱讀的推理小說，好奇情節如何發展，過程又如何驚奇不凡，一面探索又不想真正知道結局，深怕這樣的快感消逝不再。當你走進劇場，也許會繼續看見他嘗試各種表演，是老人或小孩，是男人或女人，演出你的人生，更或是一次又一次說著許多精采的故事，在各類創作角色間來回穿梭，熱情地面對自己與周遭的一切，真切與人們的生命對話，如同人生如戲亦如同他是一名演員，又不僅是如此而已。

「漢字寓言」/《罰》演出劇照。



「考試不滿90分，少一分打一下」，《罰》演出劇照。

特別報導 撰文……編輯部

# 台灣藝文 評論 正式開台! 徵選專案

歡迎各方好手來報到!

在文化發展脈絡的關係鏈上，藉由藝文評論專注持續的觀察及多元維度的思辨，是刺激藝文環境、活絡藝術發展的重要環節。目前國內藝文評論，經常囿限於發表平台的不足、藝術評論機制的缺乏等，難以持續穩定的培育年輕藝文評論人才，為國內文化藝術的進程扎根。

有鑑於此，國藝會特別規劃「台灣藝文評論徵選專案」，以全年度網路公開收件的方式，鼓勵愛好藝術並勇於發表評論的寫手，針對當年度國內首度發表之國人展演創作作品以及當年度發生於國內的藝文活動、事件等提出多元思考以及獨特觀點之評論文章。此外，國藝會同時推出本專案專屬網站提供評論文章全文刊載，並歡迎社會大眾即時回應。期望藉由無遠弗界的網路媒介，策動潛在藝術愛好者的積極評論以及社會大眾的多方觀點回應，間接刺激國內藝文生態的發展，並且催化與豐富藝術創作的獨創性、可能性和多元性。

本專案收件期為98年1月1日至12月31日，歡迎年輕藝評好手以中文書寫，以網路線上遞案，每案限2000-5000字。國藝會將於每月辦理網站觀眾投票活動，給予每月最佳人氣獎稿酬，並辦理年度評選，選出首獎、佳作以及特別獎等評論文章，頒發獎金。

由於本專案為國藝會首次全程於網路上進行申請、審核相關事宜，為令有興趣參與的藝文工作者更為熟悉相關辦法與程序，我們特別針對申請者可能的疑問製作了Q & A，以及申請程序圖解教學，希望能對有興趣參與本計畫的各方好手，有所助益。

## 藝評台Q&A

**Q 請問「台灣藝文評論徵選專案」(以下簡稱藝評台)對於投稿是否有特定的限制呢?**

**A** 這個專案主要是期待並鼓勵年輕藝文工作者能夠對於當前藝文生態，藉由深入的觀察與分析，以多元的觀點共同在藝評台發聲，唯一的限制是投稿須以中文書寫，以及文章評論對象的選擇。不過要特別提醒的是投稿者等同申請國藝會補助，而首次申請國藝會補助者，在完成申請程序後，需另附上身分證或護照影本，以郵寄或傳真的方式送至國藝會。

**Q 上述所稱「評論對象」的選擇限制是什麼呢?**

**A** 藝評台專案主要分為四大類：表演藝術、視覺藝術、文學、藝文生態類，其中前三類須針對當年度國內首度發表之國人展演創作作品(包含創作、演出、製作等)進行相關評論與發表；藝文生態類則須針對當年度國內之藝文活動、事件(活動或事件如為跨年度持續性被討論的議題，唯需在申請當年度曾受到討論，即可符合申請資格)等進行相關評論發表。

**Q 請問「藝評台」年度評選的獎助方式為何?**

**A** 「藝評台」除年度獎項之外，每月有網友票選最佳人氣獎，每月至多三篇，每名稿費新台幣2000元。在年度獎項部分：首獎至多7篇，獎金新台幣3萬元整(限首次發表文章)；佳作至多20篇，獎金新台幣1萬元整(限首次發表文章)；特別獎至多7篇，獎金新台幣2萬元整(限已發表過文章)。

**Q 請問年度給獎項目設計的目的為何?**

**A** 本專案期望能夠鼓勵年輕藝評寫手於藝評台發表首次藝術評論文章，並使藝評台逐漸累積成為藝術評論的一個重要發表平台，因此年度評選針對首次發表的文章設計了兩個獎項。不過也基於本屆是專案執行的第一個年度，我們也希望能鼓勵更多藝評寫手一起來活絡這個新的平台，因此年度評選也針對非首次發表的文章，設立了一個特別獎。

**Q 請問怎麼樣可以獲得「每月人氣獎」呢?又如何前往藝評台進行票選呢?**

**A** 藝評台網址：<http://artcriticism.ncafroc.org.tw/> 投票前須先加入藝評台網站會員，每人針對每篇文章只有一次投票權，不可重複投票。文章計票方式分為年累計與月累計票數。每月人氣獎依據月累計票數，自公開發表開始累計，不分類別，逐月選出至多三篇獲票數最高者，每篇可獲得稿費新台幣兩千元整，獲獎文章不再參與之後的每月人氣獎票選，而未獲獎者，次月累積票數將歸零重新累計。

**Q 請問要如何加入藝評台網站會員?加入會員可以擁有哪些功能與權限?**

**A** 請至藝評台網站首頁進入「加入會員」的頁面，詳細讀取服務條款後，提供身分證字號或護照號碼作為會員帳號，並填寫會員基本資料，即完成加入會員程序。加入會員者，即可針對文章發表留言、使用RSS訂閱服務、參與每月人氣獎的網路票選活動，以及擁有編輯和維護個人資料的功能與權限。

**Q 投稿限制「當年度」的明確時間為何?**

**A** 以2009年為例，意指文章評論之展演創作作品首度發表時間必須為2009年1月1日至12月31日止，藝評台將於整年度進行收件與初審。

**Q 投稿的類別該如何選擇?**

**A** 藝評台專案鼓勵多元觀點對不同類別進行評論，主要由申請者自行決定申請文章的類別，承辦單位針對投稿類別的選擇不會有任何建議或修改。

**Q 申請文章是否有篇幅限制?是否提供上傳圖片?**

**A** 文章篇幅限2000字至5000字(不含參考書目、圖說和註釋)；藝評台可供上傳圖片的功能，申請者亦可選擇不上傳圖片，圖片大小限制400-600kb，至多20張，申請者須在申請時同意承諾文章及圖片版權等聲明與條文。

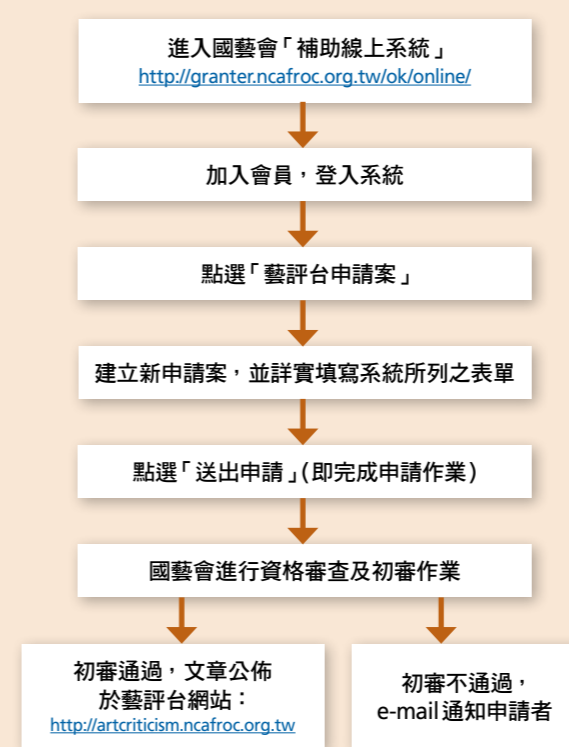
**Q 藝評台專案評選機制的過程為何?**

**A** 投稿者於線上提出申請(在線上提出申請時，即須選擇文章為首次或非首次發表，如為非首次發表需要提供出處與時間)，業務單位初步審查資格是否通過，之後依類別分別由委員逐月進行初審，通過初審即可於藝評台網站公開發表。

申請流程說明：

申請辦法詳見：[國藝會網站](#) → [補助廣場](#) → [補助辦法與表格](#) → [台灣藝文評論徵選專案](#)

申請流程：



台北西區扶輪社

## 「台灣文化獎」 獎勵藝評工作者

藝評人 王嘉驥、王墨林、陳雅萍、陳漢金獲獎

台北西區扶輪社台灣文化獎係由台北西區扶輪社主辦，自成立以來，每屆規劃一個意欲特別給予肯定與鼓勵的領域，經過評選程序後，授與獎助，歷年來已陸續頒發獎助與歷史、語言、藝術、音樂、建築、鄉土創作文學、社區營造等領域中表現傑出文化工作者。

第五十三屆台灣文化獎，由於不少社友長期參與文化藝術事務，也深刻感受於藝術評論在藝術生態發展過程中的重要性，因此期望藉由頒發藝評人獎方式，鼓勵長期投入藝術評論工作的傑出藝評人，除了對於他們的表現給予肯定之外，也希望能對國內藝術評論生態的發展有所助益。

為了表現對此一獎項的重視，台北西區扶輪社特別將「台灣文化獎\_藝評人獎」委託給國家文化藝術基金會規劃與執行，以「獎勵於表演藝術及視覺藝術評論領域具有卓越性成就，且近年仍持續寫作之藝術評論工作者」為目標，在經過推薦、提名、評審三階段的評選程序後，於2008年12月10日，產生出四位得獎者：王嘉驥、王墨林、陳雅萍、陳漢金(按姓名筆畫排序)，獲獎者將可獲得12萬元獎金，台北西區扶輪社並將於今年3月18日「授證54週年紀念晚會」中舉行頒獎儀式。

得獎理由

本屆台北西區扶輪社台灣文化獎，針對表演藝術與視覺藝術評論人進行評選，四位得獎者均對自己所關心的藝術領域持續進行觀察與評論，經常性甚至即時性發表評論文字，除分析專業精闢，亦注重文字品質，特別給予肯定與獎勵。

評審委員名單：

提名委員：廖仁義(主席)  
賴香伶、徐開塵、邱瑗、李惠美  
評審委員：李魁賢(主席)  
薛保瑕、廖仁義、平珩、張己任



特別報導 撰文……楊婉怡

# 歡迎光臨法國夏隆街頭藝術節

## 無所不在的演出、漫天塗鴉、沸騰、狂熱與奇想的藝術嘉年華

1987年，第一屆夏隆街頭藝術節 (Festival de Chalon dans la Rue) 誕生。22年來，夏隆街頭藝術節成功打造出品牌。它既是新人嶄露頭角的原創地，是職業級劇團再創高峰的炫技場，是舉家闔歡的嘉年華，更是文化觀光的大熱門，這裡看得到傳統與現代，雜耍、馬戲、偶劇、舞蹈、音樂、戲劇、錄像、裝置、多媒體等，多元的藝術元素在此匯集，因為這麼多的可能，把世界各地的人們聚集在此，共同創造了專屬夏隆街頭藝術節的傳奇四天五夜。

2008年7月中旬，由國藝會及法國文化部共同推動的「台法短期參訪交流計畫」參訪團，由國藝會黃明川董事長領隊、李立亨 (林桃國際文化事業有限公司負責人)、劉梅英 (台東劇團團長、台東鐵道藝術村執行長)、游蕙芬 (金枝演社團

長) 及陳柏維 (眼球愛地球劇團團長) 等一行五人，遠赴巴黎、夏隆、馬賽等城市，在短短十天內拜會了包括法國文化部、夏隆街頭藝術中心及國立街頭藝術中心在內的15個公私立藝文機構及策展人，親身體驗「街頭藝術節」的巨大能量，而文化植被深厚、創意活力豐沛的夏隆街頭藝術節，正是值得借鏡的案例。

### 歷史小鎮煥發嶄新價值

夏隆 (Chalon-sur-Saône) 位於法國中部，距里昂北方約一個半小時車程，市區居民只有五萬人，大夏隆區域也只有十萬人口，整個城鎮瀰漫著濃厚的歷史感，舉目所及盡是動輒超過三四百年的老房子，穿行在石磚鋪地的蜿蜒巷弄間，

- 1 2008法國夏隆街頭藝術節主視覺意象。
- 2 國際媒體專屬信箱，提供團隊最直接的公關宣傳管道。
- 3 藝術節IN & OFF節目單。
- 4,6 街頭巷尾貼滿演出宣傳海報。
- 5 夏隆街頭藝術節總部一景。
- 7 夏隆藝術節人氣鼎沸，有演出的地方，就擠滿了觀眾。

彷彿還能嗅到來自中古世紀的庶民氣息。

這樣一個默默無名、死氣沈沈、宛若遺世獨立的法國小老頭似的遲暮小鎮，在拖磨過數百年的停滯發展之後，可能連它自己都始料未及，竟然因為舉辦街頭藝術節，而猶如枯木逢春般生龍活虎了起來，搖身為一個走路有風的活力老人。

拉風而且口袋麥克麥克。這個號稱全歐洲最大的街頭藝術節，在短短四天內，可以端出400多道節目、超過1000場的演出，為此，夏隆小鎮會湧進20萬人次，創造高達450萬歐元的消費收入。請注意，街頭藝術節的節目基本上是免費的，之所以能締造成本翻三倍的收益，是因為人們來到這裡，不只是为了欣賞精彩的節目，更為了感受獨特的節慶氣氛、體驗當地獨有的紅酒美食城堡與中古風情，換句話說，

這些元素都藉由「街頭藝術節」的概念，打包成一套豐富的文化觀光行程，吸引藝術家與觀光客遠來遊賞。

### 夏隆藝術節街頭風景

藝術節總部座落在夏隆郊區，是由大量老廠房建築群組而成，前身是一座屠宰場的閒置空間，轉型後成為藝術村及藝術節的行政籌備處，空間配置頗似台灣的華山藝文特區，所有牆面沒有例外的噴上七彩塗鴉，信步走去，街道上隨處可見駐村藝術家的作品，前衛而光怪陸離的藝術表現，在不同角落展現藝術家丰采，讓總部洋溢充沛的生命力。

藝術節指揮中心，則取地利之便設在市區中心，自然也成為藝術家的接待中心與遊客諮詢處。建物前身是修道院，後方有一個綠地果園，藝術家與媒體席綠茵草地而坐，便可休憩與交流。果園內特別設有媒體聯絡處及專屬信箱，以便藝術團體投入演出訊息或廣告DM，貼心提供宣傳與公關最便捷的管道。

藝術節的節目分為入圍 (In) 與外圍 (Off) 兩類，均經過



11

12

13

14

15

16

- 8,10 夏隆藝術節人氣鼎沸，有演出的地方，就擠滿了觀眾。
- 9 Xavier KIM 演出結合錄像、舞蹈與馬戲的《#0.0》個人秀。
- 11-16 藝術節隱含將藝術、生活、原創與民主緊密結合的價值觀。
- 17 表演團隊及媒體聯誼中心是一個綠地果園，洋溢悠閒的氣息。

事先挑選，並各有藝術總監負責，例如2008年的400齣Off節目，便是從800多個作品當中挑選出來。主辦單位除了為所有節目安排場地，並為In的節目印製節目手冊，Off的節目則披露在每天出刊的快報，詳列當日的演出時地資訊，供觀眾免費索取。

除了開幕演出之外，夏隆藝術節的節目以機動性高的小型作品居多，除了傳統的戲劇，不乏跨領域的表演藝術，例如Karnavires的燈光煙火大秀《是或不是》、Vacherie的電音舞蹈《Les Bains》、Matitube的新馬戲《蹺蹺板人》、Xavier KIM結合錄像、舞蹈與馬戲的《#0.0》等節目，都展現出街頭藝術風格的多元。定點演出之外，最有趣的莫過於在街頭巷尾的遊行表演，演員們與隨機相遇的民眾互動，讓看戲這件事充滿意外的驚喜、動態的體驗。

出了家門就上了舞台，是種奇妙的城市經驗。除了人群集中的幾條主要觀光街道，教堂廣場、十字路口、公園、河邊、花園、古蹟旁、住家窗戶前、大小空地、綠地與停車場……，或露天，或帳棚內、電話亭、公車站、甚至計程車裡……，無處不可幻化為演出的舞台，甚至同一節目在四天的表演期間，會流動至不同地點，透過賦予作品不同的空間場景，作品的內涵層次更加豐富。

### 地方城鎮的文藝復興

對街頭藝術而言，最重要的核心價值在「親民」，也就是主動親近觀眾，特別是那些幾乎不走進劇場看表演的觀眾，因此，如何透過置身在街頭演出的當下時空，去建構/操作與觀眾互動的過程，成為街頭藝術的創意指數決勝點。免費看戲也是出於同樣的思維，票房從來不是藝術節的重點收入，因為法國政府相信，藝術文化創造的產值不在售票行為本身，而是它連動發生的週邊效益，以及對民眾生活素質最深層的影響及改變。

因此當你知道，法國各地現在不但有10個國家級、15個地方級的街頭藝術中心，而且每個中心自成獨特的美學風格，自有根植於地的人文理想性格，當你驚豔於街頭藝術作品竟能如此精緻與專業、而有關街頭藝術的定位與認同的爭論正甚囂塵上，你開始瞭解他們是「玩真的」，所謂「扶植街頭藝術為一獨特的藝術類別」、所謂「永續經營」、所謂推動「街頭藝術時代計畫十大方案」……絕非僅止於口號，而是政府與民間共同的願景，預視了一個遍地開花的法國城鎮新

文藝復興運動。

從小鎮的嘉年華會發跡，逐年茁壯成為全法最大的街頭藝術節之一，夏隆藝術節的成功，體現了「Old is New」的奧意，其發展歷程背後，隱含的是對於凝聚在地認同、厚植文創產業、活化地方資源等環節通盤的整合規劃，以及，將「藝術」、「生活」、「原創」與「民主」緊密結合的價值觀。此一透過舉辦街頭藝術節，形塑地方特色，促進觀光文化產業化的經驗，值得本地未來策辦藝術節之參考。



8

9



10



17



# 發現藝文走廊在竹科

專訪智原科技總經理林孝平談智原藝文走廊

撰文……蘇怡如

藝術家游文富「冬羽·春雪」一展中，位於智原科技總部大樓外庭院的作品《竹變系列——白綠》。(游文富提供)

**走** 在新竹科學工業園區內，很明顯可以感受到，竹科自成一個與外界截然不同的區域，像是另一個特殊的國境：區內平整、寬廣的馬路兩旁，盡是極具規模且工整的科技公司大樓……。在這裡，我們能聯想到的是，科技、產值、股票、宅男工程師，我們想像不到卻真實存在的，是一個藝術走廊的發生。智原科技總經理林孝平笑著說，在園區裡，最常聽到的聲音，就是自豪於公司以最簡單、不花錢的方式構建硬體，沒有「不實用」的裝潢或設計。「公司草創時期這樣的想法當然可以，但到了一個階段我覺得公司還是要進步。」

就像面對不景氣，與其採取人人都會的cost down，不如想想如何把本身的價值提高，才是林孝平認為的生存之道；而提升質感、尋求差異化，就是林孝平認為對的方向，這樣的觀念不只是經營實際的產品面，也許更在於「將藝術帶進不是藝術的場域」中。

## 智原藝文走廊的誕生

位於新竹科學園區裡的智原科技總部，一樓偌大、雪白的開放空間，除了看得出經過設計的精心規劃外，智原並成立藝文走廊，固定檔期邀請藝術家展出作品，不同於一般公共藝術設置之後即不變動，定期展演的藝文走廊顯得十分多元而時有令人驚喜的變化。智原科技總經理林孝平說，之前的辦公空間就曾作這樣的嘗試，但當時廠房空間較小，而且採取與藝廊合作的方式進行，在經營的過程中，多少還是感受到藝廊對於銷售總有期待，加上展出作品內容及形式也由藝廊主導，當時即有了藝文走廊的構想，同時也將此一想法納入現今總部大樓的規劃中。

對於總部空間的安排，林孝平有完整的想法，他找來建築師朋友為其設計，希望盡可能讓公共空間夠大，提供員工



智原藝文走廊與接待大廳，除了作為定期展演的展覽空間外，大廳也隨處可見智原收藏的雕塑作品。(攝影 / 蘇怡如)



智原科技現正展出藝術家游文富「冬羽·春雪」一展，圖為懸吊於挑高咖啡廳天花板，直徑達3.5米的作品《竹影》。(游文富提供)

舒適、愉悅的環境，「我們不是要豪華，而是要有質感，所以咖啡廳也是遠自台北找到專業人員下來新竹經營。」目前智原科技一樓挑高、明亮的咖啡廳區，搭配整片落地玻璃，以及可以眺望得很遠的大片綠地，如同林孝平所期待地，營造出沒有壓力而賞心悅目的氣氛，對於身在其中的員工來說也是難得且驚喜的事；而戶外那片可以看得很遠的綠草地，也可作為舉辦活動之用。

每個樓層還是保持「公共空間多一些的原則」，如九樓還有舉辦過音樂會的講堂、配備如旅館等級的房間給員工或客戶休息之用，活動中心、羽球、籃球、撞球場、健身房、瑜珈室……，除了科技公司應有的福利配備一應俱全，智原的環境如林孝平所期待的，較之科技產業的廠房予人的冰冷和無盡的加班時數，多了質感與繁忙冰冷的產業本質以外的藝文氣息。

## 質感為目的，藝術為途徑

從林孝平對於整體空間規劃的用心，我們或許可見一個更深入的思考，這個思考中心以質感與美為目的，藝術為途徑。2005年年底，智原科技遷入新總部，2006年即在公司內部自籌「展示藝術推動組」，負責「智原藝文走廊」的展覽。這個工作小組都是由智原科技內部員工因為興趣而兼職擔任，從展覽起始的各項瑣碎細節、廣告海報製作、設計等，幾乎都由這個工作小組完成，並延請音樂創作者林詩達作為規劃執行的顧問。在邀展藝術家的選擇上，林孝平說他希望邀展對象從台灣藝術家開始，因為近幾年台灣藝廊多是大陸藝術家的展覽或作品，台灣藝術家機會減少，而且台灣藝術家很多經過時間歷練，作品具有一定的深度與品質；而剛巧幾檔展出藝術家都畢業自國立藝專，在辦展過程中似乎也因



智原戶外草地舉辦第三屆「2008智原草地音樂日」，邀請了陳昇與新寶島康樂隊現場演出，整體活動對外開放，台上台下草地同樂。(智原科技提供)

智原科技總經理林孝平即是推動智原藝文走廊的推手。(智原科技提供)

此發展出藝術家的名單網絡。

「智原藝文走廊」以半年一展的頻率，自2006年4月開始第一檔展覽，首展為畫家高永蒼的個展「碳索原點 碳筆畫作展」，而後跨越至2007年則展出「靜·境——許禮憲個展」、「遇見·福爾摩沙 | 柳廣明攝影個展」、「美·女 | 梁慶富個展」，2008年的首檔展覽為「森林呼吸 | 蕭長正個展」。除了靜態展出，每次展覽的開幕茶會，同仁們都有機會與藝術家當面暢談創作的理念及藝術心得的分享，對於埋首於工作，餘暇也鮮有機會參與藝文的同仁而言，這樣的經驗倒是給予他們特別而又直接的感受，許多同仁在看完展覽後深受感動，主動購藏作品；此外智原內部空間如電梯口、大廳接待處、戶外草原等位置，也可見展出後由公司購藏作品置於公共空間，智原內部隨處可見展覽過後，藝術仍然持續產生美的影響。除了室內的藝文走廊，智原更向外延伸活動型態，於智原戶外草地空間舉辦第三屆「敦親睦鄰·心的分享——2008智原草地音樂日」，今年邀請了陳昇與新寶島康樂隊現場演出，整體活動對外開放，現場販售啤酒及輕食，配合草地及音樂，恣意而悠閒。

而要在企業體之中發動與本業無關的事務，領導人的意志還是關鍵，參與藝文的形式也與領導人的品味、喜好息息相關。林孝平從小喜歡美術，個人對藝文活動的參與鎖定在視覺藝術領域，「我特別喜歡立體，雕塑、各個角度都可以欣賞的藝術作品，像建築就是藝術的一種表現。未來如果有機會改變台灣人的觀念，進一步重視建築的外觀，就能與當地特色結合。」智原06年年底展出的許禮憲，以及朱銘、陳庭詩，都是林孝平喜愛或有收藏的藝術家。林孝平說，他的收藏注重視覺的線條，倒不一味的追求名家作品，像是古美術範疇的石雕、木雕也都在他的收藏範圍，他認為立體類作品較能表達人體如腹部肌肉、背部等線條的美感，「以美學層面來看，有些當代藝術不一定有這麼美的東西。」林孝平的收藏從美感考量，他覺得「所有藝術都離不開美」。

### 以「美」凝聚認同，形成差異

追求美的事物，並非無阻力。林孝平不諱言，園區一直以來就是一個賺錢的地方，其他都不重要，一開始同仁未必很支持這些藝文相關的活動，「同仁說，為什麼要花那麼多錢蓋大樓？為什麼不能簡單點錢就發給同仁。我都說我們跟隔壁聯發科比，造價便宜多了；久了以後員工就很高興有這樣的環境，認同這樣的文化，甚至有些人離開都想回來。台灣應該跳脫目前的層次，雖然我們本業跟藝術差得遠些，但長遠來看是會影響到工作的質感，我們會繼續作下去。」當我們詢問到，這些藝文展覽是否對同仁及企業逐漸產生影響或變化？林孝平說其實很難具體表述，但他相信確實形成了公司的風格與文化，他舉例搬到新辦公室後，智原藝文走廊及其他空間陸續辦了一些活動，而後在接待外籍客戶時，對方十分驚訝於智原空間的規劃及質感，「因為他們對台灣的印象就是亂，這個現象讓我們同仁們覺得滿驕傲的，因為客戶從這些安排上感受到智原是一個有心長期經營的公司。」林孝平認為這是一個長時間的運動，就算這次與客戶的生意沒有談成，但至少做了國民外交。「國民外交聽來或許抽象，但能留下印象，就是一個機會！」也因此智原的同仁對此更多了些正向的思考。

不論是藝文的參與或是其他面向與社團的發展，透過參與藝文、分享美的事物的方式，能夠進一步凝聚更多層面的認同，林孝平也相信大家漸漸會朝這個方向進行——美的環境會得到認同。「就像現在園區裡其他公司的同仁也都會來走走看看，如園區藝廊『霍克』，或是聯發科董事長蔡明介也都會來關心，園區內的企業經理人協會，每年舉辦活動也都與智原借場地舉辦……。」林孝平相信這樣的經營模式，園區也有其他公司看了之後也會想要跟進，而智原抱著這樣的基本的態度，透過公司內部發動具質感的藝文展覽，影響能夠慢慢擴散，在園區裡產生一些效應，能夠更加深園區對美學的



游文富於智原大廳創作《臥虎藏龍》作品，以大片染白的竹子營造出龐大量體，也象徵專事IC設計的智原在IT產業界中隱而不匿的重要角色。(游文富提供)

重視。目前智原於藝文項目的經營，以每年固定編列經費的方式支出，未來，林孝平希望能成立正式組織，不排除基金會的形式，但近期公司本業的半導體不景氣，距離達成目標恐怕還要一段時間。或許正如林孝平所期待的，智原正一步步以柔軟、獨特的方式與藝文進行連結，透過藝術的力量達到他期待的質地，也因此使得智原產生了差異。

### 2009 游文富 | 冬羽·春雪

2008年12月起至2009年的9月，智原藝文走廊邀請到藝術家游文富展出「冬羽·春雪」。創作多為大型的裝置、地景作品的游文富，延續他慣用的竹、羽毛等媒材，除了依照智原藝文走廊、智原大廳、咖啡廳等空間條件量身打造作品型態，游文富仍然關照著作品於在地的互動，思索著來自自然界的媒材，與科技業及其員工可能對話的意義與互動。於是從智原大樓前庭及咖啡廳外側的二端戶外草坪可見《竹語》、《竹變系列——白綠》，一步入大廳映入眼簾的作品《臥虎藏龍》游文富以大片染白的竹子營造出龐大量體的竹林營造冬季、耶誕前夕的雪白氛圍，也隱含李安電影《臥虎藏龍》竹林

打鬥的飄逸意境，同時也象徵專事IC設計的智原在IT產業界中隱而不匿的重要角色。

游文富也利用智原藝文走廊長廊的大片落地玻璃可引入的光線創作《墨竹》，透過不論白天黑夜的自然光與人造燈光由外而內的映照，使得長廊空間與地上的光影不斷變化，《墨竹》的呈現即在作品本身也在作品與室內外空間光線的相互唱和。另外，長廊底部的作品《羽化》搭配燈光投射，與繡刻著智原科技合作夥伴名稱的巨幅牆面，在視覺氣氛上有著極佳的呼應；挑高咖啡廳區所懸吊直徑3.5米的《竹影》，於員工休息交誼的場域中亦易吸引目光、凝聚話題。

於智原藝文走廊展出，游文富體會到智原積極邀展的誠意及智原文化藝術推展小組的協助，這些應皆來自企業領導人對於藝文的支持。游文富說，企業在經濟不景氣的此時，能夠且願意提撥經費、得到公司同仁的支持來支持藝文活動，令他十分感動。他在開幕導覽解說的過程，也得到同仁熱絡的回應，相較於過往靜態如繪畫、雕塑的藝術創作展出，參與裝置與地景的藝術創作經驗，對少有閒暇主動接觸當代藝術的竹科人來說，想必是十分新穎的經驗。 ■



寫給你的波思卡  
【南投埔里】

# 紙教堂

## 非人間傳達的仙境

### 紙教堂有什麼？

#### 紙青蛙

由洪新富老師創作的紙雕金線蛙，包含成蛙及蝌蚪為一組，精細的外觀非常可愛，常吸引小朋友目光，是具創意及教育意義的文化產品，也可作為生態教育的教材喔。(新故鄉文教基金會提供)



#### 布青蛙

社區媽媽開始學習用青蛙做拼貼布偶，而如今都已經是成熟的產品了，比較量產的是蜻蜓與青蛙的設計。(照片為瑜珈蛙/新故鄉文教基金會提供)

親愛的小珮：

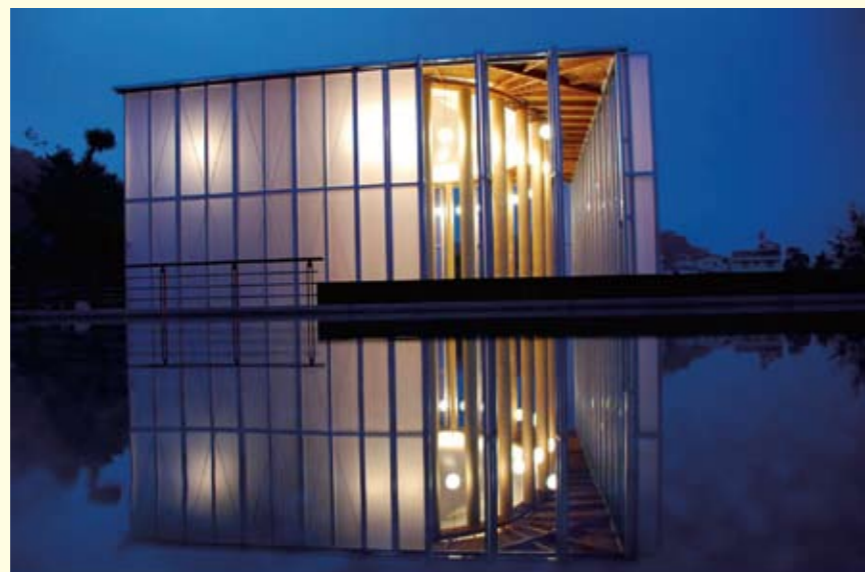
新年快樂。我正在回家的火車上。今天朋友帶我到南投玩了一天，遇見許多有趣的人和新鮮的事，玩得相當開心，等不及回家，又怕忘記很多細節，所以在火車上寫信給你，希望很快我們可以一起到南投玩！

今天一大早(九點左右)到了高鐵台中烏日站，朋友們已經在門口等候，他們說，最近埔里桃米社區蓋了一座紙教堂，一定要帶我這個城市鄉巴佬過去看一看。車子上了中二高，一路向南，天氣晴朗，心情愉快。不到15分鐘，我們下了草屯交流道，接上往埔里必經的台14線，朋友突然想起草屯有一個台灣工藝文化園區，今天也在舉辦工藝市集，順道帶我們過去看一看。他又說，看完工藝市集，文化園區對面還有一個全台僅有的稻草文化館，裡面有好多稻草製作的有趣玩意，我們一定會有興趣。

話還沒說完，不到十分鐘，我們已經到了台灣工藝文化園區門口，路邊停滿了車，園區內果真如朋友所說，有好多有趣的手工藝攤位，有石雕、漆器、原住民工藝品、陶藝品……。那裡還有一片大草地，草地的盡頭搭建了一個舞台，有很多在地的年輕學生組成的樂團輪番上台表演，雖然表演的不是很專業，但大家還是都給他們熱烈的掌聲鼓勵他們。另外，旁邊的展覽館有一個有趣的展覽，叫做「夯工藝·靚時尚——台灣VS泰國文化創意產業特展」，把台灣的創意工藝作品和泰國的工藝品放在一起展覽。

旁邊還有一棟工藝資訊館，一樓是專賣台灣工藝精品的賣店，二樓是有很多和工藝有關的圖書的圖書館，三樓有一些有趣的工藝互動遊戲，可以讓爸爸媽媽帶小朋友來玩。還有一大棟據說以前是工藝教室的建築，朋友說，那是政府提供給工藝家進駐的工藝工作室，工藝家可以在那裡進行創作，你也可以到這些工作室去和這些工藝家面對面聊天或留下來學習你有興趣的工藝。

逛完整個園區，已經接近中午，朋友建議我們先到對面的稻草文化館看一看，晚一點往埔里的路上，有不錯的餐廳，再帶我們去吃飯。還沒走進文化館，門口就有好幾隻稻草編製成的大型稻草動物，有水牛、稻草龍還有——超大隻的兩隻牧羊犬，可愛的造型和細緻的編工，讓我們驚呼連連。



紙教堂(側面)，新故鄉文教基金會提供。



夜間的紙教堂。(攝影/林柏樑)



清晨紙教堂內。(攝影/林柏樑)



1 國立交響樂團的演奏會，透過展演的形式使園區增加更多的附加價值(2008/7/5)。往後園區的產品也可以藉由展演形式將外面的人帶到社區裡來(新故鄉文教基金會提供)。  
 2 在這裡以生態保育、生態基地的方式發展，使得來自各方的人都有幸福的感受(新故鄉文教基金會提供)。  
 3 社區藝文活動(新故鄉文教基金會提供)  
 4 2008年1月，全台灣有一千多位朋友來到社區一起來做紙管立起來的過程(新故鄉文教基金會提供)。

5 台灣工藝園區工藝拼圖闖關遊戲。(攝影/陳明輝)  
 6 林碧霞老師製作稻草包裝。(攝影/陳明輝)  
 7 草鞋墩陳天色理事長解說稻草編織。(攝影/孫華翔)  
 8 紙管椅：由埔里的紙重新做包裝(新故鄉文教基金會提供)。

9 藝術表演活動(攝影/陳明輝)  
 10 桃米社區是青蛙的故鄉，所以連廁所的標示都是青蛙先生和青蛙小姐(新故鄉文教基金會提供)。  
 11 草鞋墩米包裝。(攝影/孫華翔)

剛走進館內，親切的導覽員阿姨就已經迎上前來，開始為我們導覽。文化館裡面，一邊展示十幾年來社區媽媽們製作的、還有從日本參訪帶回來的稻草作品。從稻草人鉛筆、草鞋、稻草花飾，還有可愛的稻草豬!另一邊有好幾位社區媽媽正專心地用熟練、精巧的手法，製作一雙雙台灣幾乎已經沒有人做的手工稻草鞋。文化館中間堆了一個很大的稻草堆，導覽阿姨說，以前農家論及婚嫁前，女方都會在稻田收割之後，到男方家的田裡去看稻草堆。草堆的高度愈高、愈大，表示這家人愈勤奮、收成愈好，當然也愈有錢，女方才會放心把女兒嫁過去。

下午兩點，大家帶著新奇驚訝的心情和飢腸轆轆的肚子不捨地離開了稻草文化館。我們在離稻草文化館不遠的田園咖啡廳用餐，簡單的餐點、小火鍋以及當季新鮮蔬菜，讓我們吃飽飯足之後，一夥人繼續回到台14線，往埔里的方向前進。

台14線從草屯往埔里的路上，沿路的山水景致真的很漂亮，九九峰的奇岩山巒，在下午轉涼陰鬱的天空下，環著雲霧繚繞，讓人覺得自己像是山中仙人，正踏上隱居的歸途。過了幾個隧道，轉眼不到40分鐘，我們已經經過轉往埔里鎮上的岔路，離開台14線，逕往通向日月潭的台21線前進。不久，過了暨南大學大門口，朋友突然驚呼路邊竟然有一隻超大隻的木頭青蛙，還有一隻大小不相上下的大蜻蜓。原來我們已經到了桃米社區的門口。轉進社區小徑，沿路都有指往「新故鄉見學園區」的指標。

經過幾番轉折，指示牌指向一個看似沒有路的小巷，連朋友都不太確定是不是這條路時，路口已經有幫忙指揮交通的社區義工引導我們轉進小巷。原本狹窄的徑道，才過一個轉彎，眼前竟然豁然開朗，出現熟悉卻又遙遠、只有在午夜夢迴時才會出現的一片襯著藍天青山的田園景色。更讓我們驚訝的是，田間佇立著一座造型簡潔、明亮的建築。這座建築在遠山天色和青青綠茵的襯托下，真正的像是仙人們進行非人間傳達、只有在神話故事裡才會出現的地方。



假日的紙教堂也是全家一同出遊、留念的好去處。(攝影/林柏樑)

## 紙教堂有什麼？

### 野菜麵

配合新故鄉自然農園所生產的蔬菜，Paper Dome輕食區新推出健康又具特色的野菜麵，有新鮮蔬菜、手工野菜丸子等，讓大家嚐嚐自然的好味道。



### 烏忘食生態米

自二〇〇六年八月在桃米的新故鄉自然農園，種下台農七十一號益全香米。閃耀著澄黃的稻浪飄香成為每年最瑰麗的期待與夢想。桃米的麻雀已二十年不曾見過稻米，或許忘記了稻米的滋味。不灑農藥、不施化肥的新故鄉生態田因而未受鳥害。「烏忘食生態米」就成了我們的稻米品牌。烏忘食生態米的孕育和收成印證著我們的信念·自然·成長·好滋味！



### 紙織作的筆記型電腦包

紙教堂旁的小賣店有一個紙織製品專賣店，店裡有各式各樣紙纖維作的產品，從簡單的杯墊、茶席、窗簾，到提袋、女生用的逛街包、還有筆記型電腦包都有。



朋友說，這座建築就是紙教堂。整座教堂的樑柱都是由紙管構成，而且是遠從日本運送過來。而且這座紙教堂之所以會出現在這裡，有一個很長、很感人的故事。我們坐在紙教堂前的草地上，在閒緩平靜的氛圍下，一邊迎著徐徐微風，一邊聽朋友娓娓訴說這個感人的故事，讓人不禁心情跟著激動起來（故事很長，下回我們一起到紙教堂來，我再說給你聽）。

朋友故事剛講完，正好有一位中年大叔穿著雨鞋、戴著寬邊帽，手裡拿著撈水草的杓子走過來。朋友說，他就是把紙教堂從日本帶回來的新故鄉文教基金會董事長廖嘉展廖大哥。樸實的外表和言談，還真像是桃花源記裡描寫的，在阡陌交通間，不知有漢，無論魏、晉的山林隱夫呢！

廖大哥和我們邊走邊聊，他告訴我們，桃米社區在921震災後的這十年來，已經從地震的陰影中走出來，變成一個美麗的生態社區，也是青蛙的家鄉。這也是為什麼我們在路口會有一隻大青蛙的原由。在這裡，大家可以花一天的時間，跟著社區居民一起尋找青蛙的蹤跡、也可以待上好一陣子，體驗生態農村生活的樂趣。現在，紙教堂在這裡，是希望可以把更多人文、生態和我們生活裡關心的事情結合起來，讓人們來到這裡，可以更深刻地在閒靜平和的環境裡，體會在地生活的文化美學。

所以從去年紙教堂開幕之後，就有許多社團和社區活動、音樂表演、舞蹈表演在紙教堂演出。去年還有國家室內交響樂團在晚秋的一個夜晚在紙教堂裡演出，吸引了好多人來看。紙教堂的地下室是一個很棒的靜態展覽空間，前一陣子有內容相當精采的社區工藝展覽，現在正在進行桃米生態攝影展。很有趣的是，這裡的展覽主題都和土地、環境、文化、藝術緊密連結，像去年的社區工藝展覽就叫做「工藝地誌學」，講的是台灣的地方工藝、人與土地的情感激盪出的工藝美學。最近的生態攝影展，則是由當地社區媽媽、地方記者、專業攝影家一起共同拍攝桃米社區的生態環境。這些展覽都很精彩豐富，而且只有在這裡看得到，別的地方絕無僅有！

傍晚時分，太陽逐漸隱落到山巒背後，我們在微涼、舒適的空氣、嬉鬧人群和紙教堂前為了籌措學費賣力表演的台北藝術大學學生的舞蹈中，依依不捨地準備離開紙教堂。回到高鐵烏日站已經晚上八點，搭上北返的列車，身體在疾駛列車上一路向北，靈魂還停留在紙教堂風和靜瑟的草地上眷戀不返。

親愛的小珮，我即將回到擁擠繁忙的北台灣，妳仍在慵懶豔陽的南台灣，雖然我們無法經常見面，但可否約定下一次，我們一起到紙教堂去，一起體驗這段美好幸福的旅程！

妳最好的朋友 小君

### ※出發前想要瞭解更多嗎？

紙教堂【新故鄉見學園區】<http://www.homeland.org.tw/homeland/03-2.htm>

桃米生態村 <http://www.taomi.org.tw/main.php>

稻草文化館【草鞋墩鄉土文教協會】

[http://blog.ntcri.gov.tw/html/blog/AB0005/blog\\_artm.asp?blogid=ttshoes&aid=29](http://blog.ntcri.gov.tw/html/blog/AB0005/blog_artm.asp?blogid=ttshoes&aid=29)

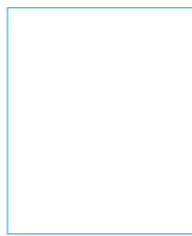
台灣工藝文化園區【國立台灣工藝研究所】<http://www.ntcri.gov.tw/>



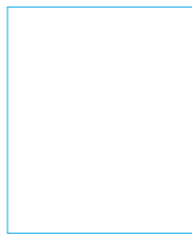


結構：洪新富  
美術設計：林佩樟

**金線蛙**是台灣四種保育類青蛙之一，也是桃米的里蛙，在新故鄉自然農園裡不時出現，下次經過農園的濕地水塘，別忘了仔細觀察，觀賞農園貴客的身影。  
合作策劃：新故鄉文教基金會、財團法人國家文化藝術基金會  
紙雕製作：扶風文化事業有限公司



桃米紙教堂  
攝影：林柏樑



桃米紙教堂  
攝影：林柏樑

**金線蛙**是台灣四種保育類青蛙之一，也是桃米的里蛙，在新故鄉自然農園裡不時出現，下次經過農園的濕地水塘，別忘了仔細觀察，觀賞農園貴客的身影。  
合作策劃：新故鄉文教基金會、財團法人國家文化藝術基金會  
紙雕製作：扶風文化事業有限公司（結構：洪新富、美術設計：林佩樟）

## 紙教堂小故事

1995年，阪神地震發生後，約70%的房子被地震後的大火燒毀。照片中是建築物在當地社區的狀態。紙建築的前身是個教會，地震時教會雖然沒有震倒，但是都被大火燒掉了。後來為阪神地震建造紙建築的建築師坂茂，當時在東京聽到這樣的訊息後，主動對天主教神父提議，希望協助他們蓋一棟很快可以建好的建築，但是神父並沒有馬上答應，理由是重建工作應該先幫助重建社區而不是先蓋教堂。後來因為空間真的不夠用，社區也缺乏個可供大家利用的公共空間，於是神父就答應坂茂建築師把這個以紙管作為輔助的結構材的紙建築蓋起來。建築師很快的把房子設計出來，並動用三百位義工，同時他也積極去募款，大家合力之下，以紙建造的紙教堂很快的就蓋了起來。紙教堂(Paper Dome)後來成為社區很重要的聚會所，除禮拜天是鷹取教會的禮拜堂，做彌撒之用，其它日子則是做社區的聚會空間。包括記者會、各種發表會、婚喪聚會都在這裡舉行。因為很多人喜歡到這裡來，所以後來在鷹取地區也發展了一個由十個義工團體構成的NGO組織。這整個模式成為阪神地區一個重要的典範。



阪神大地震。



日本建築師坂茂(Shigeru Ban)。

### 廖大叔說：

在2005年我有個機會到日本神戶參加阪神地震十週年紀念會阪神地震十週年紀念會。阪神地震十週年後，他們要把當初為地震而建的紙建築移到別的地方去，而剛好我去到那裡得知這個消息，就問當地朋友是否可把建築移到台灣？也因為我們與日本朋友有長期交往的經驗，也有很好的互信的基礎，於是日本三天之內就決定把建築送到台灣。於是自2005年開始即開始籌畫移植與台灣基地的規劃、建照的申請等，終於在今年9月21日完工並開始啟用。啟用的整個過程，與在地產業發展、工藝產品發展都有很大連動。我們希望做的是全面性跟社區生活有關的事，因此這整個發展模式是定調在以一種生活創意產業的發展模式下進行的。

### 小君說：

喜歡開車兜風的朋友看這裡：

**南方來的朋友**：從國道1號斗南交流道或國道3號竹山交流道或名間交流道下，往水里方向經水里，轉131線至魚池加油站前接台21線往埔里方向，於台21線51公里處左轉進入即到桃米里。

**北方來的朋友**：從國道1號王田交流道下或國道3號草屯交流道下，往草屯接台14線往埔里方向，在進入埔里愛蘭橋以前轉台21線，於台21線51公里處右轉即到桃米里。

**想要搭高鐵走透透的朋友看這裡**：除了自己開車前往紙教堂之外，你也可以搭車到高鐵台中烏日站，搭乘高鐵快捷專車前往。如果你的朋友們超過10個人要一起去，可以事先打電話預約。他們會安排專車。電話049-2984031分機68【南投客運】

**更多資訊(專車時刻表)**：<http://www.ntbus.com.tw/032.htm>



桃米村(紙教堂)路線圖。