

從藝術介入、創意市集到社區記憶再現 ——大稻埕都市再生的後博物館想像¹

殷寶寧²

摘要

後博物館學的概念意涵著檢視博物館原本高度潛藏的政治價值與機構特徵，深刻反思這個教育生成與意識型態教化的假設，逐步解放知識建構的權力。因此，不僅「博物館」的機構概念轉化為關注視覺文化與物質文明軌跡的教育機構，此一透過展示方式的知識生產過程也得以被挪用，成為重新觀看與理解社區自身歷史與集體記憶的重要方法。

另一方面，從藝術生產場域所釋放出來，積極與觀眾對話，共同生產藝術內容與意義的藝術介入社區模式，則隱然地與後博物館理念相互呼應，使得創造各種藝術表現形式，和社區在地記憶之間得以共構而相互生成。其中，年輕創意與設計工作者高度參與的創意市集，近年來成為經常被挪用、極容易被視為可以介入地方活化的文化經濟模式。

本文以大稻埕近年來引發的都市再生經驗為研究場域，透過後博物館學及藝術介入社區的理論概念，檢視社區與設計工作者如何挪用創意市集、深度導覽與藝術節等文化藝術介入模式，既著力於在地社區記憶的建構與再現，召喚年輕族群進入歷史街區，復期許透過這個兼具展示與知識建構的文化經濟模式，得以重新想像在地歷史記憶，以及，這樣的模式，是否可視為後博物館學理論所欲拓展的在地與多元文化理解視角。

關鍵詞：後博物館學、藝術介入、創意市集、社區記憶、大稻埕

前言

臺北市的大稻埕近年來逐漸成為一個「熱區」。議題多、活動多、事件多、媒

體報導多、觀光客多、話題多、年輕人變多、外國人變多、「文創店」變多、政策利多……當然，還包括訪客多、移入人口多，以及房地產炒作多。閒置的店面變

¹ 感謝受訪者提供的寶貴經驗分享，為本文重要的養分來源。

² E-mail: ning@ntua.edu.tw

少，但也可能出現原住居民變少、既有老店減少等反向趨勢。這個多與少的辯證，意涵著街區的活絡程度要高於臺北都會區的其他街區。而帶動這一波街區活絡，呈現出旺盛生命力，似乎與許多文化性議題與事件植入街區，以及引入年輕工作者有關。這個現象有另一個專業名詞：「城市再生」(urban regeneration)，或是以文化引導的都市再生 (cultural-led urban regeneration)。

從城市與街區的生命演進來說，「活絡發展」看似是個正向的能量。然而，生命演進觀點隱含著歷史朝向同一個方向軌跡前行；以及，既然是個演進的觀點，必然隱含著用進廢退、優勝劣敗、不適者淘汰的假設，但從城市歷史保存與街區共同記憶來說，則可能是個危險的情境。故強調「再生」(urban regeneration)，而非「更新」(urban renewal) 的觀點，則顯然是兩個完全不同的思考架構左右著都市政策與文化治理在這裡的作用方式與能量思維。

大稻埕街區近年來的發展，敘說都市治理「文化轉向」的趨勢。在此，文化轉向一方面固然指稱都市治理經由「文化」來引導都市再生發展，另一方面，眾多社區與創意工作者移居與進駐街區，以及和原本住民社群的有機連結等等，更是構成支撐街區朝著文化轉向發展的關鍵能量。這其中，逐漸浮現出大稻埕與博物館有關的論述。

柯文哲市府一改先前歷任臺北市政府，自馬英九、郝龍斌以降所提出，興建、籌設臺北城市博物館的政策，終止了原本進行到一半的「臺北城市博物館聚

落」計畫。該計畫於 2015 年 9 月宣布終止，主要考量 3 項因素：一、既有建物財產報廢進度未如預期；二、展示內容尚待審查與確認；三、於國定遺址上申請建築執照費時等因素。因此，市長裁示透過「減量法則，低密度開發」，「環境復育溼地公園」、「遺址保存，既有建物再利用」等規劃理念，圓山遺址轉型為遺址自然景觀公園³。至於原先的「城市博物館」是否續建，於廢止前項計畫時，並沒有提出相關的說明與構想。2016 年 1 月底，臺北市文化局提出生態博物館計畫，主打「街區遇到博物館」，強調：「與傳統博物館集中一處不同，博物館不再只是政府場域，而是全民參與」⁴，但並沒有正式跟「城市博物館」的計畫有所連結或替代關係。

2016 年 6 月 13、14 日的市政總質詢時，市長承諾：「我拜託林副市長，圓山的部分既然沒有要做城市博物館，下一步要怎麼規劃，於下個會期向許議員報告。」⁵

又經過將近一年，2017 年 5 月，市政府提出「建構臺北市四加一城市生態博物館等城市升級計畫」。所謂的「四加一」乃是指稱「北投城市生態博物館」、「大稻埕城市生態博物館」、「艋舺城市生態博物館」、「城南城市生態博物館」等四大博物館區，加上「更同步為大安、中正、中山三區之日式宿舍群端出『城中故事巷』老房子培育計畫」⁶。此後，柯文哲到訪大稻埕，均一再地重申與提及大稻埕就是個「博物館」(圖 1、2)。

相當巧合地，2017 年暑假，長期在大稻埕耕耘的「臺北城市散步」團隊，也

³ 資料來源：臺北市議會公報，第 109 卷，第 11 期，4872 頁。

⁴ 邱奕寧，剝皮寮等六處，打造生態博物館，【2016-01-31/聯合報/B2版/北市新聞】。

⁵ 資料來源：臺北市議會公報，第 104 卷，第 2 期，761 頁。

⁶ 該段文字引自臺北市文化局官網所發佈的新聞稿內容用語，<https://www.culture.gov.taipei/frontsite/cms/newsAction.do?method=viewContentDetail&iscancel=true&contentId=MTQzMjY=&subMenuId=601>。



圖 1. 大稻埕及周邊地區公營博物館(含委外/URS)與文化資產點分佈圖。(資料來源/本研究整理製作)

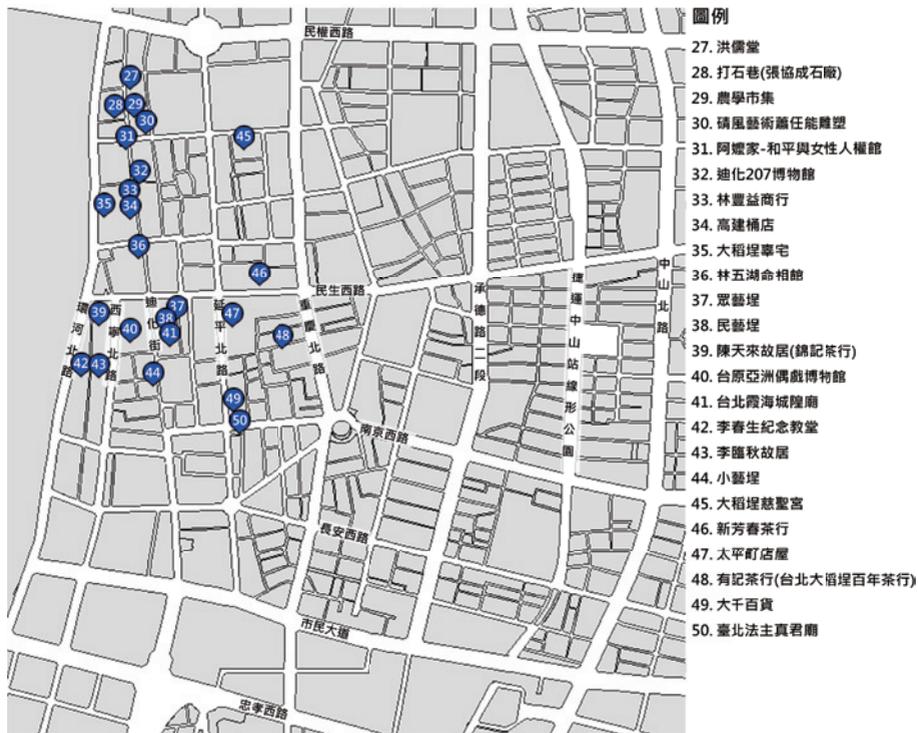


圖 2. 大稻埕地區私立博物館與文化據點(資料來源/本研究整理製作)

規劃提出「大稻埕博物館」的活動，結合在地店家，打開平日不對公眾開放的內部空間，經由店家、屋主或是住客的導覽解說，鼓勵訪客更深度地認識大稻埕的歷史過往，當個深度旅遊、對街區友善的觀光客，以期促進街區的正向發展。

這兩個都以博物館來命名的舉措，對於大稻埕的街區發展，甚至是臺北市都市與文化治理意味著什麼呢？本研究欲以近年來大稻埕不同社區與創意工作者以藝術文化活動介入街區發展的空間實踐，辯證兩個在不同脈絡下所生成的大稻埕博物館概念內涵，並以此視為街區工作者與社群的在地文化反抗。

從「後博物館」、「城市博物館」到連結美學

「大稻埕」自 1890 年代開港，帶動臺北城市擴張與近代化發展，風華一時、人文薈萃，引領時代的藝術文化發展，透過歷史的積累，成為街區重要的文化養分與澱積。大臺北都會區 1970 年代後逐步朝向東區發展，「大稻埕」在臺北的城市文化推進的舞臺上，暫時地靜默了。1996 年的「年貨大街」活動開辦，讓大臺北地區的居民重新認識這裡。「軸線翻轉」、「老城新生」等等都市發展的措辭，陸續浮現於各個臺北市長候選人政見。這些論述意指著，臺北市的城市發展起源於淡水河畔的港口所在之處，從文化脈絡來討論，要追溯、談論、聚焦於城市身世，必須要回到淡水河畔，即昔日帶動城市貿易、商業繁盛與都市發展的街區所在。老街區因產業結構變遷，缺乏工作機會、人口外移，公共設施不足或低度使用，致使街區景貌凋零，連帶地產生房地產低迷等實質環境與都市經濟議題，則是城市發展無法忽略的課題。都市與文化治理兩股力量的持續作用，讓大稻埕街區這二十餘年

來，在臺北市都市發展舞臺上，始終受到各方關注，儼然成為討論城市發展課題的閃亮明星。

從 1996 年的年貨大街政策，一直到當前提出的「生態 - 城市博物館」計畫，大稻埕在都市文化治理舞臺上始終占據重要位置，其實是都市保存與都市發展兩端緊張的衝突導向力量拉扯所致。1988 年，由樂山基金會丘如華執行長動員發起的「我愛迪化街」保存運動，使迪化街一段免於拓寬的危機，街道兩側優美立面的建築物得以保存，但尚無法解除產業結構變遷所導致的經濟蕭條與街區空洞化問題。為了從歷史保存促進街區活化，搭配發展權移轉的政策工具引導，臺北市政府有意識地引入社區工作者，進駐迪化街，進行長期的社區溝通工作。一方面促成發展權的交易，同時促進街區老屋的活化利用。但這些政策引導的發展模式，一直到 2010 年的 URS (Urban Regeneration Stations, 都市再生前進基地) 政策發展穩定，創造出臺北老屋新生活化具體的政策想像。這個政策兩個重要的意涵在於，經由「都市針灸術」的方式來活化街區經濟；必須創造高度街區自明性，強化以其「文化資本」，來引導都市再生的發展模式。換言之，前一階段的 URS 的計畫，固然開展了不同於以經濟資本的房地產炒作模式，來帶動街區的經濟活化。但也的確因此，種下了大稻埕這一帶，高度訴求於符號經濟與象徵美學的街區經濟模式。這樣的氛圍，暗示了新進移入的產業，似乎必須設定足以呼應街區的文創商業模式，才可能在這個商圈開業與存活，並且符合來訪顧客的期待。

透過政策引導，不斷地強化大稻埕街區的歷史與文化氣味，以及過去的商區歷史發展，如何締造出屬於大稻埕街區的商業風華等等，這形成一種雙重的關係，亦即，為了要創造出街區象徵經濟的美學

符號，以訴求於商圈日後發展的方向與想像，達成在政策上引導街區經濟振興的效果，勢必要讓整個論述發展方向持續強化著大稻埕過往的歷史。而也正是在這種集體醞釀出高度懷抱文創的想像，並且對外創造出這樣的氛圍，隱然成為街區集體的自我宣稱與想像。新進的店家或工作者，似乎必須自我審視或檢查，才能夠成為街區中的「我們」，參與著這個共同被建構起來的街區意象想像。這樣的政策效果，的確導衍朝向把大稻埕想像為一個生態博物館，是諸多文化資產與歷史故事不斷被重塑的城市博物館聚落匯集所在。2017年，迪化街上陸續誕生了兩座博物館——阿嬤家與207博物館。加上先前的偶戲博物館、大稻埕戲苑、仁安醫院、新芳春茶行、大稻埕故事工坊、李春生紀念教堂等文化節點，一個生態博物館聚落的樣態的確日益成形。

然而，這樣的博物館想像，與既有的博物館主張或理念，是否開展出什麼可以對話的空間？或者足以接合上何種抵抗性的場域性力量？

學者胡珀-格林希爾 (Eilean Hooper-Greenhill) 提出「後博物館」(post-museum) 概念，以對應於「後現代主義」理論所宣稱的多元主體想像 (Hooper-Greenhill, 2000: 8)。「博物館」這個機構在歷史上的出現，始終與現代性的啟蒙理想、公民身份、國族國家的構成、殖民主義的擴張均密不可分。這幾股線索的共同脈絡，在於強調現代性精神所隱含的理性與普同價值。也就是說，博物館作為傳遞知識、訓育公民、建構集體記憶與身份認同機制的一環，在意識型態的層次上，始終肩負著某種被賦予的「使命」與清晰的主體想像。這些清楚的軌跡對應著「現代性」所隱含的秩序。

然而，「後現代主義」理論著力於挑戰現代性想像中，大寫的、單一的主體位

置與想像。主張社會多元價值、主體的差異與認同的高度變化與不穩定性，以及各種相遇邊緣的繽紛美好，而非失控的難以預料。胡珀-格林希爾提出「後博物館」的意念乃是從理論概念到實務上，提醒著博物館專業者應該審慎地應對，這些向來僅服務於「國族國家」的現代化機構，必須看到多元主體樣態存在的社會真實。如此一來，跳脫狹義的國族國家機構化視角，從城市發展與街區的空間尺度來看，「城市博物館」也可視為是「後博物館」概念脈絡下的一環——在這些多元紛雜的樣態中，「城市博物館」可以視為以「地方」為起點，訴諸於在地差異主體認同的博物館類型。

國際間出現以「城市博物館」(city museum) 作為討論範疇的專業論述，大致可以國際專業組織的時間為分界點。這並非意涵以「城市」為其組織或典藏核心理念的博物館未曾出現，而是要對「城市博物館」下定義，是相對困難的——以市政府作為籌設的機制，作為都市治理機制的一環；或是從特定都市及其歷史脈絡，對當地物件的典藏出發；或是較為屬地主義的思考，在此地發生所有活動的敘事與人物，均可視為「城市博物館」所欲典藏、保存、展示、對話與溝通的課題。

兩個重要的發展趨勢強化了「城市博物館」在專業領域與城市文化治理中的角色與功能。其一為全球劇烈的城市化發展進程。當全球人口越來越多人往城市移居，專業界日益無法迴避關於城市與博物館知識傳播之間的關聯，以及對於設置城市博物館正當性的思考 (Jones, 2010:2)。其次則是因全球化的白熱化程度，許多區域轉而以「城市」作為競爭的空間尺度，城市行銷取代了以往國家之間的競爭。「城市博物館」成為可以透過「城市策展」的訴求，連接上城市事件行銷、城市經濟活化和城市觀光等不同面向的策略性戰略位

置。

然而，以前述「後博物館」的概念來說，「城市博物館」強調其多元主體性的思考，特別是從市民認同政治的觀點。然而，在當前臺北市政府所提擬的城市博物館，可以說是一種失去主體性的政策思維，無法研判這些博物館是為誰或為何創設。與其說設置這些博物館，將城市裡的某些建築物，或是整個區域納入「博物館」的概念範疇，以向廣大的觀眾呈現、開展城市建築的愉悅，或是如市政府所宣稱的，「街角就是博物館」、「街道博物館」等等空間措辭，不如說這些地方政府通常是為了帶動觀光產業。此刻的提問並非將城市「博物館化」(musealize)，或者是讓博物館像這座城市，當下最重要的議題應該是，如何讓每個地方具有再現自身的能力，與市民和觀光客溝通其自身的歷史與身份認同 (Calabi, 2009: 386)。

延續後博物館概念的提醒，包含生態博物館、無牆美術館、社區博物館、新博物館學等，這些不同命名的主張，雖各自有其理論關注視角，但均共同指向一個核心價值，即博物館已經從過去以典藏物品為主的機構，不僅需要轉化自身成為關注在地社群為主的靈活組織，尚且需要轉型成為敏察於社會變動、社會需求，以成為引發社會變遷的觸媒能量。

在這裡，以博物館作為方法，透過藝術與文化介入社區的形式，接合上歐美當代的藝術發展脈絡——以「社會參與」(social engagement) 的藝術實踐，傳達對在地社群面臨的挑戰、課題或危機的關切、批判與反思，甚至以此轉化為特定美學表現形式。這樣的藝術實踐形式在 1990 年以降，到 2000 年後蔚為風潮。這些藝術實踐以「計畫」(project) 為基礎，走向真實社會場景，在這些場景中討論／轉化／揭露相關議題，具有公共性、參與性、關係性、合作性與過程性等特質；在這些

過程中，藝術乃是某種中介性的力量，具有改變或介入現實的想法，而非一定生產物件式的作品或展覽。有許多類似的命名、詞彙與實踐範疇，來傳達對於這些藝術實踐的狀態與思維，舉凡藝術介入 (Art Invention)、新類型公共藝術 (New Genre Public Art)、社區／社群藝術 (Community Art)、參與式藝術 (Participatory Art)、社會參與式藝術 (Socially engaged Art) 與社會交往 (Art as Social Interaction) 等等 (呂佩怡, 2015: 14)。

已有許多相關的出版與討論來辯證「社會介入」的藝術實踐形式。例如法國藝評家布里歐 (Nicolas Bourriaud) 1998 年出版的「關係美學」(Relational Aesthetics)，2002 年出現英文版。畢莎普 (Claire Bishop) 的《人造地獄：參與式藝術與觀看者政治學》(Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship) 為其中的重要文本 (林宏濤譯, 2015)。雷希 (Suzanne Lacy) (1994) 彙編，探討新類型公共藝術的《量繪形貌：新類型公共藝術》(Mapping the Terrain: The New Genre Public Art) 也翻譯成中文 (吳瑪俐等譯, 2004)。

日本策展人南條史生指出，「藝術家必須存在於『藝術脈絡』當中。當都市與建築必須引進藝術時，這些經驗背景便十分重要。……他將會依據各種批判精神與自己的直覺，將其引進作品當中……針對這種價值判斷標準下所造成的製作原理與依據，藝術家能夠提出不同價值標準的主張。因此。藝術在其設置的街道與都市中，提供了另類的文化深度。」他甚至提出了相當基進的觀點：「或許，我們可斷言藝術的理想即是美術館消失，所有的作品回歸社會，存在於人類的日常生活中。人類能夠在日常生活中，充分享受藝術，如此一來，才是真正的富足。」(潘廣宜、蔡青雯譯, 2004: 13-15)

這樣的主張看似與前述「無牆博物

館」、「街道博物館」、「生態博物館」有著類似的、解放性的想像，然而，藝術實踐過程中，社會參與價值及其蘊含的內在思維，和官僚所倡議的空洞口號，仍是有著實質差異的。

蓋伯利克 (Suzi Gablik) 提出「連結性美學」(connective aesthetics) 的概念，有助於清楚整合前述的幾條思考軸線 (Gablik, 1992)。

「在現代世界裡，藝術被定義為自主的和自足的，並且孤立於社會。去揭發美學的基進自主性其實根本不是所謂『中立』的東西，而是積極地參與著資本主義的意識型態。」(吳瑪俐等譯，2004: 91)

「藝術世界的價值、結構和行為劇烈地變動，這是一段時間以來明顯的事實。……對於所謂的創造力有個顯著的轉變，從自主的、自足的個體，轉為新型的對話性結構，而且他們常常不是個人性的創作，而是通過一個合作的、相互完成的過程。當藝術家跨出舊的框架，並反思到底作為一個藝術家代表什麼，他們重建個體與社群，藝術作品與公眾的關係。」(吳瑪俐等譯，2004: 92-3)

「現代主義的美學把自身當作價值的來源，並不能激發創造性地參與，反而鼓勵距離，並且鄙視他者。它的非關係性、非互動性、非參與性的導向，不容易接納關愛、同理心，去看和回應需要更多陰性價值。」

蓋伯利克引用哲學家列文 (David Michael Levin) 「具啟發性的傾聽」的觀點，提出「藝術是否可以形塑社群？」這樣的發問。蓋伯利克認為，以同理心去傾聽就是打開空間給他人，並使藝術家原本的自我中心得以去中心化。讓每個人有聲音，就是建立社群，使藝術負擔社會責任。互動成為表達的媒介，一種具同理心的看的方式，透過另一個人的眼睛 (吳瑪俐等譯，2004: 98-100)。

「後博物館學」的主張乃是為回應於從現代主義的普同性疏離價值，進入後現代主義多元主體的社會真實情境。博物館機構一方面應該重新檢視自己的時代角色，也更應該關切社會變遷的需要，帶動社會的改變。特別是從城市博物館，都市再生與城市行銷的脈絡來看，博物館提供何種藝術文化實踐的舞臺呢？當代的藝術實踐從關注藝術家自我中心的作品產出導向，逐漸轉向更為批判地參與社會，經由聆聽與藝術實踐，產生對話性的社群關係。這也正是大稻埕街區近年來浮現的變化與特徵。亦即，許多街區與創意工作者進入大稻埕。不論是街區經濟與產業面向，以文化作為訴求的商業活動，或者是以文化藝術實踐進入社區，以大稻埕過去的歷史與文化，作為聆聽與認識彼此的基礎，試圖以此建立社群，這是大稻埕街區當前都市再生發展過程中，最值得觀察的現象之一。

筆者較早期對於大稻埕街區近年來變遷的研究與觀察中，聚焦於大稻埕在地歷史街區所蘊含豐富的有形與無形文化資源，對於進駐當地創意工作者的意涵，以及這些交互作用於該街區空間意義變遷之再現。在當時階段性的觀察與結論中發現，大稻埕街區走向文創產業的發展，仍在持續地推進中，許多不同背景與專業的社區組織工作者，各自以不同的方式切入社區，和商家互動交流；而在地傳統中藥、藥膳、南北貨食材等歷史悠久的產業，逐步地和消費者建立起新的符號與美學消費體驗；至於進入街區中的創意工作者，從傳統產業活化和創意產業間的轉化與接軌，也正多樣地拓展開來 (殷寶寧，2016)。

換言之，在本文觀察的時間軸中，創意工作者之間的社區網絡累積與匯聚，又再更往前推進著，甚至可以說是已經較為成熟地摸索與發展出，如何扮演著連結在

地社區與外來訪客間的中介性角色——透過創意工作者的中介性角色，經由規劃過的、協商及溝通過，以及能夠掌握的美學表現形式，來介入社區的藝術與文化經驗的（銷售）活動，同時確保著在地文化資源的持續活絡，更對於「販售」與「推出」何種美學消費與文化體驗給消費者，有著類似於「把關」與「守護」的功能。故本文選擇「舒喜巷工作室」、「臺北城市散步」的「大稻埕博物館」、大稻埕國際藝術節等 3 組個案為焦點，乃是著眼於這 3 個團隊對於「守護」、持續溝通與協商在地文化資源的共同價值。以目前搜集整理相關作用者的參與經驗，檢視這些工作者如何透過對話性的藝術文化實踐，試圖從這些團隊建立社群的經驗，開創出大稻埕街區從老屋新生、街區活化到都市再生的不同實踐策略與論述思維，以在理論層次回應於包含後博物館學以及對話性創作、藝術介入社會與關係美學等美學實踐的概念。

「舒喜巷」：從八將文化、職人精神到創意市集

「舒喜巷」團隊以文創市集、藝文展演和慢城生活這三大軸線，作為工作室的核心業務。在其臉書專頁中描述：舒喜巷說「家」的味道，推廣有「老靈魂精神」的青年品牌，策展「老城夢想」故事。雋永的情感總發生在老巷弄，在這裡可以遇見久別重逢的美好事物。

該團隊成立於 2015 年。一開始是以協助經營士林郭琇琮醫師老家，將其轉型為老屋藝文空間使用的型態為起點，並以此緣由成立自己的組織。最初以「小巷市集」的名義，號召「說自己夢想故事的職人」、「藝術家的表演實踐」、「社會企業的好事行動」等，開啟了老屋展演的模式。2015 年 8 月，開始走出老屋，進行士

林地區的在地導覽，也與「林語堂故居」合作，創立「前山報」。一年後，團隊進駐大稻埕。檢視該團隊過去的資歷與經驗，始終聚焦於創意市集、老屋活化、重訪職人精神、在地導覽與多元媒體的整合行銷。兩位創辦人的專長以文創產業、設計、傳播和網路行銷為主。其設計專長背景與過去老屋活化及在地經營的經驗，加上家族成員與大稻埕均有相當的淵源，因此，雖然「舒喜巷」團隊進入大稻埕的時間點較晚，2016 年才進駐迪化街一段 72 巷，但進入街區的過程尚稱順利，取得在地社群的信任後，很快地融入在地社群，掌握社區發展與歷史深度等諸多課題。

根據與團隊成員的訪談，雖然過往即具有從事老屋活化、創意市集等活動的經營，然而，「舒喜巷」進駐的 72 巷，有其空間區位上的特殊性。一方面，大稻埕在地的豐富歷史，吸引著他們更著力於挖掘在地職人的故事。同時，依著這個地點的空間特殊性，也讓他們從在地信仰的脈絡，持續探索許多精彩但可能失落的過往。綜合分析來看，「舒喜巷」團隊在大稻埕的耕耘，大概可以立基於 3 個軸線的脈絡來分析，分別是對於霞海城隍在地信仰的探源重塑、職人精神的追求，以及經由創意市集來重新主張職人價值，讓這三股力量匯集為老屋新生和街區活化的內在動能。

「舒喜巷」所在的巷道位處於霞海城隍廟前，為廟前廟埕所在的神聖空間。於 1895 年的「臺北及大稻埕艋舺略圖」（圖 3）可以清楚辨識，是聯通著霞海城隍廟與碼頭河運的主要幹道，當時期直接名為「城隍廟前街」，從實質空間機能與象徵意義上，均有其重要空間意涵，特別是連結到城隍信仰與民間藝術的課題。經由接觸鄰居長者，有著較長時間的互動後，發現不僅大稻埕農曆 5 月 13 日的大遶境已經久未舉辦之外，在地與城隍信仰緊密相

連的八將傳統也已經停辦多年。藉由這樣的因緣，「舒喜巷」團隊先是運用官方的老屋新用計畫經費補助，辦理了與八將相關的活動，例如大稻埕八將面具彩繪體驗活動。

所謂的「大稻埕八將」是臺北第八將團三大傳承系統之一，也是最早創立的組織。由於淡水河運帶動大稻埕的商業興盛，為感念霞海城隍的神恩，在地商家皆樂於捐資延聘藝陣參與農曆5月13日的城隍祭典。許多城隍契子主動還願扮將，成為大稻埕特殊的「還願文化」。

1899年的《臺灣日日新報》即已出現關於大稻埕暗訪中八將的報導。1975年，在大稻埕仕紳郭武治先生與霞海城隍廟祭典委員會總幹事王雲青先生的倡議，以及在地頭人的號召下，正式成立「八將會」。後於1980年代因故分裂成兩個團體，另外成立「八將團」，並向臺北市民間遊藝協會登記為團體會員，邀請八將會會員蔡金塗先生擔任創辦人，在72巷設立「八將壇」。臺北八將團在1991年，由主神霞海城隍老爺降乩，玉封鯤溟二字，成為臺北鯤溟八將團，八將壇更名為鯤溟

八將廟。而目前八將臉譜系統，歷經傳統畫師許連成先生定下臉譜形式，與鯤溟八將團主筆畫師陳忠信先生、施正文先生的改良後，成為臺北北部八將系統中，畫風最具動感色澤，亦保有傳統陣法配置意義的鯤溟八將臉譜⁷。

「舒喜巷」運用老屋新用的計畫經費，舉辦大稻埕八將面具彩繪體驗等活動，並以「城隍老爺坐龍舟水巡」，復刻城隍老爺水上巡行的儀式；邀請民俗專家介紹大稻埕迎熱鬧等民俗祭典，社區工作者分享「在臺北河岸老城相遇：從唶哩岸到大稻埕」，以及舉辦大稻埕老屋活用的導覽等多場活動。不僅深入地方文化的發展脈絡，以活潑的體驗方式讓參加者印象深刻，更重要的是，在這個持續動員的過程中，讓原本八將系統的在地參與者，重拾和喚起過往記憶，與相關文物的整理，實質地帶動文化復甦的能量。「舒喜巷」團隊與霞海城隍廟方期待，2019年，也就是霞海城隍廟一百六十週年紀念的盛大活動，有機會讓八將重新上場，以在地誕生的民俗藝術活動具體象徵在地文化的復興重生。

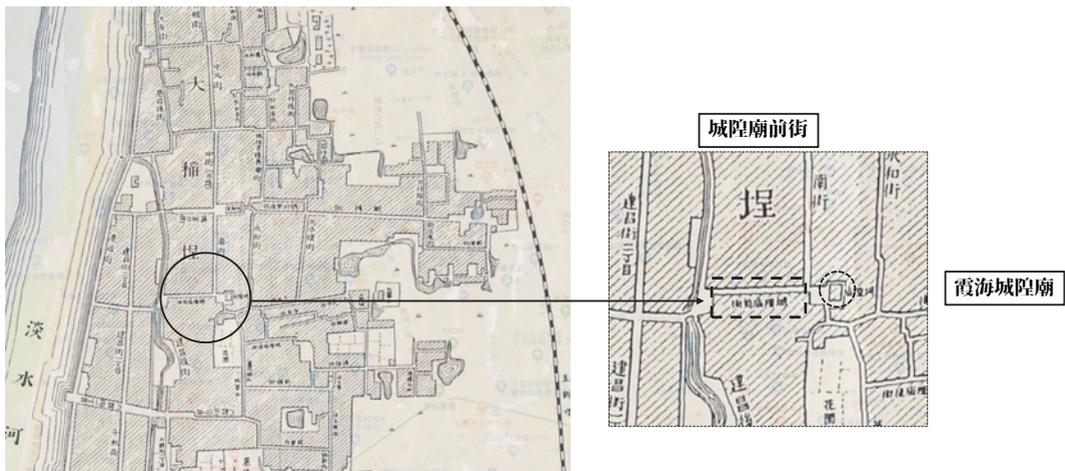


圖 3. 1895 年臺北及大稻埕鯤溟略圖中標示的「城隍廟前街」即今迪化街一段 72 巷
(資料來源／<http://gissrv4.sinica.edu.tw/gis/taipei.aspx>，中研院臺灣百年歷史地圖)

⁷ 資料來源，舒喜巷官網，<http://www.sukilane.com/2018/06/blog-post.html>。

以現在的地理範疇來看，迪化街一段 72 巷貫穿聯通迪化街與西寧北路。當時西寧北路仍是名為「港仔溝」的小運河，銜接通往淡水河的主要河道。因此，一方面廟前街成為最早發展的通衢幹道，聚集了以當時民生需要為主的商業活動和職人，也匯集許多與貿易產業鏈有關的周邊產業，例如製作貿易輸出的木箱，或是刻製噴字的鐵版等。茶葉、中藥、南北貨與布業的進駐固然為大稻埕的主要產業型態，但這些產業之間實有著時間先後的演進關係。1980 年代後，布業逐漸匯聚取得優勢，以永樂市場為圓心，逐步向外擴張，永樂市場成為主要的門市零售節點，周邊的巷弄則主要是中盤批發與倉儲所在。生意興隆、商業活絡，自然帶動鄰近的餐飲消費等需求與發展。

根據「舒喜巷」團隊成員的訪談資料，1960-80 年代，迪化街的布業內外銷產業都相當活絡興盛。但到了 1990 年後，中國大陸市場開放，許多臺商外移，估計只剩下發展最頂峰時期的一成（陳文偉，2018）。產業外移程度如此劇烈，對大稻埕一帶商業地景的衝擊可見一斑。72 巷裡的玉鳳旗袍陳忠信師傅，為「舒喜巷」進駐後認識的重要職人。「舒喜巷」團隊從陳師傅訪談中，得知這一代從布業到訂製成衣產業的變遷。先以拍攝微電影的傳播形式來對外溝通，未來預計籌劃紀錄片，讓大稻埕產業與職人的價值與文化意涵益加凸顯。更重要的，陳師傅是八將畫臉師傅的資歷，串連起「舒喜巷」致力於挖掘在地歷史，與重新訴求職人精神的價值與理想。受訪者也強調，可以感受到因為信仰所累積，冥冥之中的能量，讓這些人與事物再次被關注與連結起來。

掌握廟前街的空間變遷與整體街區發展的脈絡，「舒喜巷」團隊採取第三個的重要策略是善用創意市集的凝聚效應。舉例來說，最初，團隊選擇在 72 巷的廟前

街舉辦市集，一方面聚攏在地新移入的年輕商家，增進彼此之間的熟稔程度，以建立集體對外發聲的姿態（圖 4、5）。另一方面，也邀請外來、知名，或已在市集有相當經驗的攤友參與，以期確保市集的品



圖 4. 72 巷的市集從草創開始逐步發展，吸引很多年輕人（攝影／殷寶寧）



圖 5. 在地店家擺攤多強調從在地商品發展出特色，如桌上販售的紅米、紫米，與青梅紅茶飲料。（攝影／殷寶寧）



圖 6. 「舒喜巷」逐漸將市集從 72 巷轉移到城隍廟旁，人氣更旺（攝影／殷寶寧）

質，鼓吹職人精神的市集價值（圖 6）。進一步地，「市集」的文創產業模式，和職人精神價值這兩者，如何再回到大稻埕街區的紋理脈絡中，成為帶動街區經濟模式的文化想像。

「臺北城市散步」：大稻埕博物館

「臺北城市散步」為一個從大稻埕發展起來的品牌。該團隊創辦人兼執行長邱翊先生曾經在旅遊業工作，深諳觀光旅遊的相關操作細節、服務客戶的商業技能，以及深度觀光蘊含的文化能量。但他同時也見識了一般旅遊業過於純商業考量，無視歷史文化內涵價值的輕忽現況。有感於自身從小生長的大稻埕應該有更多值得推廣與介紹之處，他自創「臺北城市散步」品牌，以「導覽作為一種社會參與」的概念，設計不同主題的導覽路線，深度介紹各地或不同主題隱含或長期被遺忘的文化與歷史。

2017 年 6 月，「臺北城市散步」將過去幾年累積的能量匯聚出版為《臺北城市散步：走過，不路過》（臺北城市散步，2017）一書。9 月 30 日、10 月 1 日兩天，首次規劃舉辦「2017 大稻埕博物館」活動。2018 年則進入舉辦第二屆。

第一屆開辦的規劃，乃是立基在「臺北城市散步」過往豐厚的地方連結基礎上。舉例來說，第一屆舉辦時提出的口號是：「走進大稻埕人的房子，走進這裡人們的生活。」為了達到這樣的目標，「臺北城市散步」團隊邀請在地鄰居加入。設定了 3 類對象，分別是家裡有著特殊文物的店屋或商家，或者是落腳在大稻埕的設計工作者個人／團隊，以及大稻埕的特色商家。在發出這樣的邀請之前，「臺北城市散步」便已經連結在地超過 12 家的設計工作室與團隊，也跟 9 家在地的民間博物館達成合作的共識。在這個活動的策

劃概念中，不再只是表象地想像大稻埕是什麼，而是真的走進大稻埕人家的房舍當中，真正更為深入地認識這個地方，特別是這裡長期豐富的商業文化與產業發展脈絡，認識大稻埕，勢必應該更瞭解這些商業活動的運作與內涵。

2017 年配合活動的在地文化機構包含：臺原偶戲博物館、迪化 207 博物館、阿嬤家：和平與女性人權館、臺北霞海城隍廟、稻舍 URS329、共樂軒、臺北靈安社、太平國小校史館、太和堂。相關的商業店家或設計工作團隊則有：針線勤、ALT+W、大稻埕洋行（稻相報）、凱恩洋服、三芳毛刷、李亭香餅舖、衣戲院、步野 Wild Fabric、地衣荒物 Earthing way、偉翔設計工作室、A Design & Life Project、Edie Ke、FIXER Photographic Studio、詩意的是 Poete i、老桂坊、Originn Space 等。

可以從這個文化導覽活動觀察到成熟的商業模式邏輯。舉例來說，「臺北城市散步」團隊先舉辦「招商」活動，告知大稻埕在地商家或文創團隊，加入大稻埕博物館計畫可以發展的模式，或是能夠分享到哪些互利的資源。如果參加者是屬於特殊空間，或是博物館劇場等文化設施，可以開放特定時間的導覽活動，或是以舉辦專題講座的形式加入活動。若是屬於販售實體商品的店家，則可以設計 DIY 的體驗活動，或者提供商品優惠。換言之，「臺北城市散步」團隊想為觀眾提供的觀光體驗內容，不但是知識性的休閒活動，也是充滿文創風格的商業旅行，更呼應體驗經濟所聚焦的，超越服務之外的感性訴求商機。

再以資源分享的角度來看，參加的店家或機構，可以實質分享到的資源包含由城市散步團隊所支付活動視覺設計、活動手冊、宣傳海報、店家識別小物等宣傳品製作、活動聯繫協調、採訪、影片拍攝、場控工作人員、大稻埕概念展場地與輸出



圖 7. 報名參加者認真聆聽太和堂家族成員的深度導覽活動（攝影／殷寶寧）



等費用。換言之，來參加的商家或團隊，是露出的機會，對建立自身的品牌形象，或創造商機，有著豐富的文化資源基礎。

同時，對城市散步的團隊而言，經由這些資源的共同分享，可以取得更為深入與獨特的導覽解說，或是文物參觀機會。例如，當時甫整修完成，而尚未全面對外開放的太和堂藥房。屋主後代指出，願意參加這次的活動，由屋主後人來親自導覽，解說祖父母輩的故事，主要是著眼於經過城市散步團隊篩選過的，乃是認同深度導覽的模式，且能確保參觀者品質的訪客，進入自己祖父母輩的家內參觀。再透過家族成員的深度導覽，可以細細訴說家族的歷史故事，以及讓後人用心經營與維護的家族建築空間與文物，讓知音者欣賞，進一步地認可其各種努力，而不至於是直接開放，可能潛在著一般遊客的不友善參觀行為，對家族珍愛的房舍與文物，產生遭到破壞的威脅（圖 7、8）。或者，像是共樂軒、靈安社等百年軒社，擁有許多歷史悠久的文物，但平常並沒有公開展示的機會，也能藉由其自身成員的詳盡解說，讓更多人認識這些豐厚的歷史資源。而負責導覽解說的內部成員也表示，他們很希望有更多人來認識這些傳統民俗與文化，但平常並沒有機會或管道，找到這些有意願貼近的觀眾。換言之，經由城市散



圖 8. 中藥行的體驗與認識藥材活動（攝影／殷寶寧）

步團隊的中介，參觀者得以親近往昔難以接觸的文化資源。更有甚者，由於這是整個街區串連的活動，個別組織為了要吸引更多貼近，有著「拚場」的意味，競相會想規劃出不同的活動或節目。透過商業機制的運作，「大稻埕博物館」既開啟了觀眾接觸文化與知識的路徑，更藉此推銷了大稻埕的產業運作現況。不僅只是向遊客販售文化，認識大稻埕的產業文明，也預期帶動整體的街區文化消費。更後設地來說，這些體驗活動對於報名參加者，或是提供服務者，均可以逐漸匯聚為文化資產保存的深度能量，這可能也是臺灣目前

推動文化資產與歷史保存最困難，也最需要累積的能量。

2018年的第二屆「大稻埕博物館」活動甫於暑假落幕。幾個簡單的數字對比：第一屆活動為期兩天，最後共計有47處建築與空間加入活動。分別是12家私人特蒐，17處設計工作室／團隊，13處特殊的空間場域，以及5家實體商店。採取單日購票，暢遊所有展間的模式。到了第二屆，採取為期3週，每週五六日3天全天規劃好特定場次的模式，遊客可以自行選擇購買單日券、二或三日券。設計方式改變的緣由，根據邱執行長表示，由於第一屆動用快要50組鄰居，但大多數的訪客，只去了其中的百分之十左右的店，形成了很大的「浪費」。故第二屆活動規劃經過改良，設定時間場次，方便店家準備與工作人員後勤的支援。在第二屆的名單裡，有著6場精選講座、4處私人蒐藏、29個建築空間、6家傳統老店、5座軒社廟宇、10處匠師工作室和4個故事空間，總計有58處建築與空間參加。雖然有些第一屆的店家沒有再次參與第二屆的活動，但整體而言，參加店家數量增加，而且地理範圍也向外拓展到了重慶北路一帶，仍可說是規模、場次、參加人數均成長的發展趨勢。

從「大稻埕國際藝術節」到重塑「大稻埕戲窟」地景

周奕成先生於2011年進入大稻埕創業，開發出了藝埕系列的品牌與商號。2012年起，擇定10月17日舉辦「1920s變裝遊行」，紀念1921臺灣文化協會創辦——以回到1920年的風華，來彰顯一個歷史上值得懷念與記憶的時代。原本看似以「回味歷史」作為主題，召喚街區記憶，連結在地認同，隨著逐年舉辦，連結不同的主體與社群網絡，於2016年起，

轉型發展為每年10月舉辦「大稻埕國際藝術節」，去(2018)年進入第三屆。

依據周奕成的描述，選擇10月舉辦活動，除了緊扣臺灣文化協會的成立外，10月是適合舉辦街區戶外活動的氣候環境，可以為素日商業繁盛的大稻埕街區，創造出活潑的嘉年華氛圍。另一方面，希望訴求於1921年，蔣渭水先生成立的臺灣文化協會的精神，重新追尋臺灣價值——1920年代是現代性的想像進入臺灣的歷史階段，臺灣在殖民經驗中，展開了現代化的軌跡。從物質與經濟面向來說，進入了全球的貿易與分工體系。但放在文化發展的脈絡來看，臺灣當時雖然仍處在殖民狀態，但面對著全球秩序的高度變動，是到處充滿新穎奇想的時代，各種夢想與大膽冒險齊聚。充滿各種限制，也意涵著各種可能與機會。這也是當時以港口貿易起家的大稻埕的真實寫照——來自四面八方的人，要到城市找機會。不僅是找工作機會，尋找商機，尋找商品與文化的交換，也代表著年輕人的探險，與各種思想的交流和撞擊。

對周奕成來說，以「大稻埕國際藝術節」作為大稻埕街區對外的溝通話語，就是企圖以1920年代的氛圍想像，來重新聚焦在地的集體社群記憶，而這個社群記憶也應該可以放大為臺灣整體的，對於過往歷史的集體想像。從這個視野來觀照，「大稻埕國際藝術節」就不再只是個單純的表演藝術或節慶活動，而是一種當前臺灣想要跟世界對話的一個舞臺。向內連結，包含蔣渭水先生的醫院舊址、蔣渭水基金會現址，臺灣文化協會在大稻埕的出現，見證1920年的關鍵時刻。而當時所倡議的新文化運動，放在今天的時空，同樣可以詮釋為：新世紀的／臺灣的文化運動，就從大稻埕出發。這樣的倡議與想像，是一個時代的浪漫，卻也可以清楚地轉譯為一種「文創化」的語言。也就

是說，當大稻埕既有的商機與產業文化風貌，可以傳達出另一種不同的詮釋，從文化資本的向度，賦予傳統商業活動，豐富的內在文化與歷史想像，成為當前文創行銷販售著故事與想像的基礎版本。然而，與此同時地向外連結，則是邀請更多創意工作者，參與大稻埕這個大家庭，成為這個浪漫社群的一份子。共享著過去的美好想像，也期許著能夠共創出下一個如 1920 年光榮般的新局（圖 9），這其中，也包含逐年增加，邀請更多國際藝術家進入社區、共同創作。這固然可以從藝術節操作的技術層面，解釋為團隊越來越具有經營國際表演品牌與創作平臺的能量，但更重要的是在空間象徵層次，藉由這些國際藝術家進入大稻埕，重新創造出了回返當年



圖 9. 2018 年所舉辦的「1920 變裝大遊行」宛如街頭復古趴，熱鬧非凡（圖片來源／大稻埕國際藝術節提供）



圖 10. 駐埕藝術家 Leeroy 進入太平國小跟孩子們一起創作，孩子們穿戴自己的作品上街變裝遊行。（圖片來源／大稻埕國際藝術節提供）

繁華的大稻埕，總是有著來自四面八方的人，各自擁有不同文化背景的多樣風華景象（圖 10）。

以大稻埕國際環境藝術節的藝術實踐來看，2011 年「思劇場」的進駐為關鍵的行動團隊鏈結所在。創造出一個小劇場的多元化空間，提供表演與場地租借，舉辦活動，匯聚年輕人之餘，也讓小劇場工作者有個排練分享的窩。與此同時，前述所稱，不斷回望與挖掘，重新訴說大稻埕昔日為「戲窟」的歷史論述，讓過往與表演藝術有關的故事重新傳述。從最初出現第一座大型劇場「淡水戲館」的出現，說明了此處繁華盛景與歌舞昇平市景；陳天來的永樂座傳奇——從京劇、歌仔戲到臺灣新劇在此萌芽。1948 年到 1953 年顧正秋的顧劇團長期進駐搬演，奠定戰後京劇在臺灣發展的重要基礎。甚至有學者認為，永樂座可以視為臺灣近代戲曲與電影發展交互影響的重要節點。之後的第一劇場等等大量戲院劇場陸續出現。

1988 年，臨界點劇象錄劇團成立，臨界點生活劇場位於大稻埕民樂街。2000 年，臺原藝術文化基金會在此成立「臺原大稻埕偶博館」，2015 年起，更名為「臺原亞洲偶戲博物館」。除了歌仔戲、京劇、文化劇、歌舞劇、電影、小劇場、偶戲，以及在地淵源久長的各個軒社與南北管、子弟戲，從傳統到現代的多元表演



形式薈萃，這些民間在地社群所匯聚的能量，也使得臺北市政府於2010年，在永樂市場樓上，設置「大稻埕戲苑」，以重回大稻埕戲窟風華作為藝文活動與傳統戲劇推廣、培養傳統戲曲人才之節點。另一方面，則企圖以此來帶動在地的表演藝術與文化觀光，作為促進大稻埕都市再生與街區活化的能量之一，也成為目前臺北市政府論述大稻埕生態博物館的要角之一。

從這些層層疊疊不同作用者，紛紛讓大稻埕街區匯聚多元表演藝術的能量，包含「臺北城市散步」團隊也曾經從2015年起，推出「戲，在大稻埕街頭上演」的活動，結合導覽與戲劇表演形式。2016年起也配合「臺北藝穗節」改編搬演。爾後，「臺北藝穗節」開始選定大稻埕為表演場域，展開賣票活動，逐步擴大表演藝術在此街區發展的模式，藉由表演藝術來串連老屋活化和都市再生的課題。

連結美學與城市博物館

前述雖然提及了許多大稻埕街區的藝術與文化介入實踐經驗，然而這些藝術介入乃是隱含著高度社會參與的想像。也就是說，這些想像本身即是關注於街區歷史保存、老屋活化與都市再生等議題。

從新博物館學、後博物館學，或是強調非以物件式的作品導向，強調藝術家的社會介入與參與，背後有個相當一致的內在思維脈絡，即是拒斥單一的權力核心與支配關係，反現代主義的普同視角，而是以解構主義的思考脈絡，尋求多元主體的多重位置。其次，不論是從後博物館學觀點，強調多元主體的差異，或者是從藝術介入，尋求關係與連結美學的建立，均關注於經由知識與多元視野的相互詮釋，挖掘出多元主體認同，強調身份政治在美學鬥爭中的核心位置。

因此，這裡建構出一個清楚的權力

關係軸線：在地多元主體，經由其歷史向度的挖掘與詮釋，重新定位社群的連結所在，也就是由在地的社群主體來自我辨識其資源配置與權力向度的關係，而非一個由上往下的，集中式的權力分佈網絡。經由這樣的藝術文化實踐介入，可以看到對於大稻埕街區所產生的改變。

至少可以從4個角度來觀察這些在地社群的改變。包含傳統文化資源進入積極的再整備狀態，已重新站上戰鬥位置，例如霞海城隍廟近年來聘任了年輕人來協助行銷，或是稻江靈安社積極想要讓傳統戲劇跟年輕觀眾更靠近。其次，許多老店的新一代經營者也紛紛重新回家，以年輕世代的角度來經營這些歷史傳統悠久的老店。第三則是邀請與吸引更多的年輕團隊與創意工作者進入這個街區。第四，則是許多商業經營者意圖挪用所謂的文創模式，以適應新時代消費者的偏好與美學經驗。

例如在多次田野調查針對店家的訪談中，許多店家提出，必須要能夠跟著時代改變，才能夠融入新的消費文化。另一方面，願意開放自己的店家或內部空間，提供給「臺北城市散步」的團隊，作為大稻埕博物館的參觀節點，也多是意識到，「臺北城市散步」團隊的專業，以及對於歷史文化態度的嚴謹審慎，讓在地社群願意將自身家族或產業的歷史分享出來的主因。同時，針對訪客的訪談中，許多參加大稻埕博物館活動的觀眾均提及，想要更瞭解這個地方，希望能夠對於臺北／臺灣的在地歷史有更多深入的認識，而這些都是過往的學習經驗與知識架構中，無法獲得的學習，是支撐他們願意付費，花時間來學習的重要因素。此外，針對參與「舒喜巷」所舉辦，以尋找職人為核心精神的創意市集攤商的訪談中，也可以清楚聽到，許多攤友願意到這裡的市集擺攤，見識了大稻埕豐厚的文化資源是一個重要誘

因外，「舒喜巷」團隊在品質的把關與用心，是他們樂於加入這樣的攤友大家庭的關鍵因素。畢竟，從自身的創作出發，逐步朝向品牌化的發展，是這些創意工作者最期盼的發展路徑。而「舒喜巷」團隊在職人精神的拓殖上，是值得信任的。而有意思的發現是，許多市集的攤商，其實是曾經與這個地方有相關聯的脈絡。例如，從小在這裡長大，家中是布業的經營者，因為大稻埕的脈絡，嫁出去後很少關注娘家。但自從看到這些年來大稻埕具體的改變，讓他們願意積極地回到原生環境，從過去的經驗中，找尋可以發揮創意想像，轉換成為市集創意工作者的能量。

從這個角度來說，一個博物館的知識分享與學習體系，可以相當清楚地被辨識出來。而非僅只是走馬看花，割喉掠奪式的消費。

但從柯市府所提出的城市博物館聚落的想像，則是以外來的視角，宣稱透過大稻埕豐富的歷史資源，藉以建構起文化觀光的場域，不僅讓市民在街角就看到博物館，也要讓遊客到此體驗城市歷史，以帶動在地產業的活化，達到城市再生的命題。而事實上，這正是臺灣過去長期以來，以某種觀光與文化消費模式，想像可以創造出在地商機與經濟活化的主流思考，而我們早已已經付出慘痛的代價。包含過度真實地以符號來創造文化想像；超出環境負荷的大量遊客湧入，對珍貴的歷史文化資產造成剝削與破壞；更遑論地租翻漲，把真正的在地居民趕出去，讓城市與日常生活樣貌空洞化，以及仕紳化造成地景地貌的全盤崩解。

結語

呂佩怡(2015)針對香港「民間博物館計畫」個案，提出「以博物館作為方法」之方法論與策略的分析與批判。呂文

認為，香港該行動團體挪用、轉介博物館概念作為行動基礎，包含蒐藏、保存、研究、闡釋、展覽、溝通、教育等，同時也採用文化人類學諸如長期的田野調查、街坊訪談、口述歷史、參與觀察，以及與他者的平等交往態度等等，發展出了獨特的方法，包含文化拾遺、視覺盤點、呈現社區與社會策展等，是以博物館作為方法的優點所在（呂佩怡，2015: 22）。然而，呂文同時也指出，這個方法有其侷限，包含對過往歷史的「標本化」，在展示歷史同時有著再次製造歷史的危險，甚至，提出以博物館作為方法的提案，卻似乎在批判博物館作為一個機制，可能出現過於組織化而缺乏彈性的現實。故總結來說，以博物館作為一種方法，執行面上出現的危機是：真實街道／標本化；採擷材料／製造材料；去機制／機制化（呂佩怡，2015: 23-28）。

呂佩怡的分析與批判的確提醒了將「博物館」視為帶動地方發展的仙丹妙藥的想像與提案，過於單純。這個過於單純的思維，主要來自於忽略了「博物館」所需要的專業知識，以及必須持續投入資源的前提，正是許多地方資源不足、亟待活化的地方，難以維繫的核心問題。甚至，可以說，當公部門不願正視文化資源投入不足的危機，而貿然以此作為政策承諾時，即早已預示了未來「蚊子館」的即將誕生。然而，即使如此，仍是不可忽略「博物館」想像從實質的技術與執行端，一直到意識型態的作用層面，所蘊含的龐大動能。

首先，呼應「後博物館學」強調多元主體的價值，「博物館」機構一方面須看到社會變遷的多樣面貌，關注於博物館如何滿足或切中社會需求。以博物館為方法有助於聚焦關注於地方與社群之間的連結，務實地面對與挖掘在地主體的多樣性。這是博物館需要服務在地社群、貼近

地方認同的真實課題。

其次，從物件、故事與在地歷史的收集，一直到思考如何展示、再現與溝通，達到知識的挖掘、分享與傳遞的任務。這些無疑是博物館的核心任務。生態博物館的概念早已提醒了在地智慧的價值，而放在本文關注社區工作者如何挪用藝術文化介入的過程中，這些實質而完全任務導向的執行環節，應該也可以視為從博物館學知識所挪用來，具高度策略性價值的「技藝」。

最後，在意識型態的層次，至為關鍵的是，經歷過長期被壓抑與否定的文化主體性，使得臺灣社會長期以來，積極尋覓自身文化主體性與在地認同的現象，成為一個集體的精神狀態。因為缺乏認識而難以擁有文化自信的困境，使得不斷揭露或強化文化價值，成為臺灣社會建構集體

認同的過程中，不得不採取的一種取徑。當提出了「大稻埕博物館」的自我認同與宣稱時，無疑是一種重新確認自身歷史價值、在地文化認同與美學符號象徵體系的過程。換言之，在地民間社群版的「大稻埕博物館」，乃是一個承載在地社群自我期許，充滿情感的政治動員過程，是個值得驕傲的、我群自我辨識的符號。相較而言，官方版的語言操弄的空洞特徵，除了持續的監督與批判之外，或許也可以視為一個蒼白無力的對照組，照妖鏡前，一覽無遺。

誌謝

本文感謝兩位審查者提供寶貴意見，讓文章更臻完善，特此致謝。

參考文獻

- 吳瑪俐等譯，Lacy, S. 編 (1994)，2004。量繪形貌：新類型公共藝術 (Mapping the Terrain: New Genre Public Art)。臺北：遠流出版公司。
- 呂佩怡，2015。博物館做為方法：以香港「民間博物館計畫」為個案探討，博物館與文化，9: 3-31。
- 林宏濤譯，Bishop, C. 原著，2015。人造地獄：參與式藝術與觀看者政治學。臺北：典藏藝術家庭股份有限公司。
- 殷寶寧，2016。創意街區、飲食文化與都市再生：臺北市大稻埕迪化街美食地景與文創轉向，文資學報，10: 29-66。
- 陳文偉，2018，大稻埕城隍廟前街：從傳統產業空間到異質空間。臺北教育大學文創產業經營學系碩士論文。
- 臺北城市散步，2017。臺北城市散步：走過，不路過。臺北：奇異果文創事業有限公司。
- 潘廣宜、蔡青雯譯，南條史生原著，2004。藝術與城市：獨立策展人十五年的軌跡。臺北：田園城市文化事業有限公司。
- Bourriaud, N., 2002. Relational Aesthetics. Dijon: Les presses du reel.
- Calabi, D., 2009. Memory, narrative and display: City museums in recent initiatives and debates. Planning Perspectives, 24: 3, 385-390.
- Gablik, S., 1992. Connective Aesthetics. American Art, 6(2): 2-7.
- Hooper-Greenhill, E., 2000. Museums and the Interpretation of Visual Culture. London: Routledge.

- Jones, I., 2010. Cities and museums about them. *In*: Jones, I., MacDonald, R. R. and McIntyre, D. (Eds.), 2010, *City Museums and City Development*, pp.1-15. Plymouth, UK: Alta Mira Press.
- Lacy, S. (Ed.), 1994. *Mapping the Terrain: New Genre Public Art*. Seattle: Bay Press.

作者簡介

殷寶寧現任國立臺灣藝術大學藝術管理與文化政策研究所副教授。

Art Intervention, Creative Market and Representations of Community Memories: Post-Museum Imagination of the Regeneration of Dadaocheng, Taipei

Pao-Ning Yin*

Abstract

The concept of post-museum proposed by Eilean Hooper-Greenhill involves examining the political implications and institutional characteristics of a museum and emancipating the power of knowledge construction, by profoundly reflecting on the ideology of the museum. The museum is transformed into an educational institution that pays attention to the trajectory of visual culture and material civilization and the knowledge production process of exhibition is appropriated for revisiting and understanding the history and collective memory of a community.

The socially-engaged art model, which came out of the art production field, encourages active engagement with the community to jointly produce artistic content and meaning. This echoes the post-museum concept, making it possible to create various artistic expressions and communities. Moreover, memories of the community are co-constructed and mutually generated. The creative marketplace, which involves young creatives and designers, has become a cultural economic model that has been appropriated in recent years for local revitalization.

In this paper, the experience of urban regeneration in Dadaocheng in recent years is the research subject. Based on post-museum concepts, how communities and designers use creative markets, guided tours and art festivals as diverse features of socially-engaged art is investigated. These intervention modes do not only focus on the construction and reproduction of memory in the local community, but also call on young people to enter historically important areas. It is hoped that through this cultural economic model of display and knowledge construction that historical memory can be re-imagined. Moreover, whether this can be regarded as a perspective of local and multicultural understanding in the expansion of post-museum theory is also discussed.

Keywords: post-museum, art intervention, fashion market, community memories, Dadaocheng

* Associate Professor, Graduate School of Cultural Policy and Arts Management, National Taiwan University of Arts; E-mail: ning@ntua.edu.tw