

艋舺社區博物館之遊客參訪經驗研究

A Study of Visit Experiences of Tourists in the Monga Community Museum

徐敏雄 Min-Hsiung Hsu

國立臺灣師範大學社會教育學系 教授

Professor / Department of Adult & Continuing Education,

National Taiwan Normal University

有關本文的意見，請聯繫通訊作者徐敏雄

For correspondence concerning this paper, please contact Min-Hsiung Hsu

Email: mhhsu@ntnu.edu.tw

摘要

本研究以行動研究方法、非結構性訪談和反思日誌撰寫，蒐集 19 位遊客和 4 位青年志工參與艋舺社區博物館導覽活動的經驗，並從個人脈絡、社會文化脈絡、物質脈絡及時間脈絡，分析歸納出遊客重要的參訪過程與結果。研究發現，透過與在地店家老闆及經濟弱勢導覽員的互動，搭配有趣的小遊戲和對話設計，能使遊客深入瞭解不同宗教、習俗、階級、年齡、性別之產業經營者或底層勞動者的生活風格與智慧。包括他們使用建築空間與物質器具的方法、人際互動與產業經營模式、面對人生重大衝擊的回應策略、堅持延續長輩事業精神的愛與堅持，以及這些生活智慧蘊含的臺灣歷史文化意義或神聖價值。進而轉化自己對艋舺或底層勞動者的刻板印象，反思自身生命經驗及臺灣社會福利及文化資產保存政策的合理性。

關鍵詞：社區博物館、生態博物館、艋舺、遊客參訪經驗

Abstract

This study aims to explore visitors' experience to the Monga Community Museum located in Wanhua District, an economically and socially deprived area in Taipei. A sample of 19 tourists and 4 youth volunteers was selected. A multi-method design including interviews, journal writing, and action research was conducted to examine visitor's experiences through time-space intersection. For instance, visitors engaged in the personal, social, and environmental contexts, within which they carried on dialogue with local shopkeepers and economically disadvantaged tour guides, and took part in a variety of amusing games. The findings show that visitors are able to reach a deeper understanding of the lifestyles and tacit knowledge related to local shopkeepers and economically disadvantaged tour guides, regardless of their religion, customs, class, gender, or age. Such tacit knowledge and lifestyles include the use of architectural space and the practice of materials in association with skills, interpersonal interactions and industry management models, strategies to tackle life crises, commitment to inherit the entrepreneurial spirit of ancestors, and recognition of the significant values in Taiwanese historical and cultural conditions. The findings also show that the visiting experiences could spark visitors' deep reflection on their own life experiences as well as their stereotypical views of Monga and the local underclass workers. In addition, those experiences could also trigger the visitors' consideration for the justifiability of current social welfare and cultural heritage preservation policies in Taiwan.

Keywords: community museum, ecomuseum, Monga, visit experiences

壹、研究背景與研究問題

古名「艋舺」的「中萬華」，清代曾經繁華一時，後來隨著北部貿易中心轉移、淡水河淤積嚴重等諸多因素日趨沒落。近年來各大商圈的傳統店家又面臨新舊文化交替危機，及缺乏年輕世代客源及接班人的窘境；加上性工作者與街友大量盤踞，致使艋舺蒙上老舊殘破形象。為了讓艋舺的底層勞工及在地傳統特色店家能有更充裕的文化資本與社會資本，並且讓社會大眾有機會親身接觸艋舺最真實的文化底蘊，2015年8月起至2019年7月底，研究者與在地非營利組織一同啟動「艋舺社區博物館」營造計畫。

基本上「艋舺社區博物館」的核心精神源自「生態博物館」(ecomuseum)的概念，強調跨越傳統博物館著重館舍建築和典藏展品的限制，直接以社區真實的人文歷史、社會關係、產業型態及街道空間為體驗學習場域，並邀請在地民衆共同參與整個博物館的營造計畫。因此，艋舺社區博物館的推動可能有助於在地店家與底層勞工形成合作平臺，一方面讓底層勞工習得一技之長、增加打工與社區參與機會，另一方面，在地店家也能藉由更多活潑的學習活動吸引年輕客源，使在地產業的文化資本、社會資本和經濟產值隨之提升(邱誌勇, 2011)。從博物館教育的角度來說，多元文化的刺激也可能為遊客帶來價值預設或文化偏見的反思，引發尊重、同理心和相互理解的友善關係(Hooper-Greenhill, 2007b; Macdonald, 2007; Sandell, 2007)，亦即產生跨文化學習的深入交流機會，引發新的幸福憧憬或異於現實冷漠人際關係的生活想像。

特別是艋舺社區博物館是強調故事敘說的「人物旅遊」，希望透過採訪、整理、轉譯在地店家和經濟弱勢者的生命故事，營造出相互陪伴與聆聽的「人物旅遊導覽體驗行程」。如此更可能將有形和無形文化資產置於更大的歷史文化脈絡中重新詮釋，並在參與式導覽中打開彼此的視野，重新賦予彼此過去生命經驗意義，確認自己對社會的貢獻與價值感，進而提出未來社區生活的新想像(張婉真, 2014; Marwick, 1995; Witcomb, 2003)。當更多年輕遊客開始對艋舺有了新的認識，甚至願意日後一再重訪這個特色博物館，艋舺在地文化才能獲得實質延續。

為了瞭解遊客參訪艋舺社區博物館過程中，透過參與工作團隊所設計有趣體驗遊戲，和在地店家老闆與經濟弱勢者友善交流，親自觀察、體驗身於在地文化資產和街道環境中的感受，可能產生哪些特殊經驗。本研究將以行動研究方法、非結構性訪談(unstructured interviews)和反思日誌撰寫的研究方法，分析遊客和青年志工參訪艋舺社區博物館的過程與結果，以做為未來社區博物館經營發展之重要參考。此外，為避免一般民衆將「生態博物館」誤解為以「自然環境保存與教育」為目的的設計，本研究始終

採用強調社區文化活化及居民參與為主要精神的「社區博物館」，向所有研究參與者進行溝通。

貳、文獻回顧

在文獻回顧部分，研究者將從整理傳統博物館與生態／社區博物館的發展進程、特色與侷限開始，釐清營造艋舺社區博物館的當代意義，及其可能操作的方案面向。之後，再探究博物館的教育功能及相關經驗研究現況，以作為之後分析社區博物館遊客參訪經驗之參考依據。

一、從傳統博物館到生態或社區博物館的轉變

從博物館發展史來看，無論博物館建築、藏品分類、展示配置、參觀動線及其展藏物，都是人們透過社會生活創造出來的人文或科學知識系統，它們通常帶有強烈歷史社會性格，甚至反過來塑造後進者（陳雪雲，2005）。所以傳統博物館是一個擁有「象徵權力」（symbolic power）的強勢文化機構，能透過累積資訊、物質展品和財務資源等方式，生產、再現社會上被視為正統或優異的知識、認同與文化，定義何謂「人」與「社會」的內涵及其合宜的關係，並將這些歷史詮釋的結果視為理所當然（Barrett，2011 / 2012；陳佳利，2009；張婉真，2014；Ashley，2007；Bennett，1990）。也因為這樣，博物館的設立經常蘊含濃厚意識型態與階級利益，伴隨而來的則是「高級—低級」和「菁英—庶民」的社會文化區分。

1971年法國學者 Hugues de Varine 首度提出「生態博物館」的概念，最初僅強調透過原址修復與保存，將動植物、礦物及人類生活如何互動的動態脈絡呈現出來，並期待地方居民能參與博物館的規劃和營運。之後，生態博物館除了在範圍上超越傳統博物館有形建築物或櫥窗展示，強調區域性動態保存自然與人文資產特質；研究與溝通議題上也跳脫傳統博物館著重特定主題或專門收藏品，改從跨域角度規劃區域內各種具特殊意義的學習主題。再者，相較於傳統博物館服務對象以來館參觀者為主，生態博物館不僅希望引發社區民眾參與在地經濟與社會發展，將過去集體記憶、當前發展瓶頸和未來願景加以串連，也不將遊客視為被動接收訊息的消費者，而是共同建構博物館未來樣貌的參與者。換言之，生態博物館期待透過社區民眾、來訪民眾以及專家學者共同參與，凝聚社區認同、解決公共問題、增進自我詮釋與差異文化表達能力，甚至帶動社會和民眾公民素養的改變，亦即實現成人教育或終身學習理想（Hubert，1985 / 1996；Hudson，1992 / 1996；周佳樺，2017；張譽騰，2000，2004；Davis，2011）。

於是，以往強調菁英主義、以規訓民衆為目的的傳統博物館，逐漸開始邀請民衆及弱勢族群透過知識分享、感官體驗、價值碰撞等多元策略，創造更多跨文化理解，並提供建構自我與社群認同的機會。這樣的博物館不再向外宣告自身的客觀和真理性，而是有待多元背景的民衆敘說自己的故事（Barrett，2011 / 2012；陳逸淳，2012；張婉真，2014；Ashley，2007；Hooper-Greenhill，2007a，2007b；Watson，2007）。

這種以社區居民為主體的博物館，如同 Davis（2011）、Hooper-Greenhill（2007b）、Watson（2007）及 Witcomb（2003）提到的，雖然期盼能以民衆的社會經濟背景、身處的自然地理環境、共享的歷史記憶與文化經驗，以及長期以來為解決在地問題所發展出的地方知識，為形構集體認同與社區發展目標，擬定博物館推廣教育活動及策展模式之重要參考依據。然而，由於這些社區居民的認同並非都來自先天或固定屬性，而是為了回應社會變遷下自由選擇或不斷協調後的結果，連帶地社區博物館的核心要素及其行動策略所蘊含的公共意義，也可能隨之改變。甚至當社區內同時存在多元價值或利益衝突的次團體時，甚至博物館為了獲取資源而依賴公部門的資金時，博物館的集體認同與行動策略便可能與社區內某些團體的價值和利益發生衝突。

二、生態或社區博物館的發展困境

正因生態或社區博物館的發展具高度不確定性，經營策略上便可能出現諸多困境。首先，生態博物館如果沒有政府資源挹注，能否逐漸形成社區永續經營機制？如何讓社區民衆生計與生態博物館一同發展（Hubert，1985 / 1996；Hudson，1992 / 1996；張譽騰，2004；Davis，2011）？因為如同 Urry、Larsen（2011 / 2016）提到的，社區產業發展乃是居民與觀光客、觀光業者、地方政府聯手打造的一齣戲。觀光客通常會戴上觀光業者設計的「文化眼鏡」進行旅遊，為配合遊客和導覽手冊需要，有時居民可能做出一些與真實生活相違的演出，致使文化資產保存與推廣淪為經濟發展附庸。如此，便可能違反生態博物館活化在地人文資產、在地民衆參與的初衷（周佳樺，2017），甚至逐漸喪失地方感，使不同社區的商家一股腦兒大量推出某種文化商品或類似服務（羅欣怡，2016；Macleod，2006；Pereiro，2007）。當然也可能像 Macleod（2006）所言，市場機制引入消費文化或全球性品牌元素後，各社區趁勢轉化出一種「新的地方感」。

其次，社區民衆是否可能過於重視地方認同，而缺乏具體成效評量或自我批判精神？除了民衆的在地觀點，能否加入外部專業者的雙向交流（Hubert，1985 / 1996；Hudson，1992 / 1996；張譽騰，2004）？就像 Bauman（2017 / 2019）提醒的，如果社區營造建構的記憶僅是中高齡者的過去生活經驗，缺乏當代青年未來想像，很可能淪為過去某時期

的「鄉愁」或「懷舊」(nostalgia)，而無法產生跨世代價值與生活風格的交流。這些安慰劑雖能對個人焦慮產生舒緩，卻無助於人際差異價值對峙或集體公安災難的解決。所以 Bauman 大聲疾呼希望人們跨出同溫層，藉由對話瞭解彼此想法，建立教育文化或宗教上的聯盟關係。類似觀點也出現在 Hubert (1985 / 1996) 的論文中。

第三，羅欣怡 (2016) 認為 Davis (2011) 提出的生態博物館原則立意良善，卻忽略不同區域民衆在能力、資源、環境等各方面複雜差異，以致出現過於單純與理想化的問題。Pereiro (2007) 也擔心，如果居民對社區文化遺產缺乏詮釋能力，很可能使文化旅遊行程空洞化。就像 Giddens (1994) 對傳統與文化遺產逐漸空洞化的警告，他認為傳統本應源自前人生活集體記憶，一個社會或社區的傳統能夠存在，必須端賴不同世代願意在生活中重複使用它。但後傳統社會 (post-traditional society) 中每個人的生活風格越來越由私領域純粹關係或自由選擇決定，致使傳統的集體性、重複性和道德性逐漸與特定時空脫勾，所操作的儀式也日益空洞，甚至連耆老或在地文史工作者等守護者也無法完全瞭解原始意義。如此一來，傳統文化遺產便可能淪為遊客們可輕易在一成不變的老街裡購買到的庸俗商品。

三、博物館的學習功能及其經驗研究

隨著當代博物館功能逐漸從傳統收藏品保存、研究和陳列，擴充到終身學習，如何透過教育活動引導民衆學習也成為博物館重要評量項目。但過去觀眾研究較集中參訪人次統計、人口資料與參訪動機敘述，甚少學習成效研究。其原因除了是觀眾學習研究涉及其先備知識或生活經驗、博物館展示與學習活動策略及其對觀眾意義賦予行動的影響，以及觀眾參觀結束後的成效追蹤等，都必須耗費龐大時間和人力進行調查、訪談與回顧，許多態度或行為的改變甚至得經由長時間且多面向觀察才能確知 (王啓祥，2008；沈介文，2015；張譽騰，2000；黃智琪、許義忠，2009；Black，2005；Dierking，2008；Dufresne-Tassé，1995；Garnett，2002；Hein，1998；Hooper-Greenhill，2007a；Hooper-Greenhill、Moussouri，2002)。

其次，張婉真 (2014)、劉婉珍 (2011)、張譽騰 (2000)、Black (2005)、Falk、Dierking (2018) 及 Hein (1995) 也提到，由於博物館作為教學者或學習場域的角色模糊，所欲傳遞的客觀訊息也可能因觀眾主觀動機、多元背景以及互動當下獨特感受，產生預料之外的結果。因此博物館及其工作者與觀眾間，常處於一種互為主客且各有價值立場的複雜關係。特別是在多元文化社會中，除了微觀的心理功能，博物館如何在鉅觀層面上促進跨越性別、族群、階級、年齡等差異群體的民主參與、批判思考及相互

瞭解，有待更多實證研究釐清（陳雪雲，2005；張譽騰，2000，2004；Ashley，2007；Davis，2011；Dufresne-Tassé，1995；Garnett，2002；Hooper-Greenhill，2007a，2007b；Sandell，2007；Thelen，2005），此亦本研究重點之一。

從學習的角度來看，本研究之社區博物館對遊客可能創造某些經驗，一方面是 Piaget（1970）所說的「同化」（assimilation），也就是遊客把博物館的新情景整合到自己以往的基模或認知結構；另一方面也可能是「調適」（accommodation）的結果，亦即藉由改變或創新既有的基模來適應或融入博物館的新經驗。但由於社區博物館涉及較濃厚的社會文化意涵，為此研究者乃以 Bourdieu 的理論（Bourdieu、Wacquant，1992；Forchtner、Schneickert，2016；Kilgore，2001）中關於場域、慣習（habitus）及其對學習的蘊意，分析遊客參訪社區博物館的經驗形成。基本上，Bourdieu 認為社會結構或場域規則產生了人類的慣習，慣習的運作又形成人們的實踐模式，而這個實踐結果又回過頭更動產生慣習的結構或規則。延伸到「學習」概念的探討，Bourdieu 眼中行動者生活場域規則及慣習之所以被持續沿用，主要是它們能幫助行動者有效獲取利益或解決問題。但與 Piaget 不同，Bourdieu 認為慣習、場域規則或認知結構都會受到行動者場域相對位置，亦即他們握有各類資本多寡所產生之權力關係影響。

參、研究方法

一、研究場域

艋舺是大臺北地區最早開發的市鎮，包括龍山寺、青山宮和祖師廟都是伴隨移民來臺的宗教。在醫療不發達的年代，許多民衆遇到身體不適，習慣到寺廟周圍的香舖和餅舖購買祭祀用品再入內參拜、求取藥籤；之後，再向廟旁青草攤商購買保健青草。也因為艋舺是清代北臺灣最繁榮的河港城鎮，諸多大型商業活動、年節慶典、新穎生活用品與小吃美食也在此聚集交易，不僅有供應民衆祭祀、結婚和孩童收涎所需食品道具的傳統餅舖，還有為各大飯店及糕餅廠商提供新鮮食材的市場和蛋店，以及經營好幾代的特色小吃店。上述圍繞寺廟宗教活動延伸出來的祭祀用品、青草產業、糕餅小吃及新鮮食材盤商等生態連結關係，以及各店家老闆長期關注在地發展的熱忱，遂成為本工作團隊決定邀請哪些店家老闆參與社區博物館營造行動的重要依據。

然而，隨著艋舺商業逐漸凋零，許多經商失敗、罹病或工傷的底層勞工及街友便在此尋求打零工機會；加上寺廟信徒樂意施捨物資給廟外的街友或經濟弱勢者，政府和非營利組織也大量在此設立濟貧系統，因此就逐漸發展出特有的貧窮文化。為了讓遊客認

識艋舺的貧窮文化，我們在導覽方案中也規劃「真人圖書館」活動，讓遊客透過聆聽經濟弱勢導覽員在地生活點滴，以便更深入同理貧窮者真實處境。

二、研究方法與訪談問題

本研究主要希望透過艋舺在地特色店家、青年志工，經濟弱勢者的合作，將在地真實生活實況轉化為有助於社會大眾認識在地文化的社區博物館走讀方案。其中店家老闆和經濟弱勢導覽員雖然對自身的生命故事知之甚詳，但如何透過有趣媒材將之轉化為可供大眾學習的體驗活動，則有賴具備專業背景的青年志工集思廣益。至於研究者，一方面得仰賴店家老闆和經濟弱勢導覽員運用自己常用的符號、概念和經驗，對艋舺在地文化和生命故事進行描述；在此同時，也會將生態博物館和社區營造等社會科學知識應用到行動計畫中，致使其在參與過程中受到專家知識影響。當然，最終還有參與本導覽方案的遊客，也無可避免地會將自己過去的價值偏好帶入遊程之中。所以艋舺社區博物館的營造行動，就如同 Giddens (1993) 理論中所述，為「在地經驗—專家知識」及「平民百姓—專家學者」持續對話、修正與共同建構的反身性學習歷程。準此，研究者乃採用能兼顧在地店家、弱勢導覽員、青年志工、社會大眾及研究者在內之所有研究參與者，並強調行動中反思邏輯的「行動研究法」(Altrichter、Posch、Somekh, 1993) 操作本行動方案。

至於資料蒐集的方法，研究者除將隨時根據研究田野觀察撰寫反思日誌，也將以「非結構性訪談」蒐集青年志工參與心得及遊客參訪經驗。至於訪談架構與問題主要參考社區博物館核心價值，擬定如下問題。

1. 遊客個人背景：參與本次活動前對艋舺的印象、瞭解、生活經驗及參與期待為何？
2. 社會文化脈絡：參訪過程中與老闆及導覽員的互動經驗，以及所接收到社區歷史文化中印象最深刻的部分是什麼？為什麼？
3. 環境脈絡：參訪過程中哪些艋舺建築和街區環境最令您印象深刻？為什麼？
4. 時間脈絡：活動結束後是否有哪些參訪經驗延伸到您之後的日常生活？為什麼？

訪談結束後，研究者再將訪談錄音檔轉成逐字稿，透過開放式編碼、主軸式編碼及選擇式編碼的分析過程，瞭解遊客走訪艋舺社區博物館的重要經驗。至於資料編碼方式，第一碼英文 V、Y 和 R 分別代表遊客、青年志工和研究者，第二碼數字 1-19 與第二個英文 J，代表不同遊客和青年志工及研究者反思日誌。例如：「V3」和「RJ」，分別代表資料來自 V3 這位遊客的訪談摘要及研究者反思日誌。

由於研究者 2008 年至今持續投入艋舺社區營造，過去幾年來亦親身參與營造艋舺

社區博物館，對研究田野有長期瞭解；加上遊客訪談資料外，研究者亦邀請 4 位青年志工進行參與式觀察、訪談其參與經驗，並透過反思日誌記錄四年來社區博物館發展的歷程。這些資料分析與論述，將可形成跨時期不同研究參與者經驗之證據鏈（a chain of evidence）。所以從胡幼慧、姚美華（1996）和畢恆達（2010）的觀點來看，上述多元資料蒐集與相互參照分析，將可發揮多角檢驗功能，藉以提升研究信效度。

三、研究者角色

由於艋舺是研究者兒時到青少年時期重要生活場域，所以對於社區內曾飛黃騰達的產業榮景及日益蕭條的貧窮景象，均有一定瞭解和情感連結。為實際投入社區發展行動，2008 年起研究者便與萬華社區大學共同推動為期四年的融入式課程行動研究，希望邀請社區大學師生透過教與學共學行動，關心在地產業發展和貧窮議題。為期四年的課程改革行動，參與者以社區大學師生為主，雖然尚無法達到引導社會大眾認識在地文化的目的；卻讓研究者結識了包括一順青草店的翁義成老闆、弘順青草店的翁義惠老闆，及長壽茶桌仔店的鄭雅齡老闆等熱心在地特色店家業者。

在此同時，由於研究者本身在大學任教，在擔任教職及學校諮商與生涯發展中心主任的經驗中，深刻感受到臺灣社會中許多青年對社會改革懷抱熱忱，卻苦無具體的實踐場域長期參與。所以研究者從 2014 年 8 月起，便邀集一群對社會實踐感興趣的大學師生及社區工作者成立「臺灣夢想城鄉營造協會」，透過長期招募青年志工和實習生蹲點艋舺，連結在地街友服務團隊舉辦多元街友藝術培力方案，藉此關懷經濟弱勢者、增加其社會參與機會，也搭起青年、街友與艋舺居民共學實踐的平臺。

四、研究參與者

由於營造艋舺社區博物館重要目標之一，在引發年輕人認識艋舺，使在地文化獲得延續；而本研究主要目的，亦在瞭解遊客參訪艋舺社區博物館過程中的經驗，而非分析營造社區博物館對在地居民社區認同、生活品質和問題解決能力提升等各方面改變。所以無論遊客行銷及研究參與者的邀請，均以大專以上青年為主要標的群體。四年下來經邀請、詢問有時間和意願接受訪談，且參與方案過程中有較豐富心得體悟（無論正負面）希望交流者，有 19 位遊客、4 位青年志工，共計 23 位研究參與者。在邀請過程中，均充分告知研究參與者本研究之主要目的背景、研究方法、可能影響性，訪談資料的處理、保存和成果發表形式，以及他們可以自由進出本研究而不損及自身權利的倫理。在確認研究參與者知情同意後，才進行訪談。至於所有研究參與者基本資料如表 1，其內容僅顯示性別、年次及學歷；即使在論文分析過程中也已做必要之匿名處理，避免其身分遭到辨識。

表 1

研究參與者基本資料

代號	身分	性別	出生年	教育程度
第一階段				
V1	遊客	女	1974	大學
V2	遊客	女	1993	大學
V3	遊客	女	1979	碩士
V4	遊客	男	1992	大學
V5	遊客	女	1978	大學
V6	遊客	女	1990	大學
V7	遊客	男	1983	大學
V8	遊客	女	1988	碩士
第二階段				
V9	遊客	女	1982	大學
V10	遊客	女	1991	碩士
V11	遊客	女	1993	碩士
V12	遊客	女	1992	碩士
V13	遊客	女	1969	碩士
V14	遊客	女	1993	大學
V15	遊客	男	1988	大學
V16	遊客	男	1978	大學
V17	遊客	女	1989	大學
V18	遊客	女	1998	大學
V19	遊客	男	1979	博士
Y1	青年志工	女	1988	碩士
Y2	青年志工	女	1990	大學
Y3	青年志工	女	1983	大學
Y4	青年志工	女	1988	碩士

肆、研究結果與討論

艋舺社區博物館營造行動主要分為兩階段，2015年8月至2017年7月底止為第一階段，導覽方案主題是由4位女性經營者為代表的在地店家，故名「艋舺女老闆」；至於2017年8月至2019年7月底止為第二階段，導覽方案主題包含4個傳統特色店家及經濟弱勢導覽員生命故事的「艋舺串門子」。所以，研究者以下將依循兩階段主題和遊客參訪心得，嘗試歸納出遊客主要經驗。

一、第一階段（2015 年 8 月至 2017 年 7 月）：艋舺女老闆導覽體驗行程

為進一步連結更多艋舺特色店家業主，並結合青年志工團隊發揮創意與行動力，吸引更多社會大眾走進艋舺、體驗真實在地文化，在前階段累積的社會資本基礎上，2015 年 8 月起研究者又申請為期四年（兩期）的科技部專題研究計畫，並透過在地文史工作者及店家相互引薦，陸續拜訪了包括老明玉香舖的黃小姐、艋舺古早味涼粉的涼大，及大可居青年旅館的 2 位女性創業者，大家都表示願意共同推廣艋舺在地文化。加上 2015 年 7 月從萬華家庭暨婦女福利服務中心轉介來參加導覽員培訓的萬大姐，不僅過去長期在艋舺工作，也對導覽 4 個店家深感興趣。因此工作團隊順勢將這條導覽線取名為「艋舺女老闆」，走讀路線為：艋舺古早味涼粉 → 老明玉香舖 → 大可居青年旅館 → 長壽茶桌仔店 → 綜合座談。

這條導覽路線的每個據點和座談活動均 30 分鐘左右，加上沿途老街或小故事串連，整個行程約 3 小時。至於導覽模式，主要由青年志工和經濟弱勢者扮演導覽員角色，向遊客簡介各據點簡史與特色、4 位老闆名字，以及 4 個店家產業之文化意涵。之後，再由各老闆向遊客各自介紹店家歷史、所堅持的事業精神，以及希望推廣的價值或知識，並稍微讓遊客試吃商品或體驗傳統產業服務。由於整套方案十分貼近「生態博物館」強調在真實生活情境中學習、營造在地文化，進而產生觀點轉化的核心精神，所以本方案在實際操作及對外宣傳時，也以「營造艋舺社區博物館」為名進行溝通和行銷。

（一）遊客主要參訪經驗

1. 艋舺古早味涼粉的道地手工和公共參與精神

根據研究者（RJ20160319）的觀察，走訪艋舺古早味涼粉時多數遊客都表示涼粉很好吃，有兒時小甜點的古早味，讓他們想起小時候與家人共同生活的美好記憶。V1、V4 和 V7 參加完活動後受訪時都表示，當他們看見原本從事生技產業的老闆涼大，願意放棄高薪工作返家延續父親製作涼粉的精神，並堅持手作品質和食品安全，這種與主流社會強調獲利第一背道而馳的職人精神，令他們十分感佩。

除了東西好吃之外，我覺得對於那種在地的感情的堅持，我覺得很讓我感動。
……我那天就一直問她：「我覺得有機器做就好了，妳為什麼一定要自己這樣？」
她說：「機器做就是不一樣！」（V1）

除了涼粉生意外，老闆還會與街坊鄰里形成互助關係，就像 V6 受訪時回憶涼大的分享：「有一些老人家就是會去問她，什麼東西怎麼寫啊，我覺得這是一個很棒的社會支持的感覺」（V6）。此外，V2 對老闆積極與其他店家合力，推動在地文化保存與社區營造，希望讓整個街區受到重視的行動也印象深刻；她甚至覺得這樣的公共參與行動等於賦予涼粉優質的社會形象，成為文化創意產業。也有像 V5 因為聽到老闆對自己認為有價值的事如此堅持，引發自己之後面對生活中遭逢類似處境的力量。

常常我們自己在生活的時候，也會在想說我做的這件事情到底是不是正確？然後會不會是會受到時代的變動而去改變？……從她講的那個歷程裡面我可以感受到她的力量，那個力量其實傳遞到我身上，我好像可以做一件我想要做的事情，堅持下去！（V5）

2. 老明玉香舖的中藥製香與祭祀文化

研究者訪談過程中發現，多數遊客在參訪老明玉香舖前，「真的以為說就是喝香灰只是一種就是迷信，對啊！怎麼可能喝香灰，可能會死掉吧」（V2）。但來到香舖後才瞭解到，臺灣宗教活動中「吃香灰」行為源自早期臺灣醫藥不發達，許多香的原料又是由多種有益呼吸道的中藥製成，因此食用或點燃中藥製成的香，在長輩經驗裡確實能改善呼吸道不適。

我以前都不知道就是香其實是真的是就是那種中藥藥材製成，然後是比如說真的可以吃，然後是又養生，又健康的，其實是對身體好的。因為我一直覺得那個就是可能化學的東西啊，然後不健康。（V6）

也有遊客受訪時提到，因為親身接觸到中藥製香的自然氣味，開始反思自己家中宗教活動令自己長期感到不舒服的可能原因；或是透過聆聽老闆介紹香舖內各類祭祀用品的用途及源由，對臺灣民間信仰活動有了更多同理，而不再一味嘲笑或批評。

我們家也常常去拜拜很多東西啊，……我每一次一進去那個整個煙都布滿，就每次想哭，我就覺得很痛苦。然後我那一天在那邊我想說，原來煙可以那麼香啊？……它可以有精油的效果，我那天真的是很想要當場就買了。（V5）

那天去了以後才發現其實那是拜神的，它是一種民間信仰，你也可以說它就好像基督教藝術裡面那種比較聖潔的那些袍子。（V8）

另外，相較現代化產業常強調以最低成本、獲得最高利潤，以致經常出現黑心商品，V1 受訪時特別強調，聽完香舖老闆對自己製香原料和過程的堅持，讓他重新看到艋舺值得敬佩的職人精神。

很多東西現在那些香粉都是有特別用化學加工，然後都很不實在。可是那天這樣子聞了她的東西，看了她們做的東西，我覺得，欸！還蠻實在的人，就是還蠻實在的在做這件事情，讓我蠻訝異、讓我印象深刻的佩服。（V1）

3. 大可居青年旅館的創業勇氣與文化創意

無論是研究者（RJ20160416）的觀察或遊客 V5 受訪時都注意到，大可居青年旅館的 2 位女性創業者因看見艋舺傳統產業和在地文化的獨特性，以及臺北車站的交通之便，讓她們能發展出兼顧創業和在地文化推廣的青年旅館。V6 也提到她對這間旅館特色的觀察：

大家都從世界各地來，或是從臺灣的各個地方來，但是如果就這樣住一晚，然後就離開，就是當成一個睡覺的地方，就我覺得很可惜。它有那個平臺就是可以讓大家在那邊坐著休息幹嘛的，你可以自己選擇要不要跟人家接觸。（V6）

研究者（RJ20151120）還發現，當遊客跟著導覽員走進青年旅館時，除了能從 2 位創業者身上感受滿滿的毅力及差異溝通的勇氣；也可以學習她們如何藉由硬體設施的規劃，達到行銷艋舺在地文化的創意。這些參訪心得甚至能激發遊客反思自己生活中面對差異共存艱難的勇氣。就像 V5 受訪時分享到：

感覺得出來她們都是個性不一樣的人，然後對自己的堅持其實也蠻能夠堅持的，所以我覺得是她們在那種交流意見的時候，協調會很不容易。……雖然我年紀不是那麼大，可是我可以爲了我想要做的事情再去做，然後反正我就再去闖就對了……那個是給我很大的鼓勵。（V5）

4. 長壽茶桌仔店待客如親的人際連結關係

走進長壽茶桌仔店時，研究者（RJ20151120）觀察到多數遊客都會被這裡的老闆和顧客間自在與關懷的關係吸引，因爲多數大都市裡的高齡者不是獨自在家看電視，就是居住在長期照顧機構裡，很難在自己熟悉的社區裡自在生活。就像 V6 受訪時回憶到老闆娘鄭姊的待客之道：

有人每天來，然後有時候突然某幾天沒來了，然後她〔指老闆鄭姊〕還去各個醫

院找是不是住院了？我覺得這是覺得，天啊！世界上會有這種事情發生耶！就是人跟人的連結是可以這麼深的。（V6）

所以 V2 訪談時也提到：

我本來會以為這種東西只存在鄉下，就是坐在樹下有一個木桌，然後喝茶、下象棋之類的，我沒有想到就是臺北這個地方還是有。……原來人與人之間還有這麼純樸的交流。（V2）

另外，V4 也告訴研究者，他發現大可居和長壽茶桌仔店都很重視人與人的關係，只是前者的經營策略是促進年輕人跨文化的經驗分享，而後者則是強調高齡者日常生活的關懷。V3、V5 和 V7 受訪時甚至開始聯想到自己家中長輩的老年生活為何會缺少社區連結的可能原因。

我們在看我自己爸媽的生活的時候，也會覺得說他們生活好像沒有什麼一個據點，沒有一個重心。那就是雖然有一個房子，但好像就是關在裡面的感覺，就是沒有那種交流。（V5）

但也有少數像 V7 的遊客，參訪長壽茶桌仔店之後會從自己過去飲茶文化的經驗向研究者建議，未來老闆的茶藝或茶道若有更高雅的茶具與家具配搭，更能凸顯喝茶文化的高雅。

（二）第一階段整體評量

在本研究第一階段執行經驗中發現，首先，社區博物館若能提供親身體驗（包含五官感觸或置身於特定空間）的機會，便可能引發遊客過往的成長經驗或記憶；如果當下體驗與遊客過去經驗相容，便可形成感官上的共鳴或親切感。在本次行程中涼大涼粉的口感、老明玉漢方製香的氣味、長壽茶桌仔店的人際互動氛圍等等，都均屬此類親身體驗。

其次，如果社區博物館在感官體驗上，還能藉由故事敘說或理念溝通，向遊客傳達他們商品生產或形成某些生活方式過程中堅持的價值信念，上述感官經驗就可能被進一步用於反思學習的素材。特別是當社區民衆的生命故事與所堅持的價值，與遊客習以為常的常識經驗或主流市場價值出現較大落差時，更能刺激遊客返回自己的生活世界進行深入反思。

就像本次行程中涼大對手工製作涼粉和積極參與社區營造工作的堅持，與輕鬆高薪價值的對照；老明玉漢方香品與遊客過往賦予吃香灰純然迷信標籤，及自家宗教活動負

面經驗的對照；以及長壽茶桌仔店老闆對茶友近乎親人的關懷和生活模式與都市人情冷漠的對照等等，都均屬此類反思學習歷程。特別是本次活動強調互動式或參與式導覽，導覽員會先透過連結遊客過去經驗來引發好奇心，再由老闆根據不同遊客提出的問題給予回應。這樣的導覽策略除了可以讓他們發現既有經驗與真實的落差（V6），也可能延伸思考政府文化保存政策的不足之處（V7）。

第三，如果社區博物館所呈現的商品或服務，能與前述具反思性的生命故事或價值堅持相互扣連，這些商品或服務就可能被賦予濃厚的文化或情感認同，進而形成一種文化創意商品或產業。具體的案例，除了有涼粉被賦予社區營造的活力、大可居青年旅館被賦予女老闆冒險創業精神，以及長壽茶桌仔店飲茶活動被賦予小鎮人情味外，也有像 V3 的遊客在受訪時表示，活動結束後當她再次經過這些店家或周遭巷弄時，會因為上次遊歷的經驗，對該區產生新的地方感。

第四，如果社區博物館提供的感官體驗、價值觀或專業知識，是遊客過去較為缺乏，亦或是遊客端反倒更為豐沛且堅定時，上述感官或價值交流的內涵便可能出現創新感，或成為遊客指正與建議的對象。就像大可居青年旅館兩位女老闆獨到的文化創業經驗，讓遊客在知識上獲益良多；但長壽茶桌仔店較簡樸的茶具和桌椅在某些曾歷精緻飲茶產業的遊客看來，可能還有不少改善空間。甚至也有遊客在活動後受訪時發現，此條導覽路線主題雖為「艋舺女老闆」，但導覽內容卻缺少對性別議題更深入的探討。像 V1 便提到：「我本來預期說女老闆會看到一些她會講很多關於性別的東西，我沒有聽見，我沒有聽見」；另外，她也認為本次導覽內容對各店家和整個艋舺產業發展之間關連性的討論十分薄弱（V1）。

針對這部分缺失，研究者（RJ20170604）認為主要是方案推動初期與部分女老闆的信任關係還不夠穩固，尚不適合提出諸如「為何長輩決定讓女性子孫接手」、「承接事業過程中是否遭逢性別歧視」等較敏感的問題。至於缺乏鉅觀論述的問題，工作團隊之後便透過導覽前向遊客簡介導覽路線，及各店家與艋舺整體脈絡動態關係，希望可以補足這個缺失。

二、第二階段（2017 年 8 月至 2019 年 7 月）：艋舺串門子導覽體驗行程

除了前述問題，「艋舺女老闆」導覽行程還遇到散客報名人數不足，難以定期成團的困境；另外，店家老闆也向工作團隊表示，根據他們的經驗，許多遊客走訪老街或傳統店家時，會希望較多吃吃喝喝的輕鬆活動。於是工作團隊開始探詢社區內可能提供特

色商品試吃、又有濃郁文化故事的店家，希望串連出第二條導覽動線（RJ20170819）。在鄰里口耳介紹下，工作團隊邀請到太和餅舖、弘順青草店、協興蛋店及永富冰淇淋店；之後研究者看到老濟安青草店轉型成功，所以也積極邀請他們加入接待年輕遊客的行程，與較受中高齡遊客青睞的「弘順青草店」相區隔。

由於此階段導覽著重與老闆「閒聊」，感受艋舺的「日常感」，所以這條導覽線就取名「艋舺串門子」。其路線為：太和餅舖→弘順青草店→協興蛋店→永富冰淇淋店→綜合座談。為增加導覽活潑性，每個店家除了安排試吃，也由工作團隊根據店家歷史或商品智慧設計小遊戲，讓遊客可以從遊戲中學習。其次，為增添經濟弱勢導覽員打工機會，轉化遊客對街友及底層勞工的刻板印象，工作團隊也在綜合座談時段安排「真人圖書館」活動，讓遊客與萬大姐和華大哥兩位經濟弱勢導覽員交流。如此，每個據點停留時間便縮短為 20 分鐘，真人圖書館為 40 分鐘，加上沿途老街或小故事串連，整條行程還是約 3 小時。

（一）遊客主要參與經驗

1. 太和餅舖美食與宗教民俗的緊密連結

由於這條導覽路線強調的是「串門子」，所以如同 Y1 提到的，工作團隊會先塑造一個友善的互動氛圍，「大家也就會把自己放在那個氣氛裡面，覺得也可以跟老闆像朋友一樣聊天」（Y1）。接著，為引發遊客認識餅舖產品與宗教民俗關連性的興趣，工作團隊設計了「意義連連看」活動，讓遊客先猜各類糕餅與習俗的關係，再邀請餅舖第三代老闆陳俊傑解答。此外，老闆也很用心將以往店內製作傳統糕餅曾用過的模具、算盤、鐵製餅盒等懷舊用品，系統化地置於櫥窗內供遊客觀賞，讓大家更有回到過去的真實感。所以，參加完這段活動的 V10 受訪時提到：

國文課本可能會有講到各大節慶，但是並不會太去介紹這些節慶妳可能要拿什麼樣的食物出來就是祭拜這樣子。……店有陳列出那個就是製作那些餅的那些器具，我覺得還不錯，因為好像在其他的餅店裡面好像比較不會看到這一塊，通常都是在博物館才會看到。（V10）

之後，老闆還會向遊客介紹餅舖歷史與特色，並邀請遊客試吃店內特色商品，讓他們在味覺上更貼近艋舺。為吸引年輕客人，老闆更精心設計年輕人喜愛的重口味烤乳酪，還經合法授權將設計師彭喜執趣遊碗的艋舺鳥瞰圖製成包裝外盒，賦予烤乳酪文化商品意涵。整個過程就像 V13 受訪時描述的：

老闆有把彩繪的那個碗給我們看，空照圖的那個，……他有特別介紹這個圖案 logo 的緣由，那也有解說，有特別告訴我們說現在我們在的哪個位置，那也算是結合到文創。(V13)

此外，老闆也會向遊客敘說自己如何為幫助父親圓夢，而接下這份家族糕餅事業；但為了不放棄自己對園藝的興趣，還是會在店內擺放鍾愛的花藝作品的故事。V11 和 V17 在受訪時不約而同地表示，聽到這段為圓父親事業傳承之夢的貼心故事，令他們十分感動。還有 V18，因為學校課程正好有討論到糕餅的用途，所以受訪時回憶起那段活動過程便興奮地說：「剛開始要大家填哪一個糕餅是做什麼用的，然後大家就填得很開心，就覺得知識終於有一個地方可以用的感覺」(V18)。

2. 弘順與老濟安青草店的青草智慧與味覺

進入青草店後，為了讓遊客在遊戲中愉快學習，工作團隊特地設計了「翻牌記憶大考驗」活動，亦即將常用青草照片及其保養功能做成對應的兩套色卡；之後，再請遊客以記憶、翻牌和配對的遊戲模式，嘗試連結不同青草對應的保健屬性。遊戲結束後，再請老闆根據遊客配對的結果，解答各種青草正確的功能，並請大家試喝幾種特色茶飲，增添體驗的印象。果然，在活動後的訪談中 V17 依舊興奮地說：「我是喝左手香，一喝下去就差點吐出來，那味道還蠻刺激的，對。然後老闆就開始介紹每個，每個茶的，每個植物的功效」(V17)。

但回憶起「翻牌記憶大考驗」的活動，V15 受訪時坦承，當下因為想趕快完成任務，所以只透過記憶牌卡對應的顏色，沒實際思考青草的功能，致使活動淪為好玩遊戲。活動結束後，老闆會進一步介紹艋舺青草產業發展歷史，敘說自己來艋舺開店的過程及當前青草業的挑戰。這段故事像 V13 受訪時提到的：「就是一種早期的生活裡面，可能沒有好的醫療資源的時候，在這個地方它所發展出來的，那跟龍山寺之間的關聯他當然也會介紹到」(V13)。由於老闆十分熱情，介紹艋舺青草巷歷史時會不自覺把時間拖長，所以 V14 覺得自己在當下已經分心了。另外，V11 也建議老闆與其陳述抽象的青草知識，不如多拿店內真實的青草給他們觸摸質感、辨別氣味；但令人為難的是，包括 V9 和 V12 在內的遊客卻表示，當他們觸摸青草和試喝青草時，「已經被那個氣味、飲料吸引了，然後也被其他的環境給影響，所以其實沒有很注意聽老闆在講的故事」(V9)。換言之，導覽過程中遊客的觸覺、嗅覺和聽覺可能不宜同時接收過多資訊，而必須有規劃地依序漸進引導。

至於歷經現代化空間改造後的老濟安青草店，在參訪後的訪談中，V18 向研究者分

享到：「它不像傳統的青草店這樣，比較像是咖啡店，咖啡店通常就會環境很乾淨」（V18）；在青草的口感上，V19 也認為「他們把青草茶改成可以像手搖飲料那樣搭配，真的很符合年輕人的口味」（V19）。更重要的是，老闆將各種青草名稱、用途清楚標示出來，並且透過吧臺活動與遊客長時間交流，可以讓像 V18 這種不懂青草知識的遊客更安心地購買到自己需要的商品。此外，V19 也向研究者表示，根據他在國外旅遊的經驗，老闆若能將青草精華做更好的提煉，加上品牌行銷，應可朝著國外香草精油或保養品的方向發展。

3. 協興蛋業的職人精神和祖孫之情

在協興蛋業這個場域，為了讓遊客從生活經驗中產生參與興趣，工作團隊設計了快問快答活動，讓遊客先回顧過去使用蛋的經驗。例如：「蛋店買的蛋可以孵出小雞」、「禽流感時不能吃雞蛋」、「蛋殼越光滑，蛋的品質越好」等等。再請第三代老闆向遊客解說正確用蛋知識，破除蛋品迷思。活動結束後 V11 和 V16 都向研究者表示，老闆提供許多他們日常生活很有用、也很想知道的蛋知識。

之後，老闆也進一步介紹蛋店歷史、產品特色與堅持的事業精神，並敘說自己回來承接老店、參與社區營造的故事。在活動後的訪談中，不僅 V9 和 V14 提到從老闆身上看到傳承自阿公「一輩子努力做好一件事」的職人精神；V11 和 V12 也被老闆積極推廣蛋業文化的熱情，以及孫子體諒阿公的愛感動不已。甚至透過老闆刻意保存的古早蛋店建築外型及祖孫情的故事分享，V18 更從中反思自己與家人親子關係。就像 V11 分享到：

我覺得蛋店讓我非常佩服，是他有一個他不想動到他爺爺的東西，不想要爺爺覺得他被否定了嘛。我那時候就想到真的就是我自己平常跟我的爺爺奶奶生活的時候是不是，甚至跟我爸爸也是這樣，……可是真的很難拿捏啊！（V11）

此外，也是覺得蛋店的商品品質很好，V9 告訴研究者，回去後會想介紹朋友來購買，希望能帶動一股購買和生產優質產品的正面市場力量。更值得一提的是，V14 訪談時表示，年輕老闆從完全不懂、被職場老鳥質疑的門外漢，費盡心力才成為今日的蛋業達人，這段故事讓她日後面對生活中無法堅持理想的困境時，會更有力量。

我會覺得如果在遇到一點困難的時候就收手的話，好像不代表我做不到，而只是我沒有去做而已，我就是一直惡性循環。……但是老闆就是他在化學的領域可能也有很深的認識之後，他決定要入蛋行，之後他就不三心二意一直往蛋行去，然後做很多甚至其他的蛋行老闆都沒有辦法做的事情。（V14）

4. 永富冰淇淋店的懷舊滋味

為了讓遊客認識冰淇淋老店，同時增加導覽員與店家老闆的故事連結性，工作團隊除了邀請經濟弱勢導覽員敘說自己從小與父親一起吃冰淇淋的美好記憶，也設計了「口耳相傳」的小遊戲，讓遊客以競賽方式傳遞冰淇淋店創業發展的故事。整個活動的過程就像 Y1 描述的：

華大哥有先說了那小美冰淇淋的故事，然後好像大家對小美冰淇淋還蠻有共鳴的。……永富的遊戲我覺得大家玩得很開心欸，因為那個很難記，然後就會有一種小組合作的那個精神，就被激起來，就我們一定要把它記得什麼的。（Y1）

但較可惜的是，因為冰淇淋店生意非常熱絡，所以 V17 受訪時提到：「感覺老闆比較忙，沒辦法跟老闆直接的互動！」（V17）結果就如 V15 所說的，遊客僅能透過遊戲瞭解冰淇淋店的部分歷史，無法與老闆當面做更深入交流。

我只知道說他們是開了很久很久，然後傳了三代的冰淇淋店，然後東西很好吃。那在他們的背後的一些東西，為什麼一家冰淇淋店開那麼久？甚至說為什麼不去 Seven 賣呢？都沒有一個比較深入的瞭解。（V15）

也因為整個導覽必須由弱勢導覽員獨挑大樑，在熟練度不夠的情況下，導覽員便陷入內容離題、時間難以控制的問題（V14）。為解決這個問題，工作團隊多方考量後決定以第一階段的「艋舺古早味涼粉」取代「永富冰淇淋店」。

5. 真人圖書館的親情與堅忍生命力

導覽行程最後一站是回到剝皮寮社區據點，為了讓遊客更瞭解街友和底層勞工的真實生活，工作團隊邀請導覽員萬大姊和華大哥分享自己在艋舺及其他地方重要的生命故事。過程中，工作團隊還透過將故事重要畫面繪製成主題圖卡，希望增加遊客對故事內容的想像力；故事說完後，工作夥伴還會搭配 Q & A 和書寫回饋小卡片等活動，讓遊客有機會給兩位經濟弱勢導覽員回饋。聽了他們的故事後，包括 V9、V14 和 V16 都提到，因為自己過去也曾有類似經驗，所以當下便產生感同身受的共鳴與生命感動：

我就走過去跟萬大姊說：「我可以擁抱妳一下嗎？」……她當媽媽那種心情是我們女生可以瞭解的，所以我們兩個就潸然淚下。（V9）

她從南部到萬華車站，然後就是去一個紡織工廠。雖然什麼都不會做，可是為了生存，所以她就是硬說她會做。……那這段其實對我很有感觸，因為我們家彰化

人，然後我媽也是北上，然後之前在遠東紡織做事，後來我們家也開麵店，其實跟萬大姊的故事是有點雷同，所以很有共鳴。(V16)

此外，Y2 在活動後的訪談中也向研究者表示，自己是聽了兩位經濟弱勢導覽員的生命故事，才開始反思對底層勞工及街友刻板印象。針對以圖卡輔助故事敘說的策略，V11 和 V10 也認為相當有創意，因為這不僅能引導兩位經濟弱勢導覽員說故事的節奏，未來還可以製作成生命故事繪本文創商品。

但整體而言，由於真人圖書館是在參訪 4 個店家之後進行，Y1 觀察到許多遊客其實已精疲力竭、難以集中注意力；加上兩位經濟弱勢導覽員的表達方式與遊客的習慣差距較大，所以遊客必須很專心才能跟上他們的說話步調。此外，要敘說自己顛沛流離的故事通常需要很大的勇氣，所以 V11、V12 和 V17 在受訪時都提到，在現場他們有感受到導覽員在闡述某些故事段落時會出現斷裂或跳躍。但 V12 認為「這其實是可以被理解的，畢竟每個人都有想要保留的部分」(V12)；甚至，正是因為這些「不完美」，讓 V11 感受到導覽員敘說的生命故事具有真實性，進而更想努力聆聽、理解。還有像 V19 聽完導覽後，會延伸思考臺灣當前社會福利體系對於貧窮議題的適切性，或如 V16 般日後還想再深入瞭解艋舺的歷史。

在這麼短的時間，其實她很難去描述整個臺灣近代的一個歷史的一個東西，可是她衍生到後面我會去查這些東西，去開啓說我對萬華的興趣。(V16)

(二) 第二階段整體評量

由於本階段開始之際，有遊客向研究者 (RJ20171014) 反應，整個導覽缺乏在地文化的系統性介紹，讓他們覺得有些茫然。於是工作團隊便在出發前增加了當天導覽路線的簡介，讓遊客瞭解各店家及經濟弱勢者在此聚集的原因，喚起他們過去對艋舺的記憶，甚至產生參訪好奇心。果然，這樣的設計後來確實讓遊客的體驗更有社區博物館的整體感。

至於本階段社區博物館導覽行程之所以能對遊客產生跨文化理解或批判反思的原因，部分與前階段類似，但亦有其獨特之處。首先，本階段的社區博物館亦提供許多親身體驗機會，以引發遊客過往經驗或記憶的共鳴。諸如太和餅舖的試吃口感及古早糕餅製作器具的展示，弘順及老濟安青草店的青草茶試喝及現場青草香氣與觸感體驗，老濟安青草店和協興蛋店改裝後亮麗的空間氛圍、永富冰淇淋試吃等等。還有 V18 活動結束後受訪時也提到，親身走在古老市鎮空間裡，可以感受到特殊的在地生活氛圍；甚至 V19 還因為眼見「住商合一」生活空間使用模式，憶起家中長輩以往討生活的辛苦經驗。但由

於艋舺的店家及街道騎樓普遍狹小，所以 Y1、Y2、V11 和 V12 都提到，參與導覽活動時都得隨時擔心擋到其他消費者購買商品。就像 V12 說的：「遊戲玩的地方好像不是很恰當，就是好像是在一個人家的社區前面，還是什麼騎樓上，好像還蠻容易擋到路的」（V12）。但也正是這種真實的空間限制，才能讓遊客感受到最真實的在地生活文化。

其次，在這些感官體驗基礎上，第二階段的社區博物館也透過諸多生命故事或創業理念敘說，向遊客傳達在地店家的職人精神，讓感官經驗有機會被進一步深化為多元文化的反思學習素材。例如：太和餅舖、協興蛋店及老濟安青草店的年輕一代老闆，為了延續父執輩堅持的職人精神或傳統產業好味道，在自己的生涯上都做了許多調整，對照出當前代間溝通困難的親子關係及個人主義式自我生涯計畫的差異；協興蛋店老闆從完全不懂的門外漢開始學習蛋品知識與經營方法，對照出當前許多年輕人不容易堅持理想的焦慮等等。但也由於本階段導覽行程的感官體驗較多，甚至包含周遭顧客與老闆真實互動的過程，致使遊客很容易被這些視覺、嗅覺、觸覺和人際互動吸引，而無法專心聆聽老闆或導覽員所陳述的產業知識或生命故事。

第三，遊客於本階段導覽行程中品嚐到的糕餅、蛋品和青草茶，若能與父執輩保留傳統好滋味及推廣職人精神的價值堅持相互扣連，這些店家便可能因此被賦予文化與情感認同而成為艋舺文化創意產業。事實上，無論是太和餅舖採用的「趣遊碗」及製作年輕人喜愛的重乳酪蛋糕，或協興蛋店及老濟安青草店的店面文青化翻修，都可看出在地人如何透過年輕世代認同的文化元素，在努力保存、推廣古早的艋舺文化。

第四，本階段導覽行程中，協興蛋店及老濟安青草店的店面翻修和經營策略調整，是遊客較能感到創新的部分；但也因為有少數遊客曾至國外接觸過類似產業轉型案例，所以能對青草文化提供更多發展的想像與建議。

至於相較於第一階段，本階段較為特別的創新方案要屬「闖關遊戲設計」及「真人圖書館」兩大部分。首先，不同於第一階段的知識或故事傳遞，主要由在地店家老闆或導覽員主述，第二階段方案則加入了諸如「糕餅對對碰」、「快問快答」（蛋店）、「翻牌記憶大考驗」（青草店）等有趣的體驗活動，讓遊客可以在有趣的知識競賽中，主動探索、學習在地店家的產業智慧及文化。只是這類知識競賽很容易讓遊客因亟欲想獲得勝利，而本末倒置地忽略了遊戲過程中的知識學習。

其次，「真人圖書館」的故事敘說形式，雖然能讓遊客近距離地聆聽經濟弱勢導覽員顛沛流離的生命故事，甚至從自我關照過程中發現弱勢者值得尊敬的生命韌性，或令人感動的親子之情，進而轉化過去的貧窮價值觀或反思當前社會福利政策的問題。但一

方面生命故事敘說並不容易，除了敘說者得先安頓好自己的人生際遇，還必須有足夠的信任和清晰的表達能力。所以本階段「真人圖書館」的方案，確實出現弱勢導覽員與遊客表達習慣落差；但也因為這些「不完美」讓遊客感受到弱勢導覽員的真實性格，進而更想努力聆聽、理解。也因為這些行動中反思的歷程，讓工作團隊又設計了一個溫馨小卡回饋機制，讓所有遊客在聆聽完「真人圖書館」的故事敘說後，能寫下自己當下的心得感受，送給兩位說故事的弱勢導覽員當作鼓勵和紀念。

綜合第一和第二階段遊客參訪社區博物館的經驗，各項導覽方案能引發跨文化理解與反思，用 Bourdieu 的理論（Bourdieu、Wacquant，1992；Forchtner、Schneickert，2016；Kilgore，2001）來說，就是艋舺在地店家、經濟弱勢導覽員、青年志工和遊客，都會以自己過去生活場域中的規則及其延伸之慣習，與其他人的慣習和場域規則相互交流，進而產生共鳴、碰撞或修正。以本研究主要訪談對象——遊客和青年志工為例，某些感官經驗、生命故事及價值觀能產生共鳴，主要是這些當下體驗背後蘊含的慣習或場域規則與其過去經驗相仿。參訪過程中反思學習或創新感之所以會出現，甚至對艋舺在地文化提出建議，則是遊客和青年志工過往的慣習及其蘊含之場域規則，與導覽中的感官經驗、生命故事及價值觀等實踐行動產生扞格，致使遊客和青年志工開始審視、甚至調整過去持守的慣習及其蘊含之場域規則之合理性。

若從文化產業的角度來說，根據黃世輝（2003）觀點，廣義而言只要一項產業源自在地歷史文化，即便其利潤沒有回饋社區，也屬於文化產業；若能由此延伸社區文化分享、體驗與學習方案，影響力將會更大。準此，艋舺社區博物館的在地產業及導覽方案確實具有文化產業的精神及推廣社區文化的功能。特別是在消費社會中各類商品與服務除了使用功能外，也具備人際溝通與自我認同象徵意義；越能引發消費者身分認同、幸福憧憬或異於現實冷漠人際關係想像的商品或服務，文化資本、社會資本和經濟產值也就越高（邱誌勇，2011；Bauman，2005）。甚至 Gilmore、Pine（2007 / 2008）認為，體驗方案若能創造消費者難忘回憶，甚至引導其某些自我轉化（例如：心靈成長），這些商品或服務的工具性意義更可能產生觀點轉化功能。對照本研究之遊客參訪經驗，艋舺社區博物館因為能引發遊客不同於都市疏離關係的情感認同和幸福憧憬，所以一定程度上能獲取遊客賦予的文化資本、社會資本和經濟資本。

但進一步擴大來看，這樣的反思修正也是艋舺傳統文化與其外之現代都市文化的權力競爭，因為如同 Bourdieu（1990）的慣習和場域論述所言，艋舺諸多傳統產業和在地生活模式經常被賦予「不文明」或「落後」的標籤。就像 V12、V16、Y3、Y4 表示，在參與本次導覽活動前對萬華印象主要來自傳播媒體或是路過時的驚鴻一瞥，這些短暫卻

不深入的符號印象多是老舊建築、街友很多，即使經過傳統店家也不會駐足消費。V4 甚至還提到：「那個地方其實就會讓人家覺得髒髒的，不知道什麼時候會被都更掉」（V4）。所以社區博物館的參訪經驗能否延續到遊客和青年志工參訪活動後的真實生活，涉及他們能否以此抗衡其他握有更多社會、文化和經濟資本的優勢場域壓力，這些都還有待進一步追蹤瞭解。

伍、結論與建議

一、遊客參訪經驗分析

綜合上述遊客參與艋舺社區博物館導覽活動的經驗分析，研究者歸納出如下六項內容。

（一）從瞭解在地生活真實狀況破除遊客文化刻板印象

透過親身觀察、體驗艋舺古老建築或早期生產工具的樣貌與使用方式，遊客有機會瞭解前人商業活動形態、智慧及日常生活特徵。特別是經由傳統店家販售商品之製作過程介紹，遊客更能瞭解它們與在地各種宗教與民俗習慣的關連性和神聖性，甚至開始反思自己過往某些宗教生活出現負面感受，或對某些宗教與習俗活動產生刻板印象的可能原因。

（二）從發現在地文化的美好引發遊客過往人生記憶

藉由參訪遊客發現艋舺在地生活所保留傳統街坊鄰里的互助關係和人情味，想起自己兒時與家人共同生活的美好記憶和情感連結，並透過對照自己當前在臺北市高度都市化的生活模式，賦予艋舺社區生活的價值和時代意義。

（三）從艋舺產業現況提出遊客家人生活、公共政策和艋舺未來可能想像

從觀察艋舺產業運作現況和經營智慧，遊客不僅開始反思自家長輩陷入生涯困境的可能原因，也檢視政府當前高齡長期照顧及文化資產保存政策的合宜性；亦有遊客根據自己過去的生活或旅遊之美好經驗，對艋舺產業發展現況提出創新或改善建議。

（四）從老闆和導覽員面對人生挑戰的故事引發遊客生命力

從聆聽年輕老闆放棄高薪或個人生涯興趣，延續長輩家族事業精神，甚至積極參與社區營造的生命故事中，遊客感受到親人之愛和公共精神的展現。另外，藉由親見店家老闆堅持所販售商品一定要符合某些標準和食品安全，即使不符最大獲利原則，甚至犧牲身體健康也在所不惜的職人精神，以及導覽員勇敢面對生命重大衝擊的故事，也引發遊客未來面對生涯挑戰時堅持理想與改變生活的勇氣與生命力。

（五）從觀摩多元經營與導覽策略中遊客發現文化行銷創新實踐

透過瞭解並對比艋舺不同店家所採取之多元人際連結策略，甚至將老商品賦予新文化意義，藉以增加年輕人對傳統社區文化可接近性的行動，遊客看見了文化創意產業的真實樣貌。另外，走訪艋舺社區博物館的過程中，遊客有機會將參與式和傳統獨白式導覽模式及其影響力進行比較。

（六）從導覽中接觸到的新事物延伸出遊客日後進階學習興趣

從導覽體驗活動中遊客發現自己以往不曾接觸的新事物，或學校曾習得知識的真實展現，進而開啓他們日後渴望進一步認識艋舺或探究相關議題的動機。另外，也有遊客因為這次走訪經驗開始對艋舺產生地方感，甚至構思如何將用自己的專業與在地產業發展結合。

二、導覽活動設計與反思

綜合艋舺社區博物館實踐經驗，本研究歸納出如下五項方案設計原則。

（一）以社區生活為中心的長期資源盤點

方案設計者必須長時間在社區蹲點，方能與在地民衆建立信任關係，並將每個社區據點或人物的生活樣態進行時間和空間的系統化連結，使盤點出來的社區資源能具有動態性且整體性。

（二）以遊客習慣的溝通模式轉譯在社區文化

方案設計者要以遊客習慣或偏好的互動模式，將前述社區資源加以轉譯成具感官體驗性（含味覺、觸覺、嗅覺、聽覺、視覺和整體氛圍等等）、趣味探索性、人際互動性的導覽方案，以此引發遊客過往成長經驗或美好記憶共鳴，或提升遊客在有趣小遊戲或具安全人際交流中產生主動探詢社區智慧的好奇心。

（三）將社區產業賦予情感認同或價值堅持

方案設計者若能透過故事敘說或體驗活動，將社區感官體驗、特色商品或服務，與特定情感認同或價值堅持連結，便可能進一步引發遊客對自身經驗或價值觀的反思。如果這些情感與價值連結能激發遊客身分認同、幸福憧憬或美好人際關係想像，社區商品或服務便可能超越實用價值而轉為文化產業，厚實其文化資本、社會資本和經濟資本。

（四）讓社區人事物的刻板印象被真相翻轉

方案設計者若能透過前述感官體驗或生命故事敘說方案，讓遊客接觸到社區中長期

被媒體符號標籤化人事物的真實樣貌，便有機會提供遊客對社區文化的另類觀點，甚至逐漸翻轉其刻板印象。

（五）透過歷次遊客造訪經驗不斷反思修正方案設計

方案設計者必須與在地民衆及願意提供回饋遊客持續檢討、修正各種導覽方案的操作策略，才能逐步歸納出各類遊客背景與興趣偏好的互動模式，所採用的感官體驗、遊戲設計或人際互動設計才不會鳩占鵲巢地過度分散遊客的注意力，而是能讓遊客更有效地學習在地文化與知識技能。

三、艋舺社區博物館整體運作評量

整體而言，艋舺社區博物館確實跳脫傳統博物館著重專門收藏品和建築空間框架，從社區生活場域的跨領域角度提供遊客多元學習主題。首先，由於我們的導覽方案是由店家老闆與經濟弱勢者共同負責，並將過去集體記憶、當前發展瓶頸和未來願景加以串連、轉譯給遊客，所以老闆和導覽員等於直接參與了社區產業發展。透過與老闆和導覽員互動，遊客也從被動收訊息接收者轉為社區博物館建構者，甚至對該地產生屬於自己經驗的地方感。整個過程不僅社區人的故事敘說與遊客的跨文化理解能力都被提升了，也轉化了遊客對艋舺和底層勞動者的某些刻板印象，並逐漸形構店家老闆們的社區認同。就此來看，艋舺社區博物館一定程度上確實體現了生態或社區博物館的重要目標（Hubert, 1985 / 1996；Hudson, 1992 / 1996；周佳樺, 2017；張譽騰, 2000, 2004；Davis, 2011）。

其次，文獻中關切生態或社區博物館若沒了政府資源挹注，能否使社區民衆與生態博物館一同發展出永續營運機制的問題（Hubert, 1985 / 1996；Hudson, 1992 / 1996；張譽騰, 2004）雖非本研究重點，但依目前現況來看，由於各店家尚未提撥共同發展基金，如果本行動團隊撤離，社區博物館也可能停擺。換言之，永續發展機制是未來需要持續努力的方向。

第三，關於社區民衆可能為滿足遊客和導覽手冊需要，喪失主體性和地方感的疑慮（Urry、Larsen, 2011 / 2016；羅欣怡, 2016；Macleod, 2006；Pereiro, 2007）。從本研究遊客經驗內容主要展現店家老闆生命故事，以及前來店家消費的顧客與空間使用狀況，甚至還會干擾遊客參訪來看，艋舺社區博物館的導覽內容與形式依舊十分貼近真實生活。特別在營造社區博物館過程中，我們很強調與店家老闆及弱勢導覽員透過長期討論，決定訪談、轉譯和再現生命故事的方法，整個過程不僅實現了文獻（Hubert, 1985 / 1996；Hudson, 1992 / 1996；張譽騰, 2004；Davis, 2011）所建議的在地民衆參與和專

業交流機制，也提升了民衆保存與推廣文化資產能力。甚至藉由遊客持續不斷地造訪，這套文化資產將有機會被反覆操作在未來艋舺的時空脈絡中，讓整套導覽方案不致陷入Pereiro（2007）、Giddens（1994）及Bauman（2017 / 2019）所擔心空洞化、庸俗化及懷舊同溫層的陷阱。

四、研究限制與建議

在營造社區博物館的行動策略上，由於工作團隊與某些店家老闆尚未建立長期且穩固信任，無法從性別角度深入探討女老闆在家庭關係、產業發展及社區生活各方面狀況。其次，有些老闆因生意繁忙，不易挪出完整時間訪談家中長輩創業歷程與艋舺產業發展關連，或整理家中老照片與過去懷舊的生財工具。更困難的是，經濟弱勢導覽員或因個人性格、表達習慣及生命經驗安頓程度等多重限制，尚無法與遊客和老闆找到流暢的溝通模式，致使底層勞動者的故事敘說及其與社區發展的連結性依舊薄弱。這三項發展瓶頸，加上前述永續發展機制的缺漏，是未來艋舺社區博物館營造行動可持續努力的方向。

在研究主題與方法上，由於遊客參與經驗僅能透過當事人短時間內自我回憶與陳述，研究者難以確知這些心得是否屬實，也無從瞭解它們對真實生活帶來哪些影響。因此建議未來可邀請遊客長期多次造訪，針對遊客參與心得與生活狀況進行歷時性追蹤。其次，本研究焦點放在瞭解遊客參訪經驗，尚未觸及社區博物館營運對在地民衆及社區經濟與文化可能帶來的影響，這部分未來也建議可以進行長期且深入的瞭解。

謝誌

本研究承蒙行政院科技部給予經費補助（計畫編號：MOST-104-2628-H-260-002-MY2 及 MOST 106-2410-H-003-071-MY2），特此致謝。

引用文獻

中文部分：

- Barrett, J. (2012)。追求民主：作為公共空間的博物館（邱家宜譯）。*博物館學季刊*，26（4），7-28。（原著出版於2011年）
- Barrett, J. (2012). Attempting democracy: The museum as public space (Chia-Yi Chiu, Trans.). *Museology Quarterly*, 26(4), 7-28. (Original work published 2011)
- Bauman, Z. (2019)。重返烏托邦（朱道凱譯）。新北市：群學。（原著出版於2017年）
- Bauman, Z. (2019). *Retrotopia* (Daokai Zhu, Trans.). New Taipei: Socio. (Original work published 2017)
- Gilmore, J. H., & Pine, B. J., II. (2008)。體驗真實：滿足顧客的真正渴望（邱美如譯）。臺北市：天下。（原著出版於2007年）
- Gilmore, J. H., & Pine, B. J., II. (2008). *Authenticity: What consumers really want* (Rumei Qiu, Trans.). Taipei: Commonwealth. (Original work published 2007)
- Hubert, F. (1996)。生態博物館在法國：矛盾與曲解（陳音音譯）。*博物館學季刊*，10（1），19-23。（原著出版於1985年）
- Hubert, F. (1996). Ecomuseums in France: Contradictions and distortions (Yin-Yin Chen, Trans.). *Museology Quarterly*, 10(1), 19-23. (Original work published 1985)
- Hudson, K. (1996)。夢想與現實：哈德遜談生態博物館和生態博物館學的二十年（陳彥銘譯）。*博物館學季刊*，10（1），55-63。（原著出版於1992年）
- Hudson, K. (1996). The dream and the reality (Yen-Ming Chen, Trans.). *Museology Quarterly*, 10(1), 55-63. (Original work published 1992)
- Urry, J., & Larsen, J. (2016)。觀光客的凝視 3.0（黃宛瑜譯）。臺北市：書林。（原著出版於2011年）
- Urry, J., & Larsen, J. (2016). *The tourist gaze 3.0* (Wanyu Huang, Trans.). Taipei: Bookman. (Original work published 2011)
- 王啓祥 (2008)。博物館觀眾學習成果與影響研究的發展與啓示。*博物館學季刊*，22（4），91-107。
- Wang, Chi-Hsiang (2008). The development and implication of research on museum visitor learning outcomes and impact. *Museology Quarterly*, 22(4), 91-107.
- 沈介文 (2015)。博物館觀眾體驗與重遊意願之研究。*科技博物*，19（3），99-125。
- Sheng, Chieh-Wen (2015). A study of museum visitor experience and revisit intention. *Technology Museum Review*, 19(3), 99-125.
- 周佳樺 (2017)。法國生態博物館：「演化型」定義及理論概念初探。*博物館學季刊*，31（1），77-91。
- Chou, Chia-Hua (2017). Primary exploration of the evolutionary definition and relative concepts of the French “eco-museum.” *Museology Quarterly*, 31(1), 77-91.

- 邱誌勇（2011）。文化創意產業的發展與政策概觀。載於李天鐸（主編），*文化創意產業讀本：創意管理與文化經濟*（頁 31-56）。臺北市：遠流。
- Chiu, Chih-Yung (2011). Wenhua chuangyi chanye de fazhan yu zhengce gaiguan. In Tain-Dow Lee (Ed.), *A cultural/creative industries reader: Creative management and cultural economy* (pp. 31-56). Taipei: Yuan-Liou.
- 胡幼慧、姚美華（1996）。一些質性方法上的思考。載於胡幼慧（編），*質性研究：理論、方法及本土女性研究實例*（頁 141-157）。臺北市：巨流。
- Hu, Yow-Hwey, & Yao, Mei-Hua (1996). Yixie zhixingfangfa shang de sikao. In Yow-Hwey Hu (Ed.), *Zhixingyanjiu: Lilun, fangfa ji bentu nüxing yanjiu shili* (pp. 141-157). Taipei: Chu-Liu.
- 陳佳利（2009）。社區互動與文化參與新取徑：探萊斯特郡開放博物館的理念與實務。*博物館學季刊*，23（2），21-39。
- Chen, Chia-Li (2009). A new approach to community engagement: A study on the conception and practice of Leicestershire's open museum. *Museology Quarterly*, 23(2), 21-39.
- 陳雪雲（2005）。臺灣博物館觀眾研究回顧與展望：從現代到後現代主體。載於王嵩山（主編），*博物館、知識建構與現代性*（頁 115-140）。臺中市：國立自然科學博物館。
- Chen, Sheue-Yun (2005). Taiwan bowuguan guanzhongyanjiu huigu yu zhanwang: Cong xiandai dao houxiandai zhuti. In Sung-Shan Wang (Ed.), *Bowuguan zhishijiangou yu xiandaixing* (pp. 115-140). Taichung: National Museum of Natural Science.
- 陳逸淳（2012）。博物館面對當代藝術的兩難：從「公共性」談起。*博物館學季刊*，26（2），31-47。
- Chen, Yi-Chun (2012). Hard choices for museums in the collection and display of contemporary art: Resituating the perspective of publicness. *Museology Quarterly*, 26(2), 31-47.
- 畢恆達（2010）。*教授為什麼沒告訴我*。臺北市：學富。
- Bih, H. D. (2010). *Why professors did not tell me?* Taipei: Pro-Ed.
- 張婉真（2014）。*當代博物館展覽的敘事轉向*。臺北市：臺北藝術大學、遠流。
- Chang, Wan-Chen (2014). *The narrative turn of contemporary museum exhibition*. Taipei: Taipei National University of the Arts & Yuan-Liou.
- 張譽騰（2000）。*當代博物館探索*。臺北市：南天。
- Cheng, Yui-Tan (2000). *Exploring contemporary museums*. Taipei: Nan-Tian.
- 張譽騰（2004）。*生態博物館：一個文化運動的興起*。臺北市：五觀。
- Cheng, Yui-Tan (2004). *Ecomuseums: The examination of a cultural movement*. Taipei: Wu-Guan.
- 黃世輝（2003）。文化產業與居民參與。載於文建會 CASE 網路學院（主編），*文建會網路學院 CASE 智庫：社區總體營造*（頁 40-45）。新北市：行政院文化建設委員會。
- Hwang, Shyh-Huei (2003). Wenhuchanye yu jumincanyu. In Wenjianhui Wangle CASE Xueyuan (Ed.), *Wenjianhui wangle xueyuan CASE zhiku: Shequ zongtiyingzao* (pp. 40-45). New Taipei: Council for Cultural Affairs, Ministry of Culture.

- 黃智琪、許義忠（2009）。博物館觀眾研究分析：1992-2006。《運動與遊憩研究》，3（3），97-114。
- Huang, Zhi-Qi, & Hsu, Yi-Chung (2009). An analysis of museum audience research: 1992-2006. *Journal of Sport and Recreation Research*, 3(3), 97-114.
- 劉婉珍（2011）。《博物館觀眾研究》。臺北市：三民。
- Liu, Wan-Chen (2011). *Museum visitor studies*. Taipei: San-Min.
- 羅欣怡（2016）。《地方·文化·博物館：博物館的社會關懷與實踐》。臺南市：國立臺灣歷史博物館。
- Lo, Hsin-Yi (2016). *Di fang, wen hua, bowuguan: Bowuguan de shehuiguanhuai yu shijian*. Tainan: National Museum of Taiwan History.

外文部分：

- Altrichter, H., Posch, P., & Somekh, B. (1993). *Teachers investigate their own work: An introduction to the methods of action research*. New York, NY: Routledge.
- Ashley, S. (2007). State authority and the public sphere: Ideas on the changing role of the museum as a Canadian social institution. In S. Watson (Ed.), *Museums and their communities* (pp. 485-500). London, UK: Routledge.
- Bauman, Z. (2005). *Work, consumerism and the new poor* (2nd ed.). New York, NY: Open University Press.
- Bennett, T. (1990). The political rationality of the museum. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 3(1), 35-55.
- Black, G. (2005). *The engaging museum: Developing museums for visitor involvement*. London, UK: Routledge.
- Bourdieu, P. (1990). *In other words: Essays towards a reflexive sociology*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant, J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Davis, P. (2011). *Ecomuseums: A sense of place* (2nd ed.). London, UK: Continuum.
- Dierking, L. D. (2008). Evidence and categories of ISE impacts. In A. J. Friedman (Ed.), *Framework for evaluating impacts of informal science education projects: Report from a National Science Foundation workshop* (pp. 19-30). Retrieved from https://www.informalscience.org/sites/default/files/Eval_Framework.pdf
- Dufresne-Tassé, C. (1995). Andragogy (adult education) in the museums: A critical analysis and new formulation. In E. Hooper-Greenhill (Ed.), *Museums, media, message* (pp. 245-259). London, UK: Routledge.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2018). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning* (2nd ed.). Walnut Creek, CA: Alta Mira Press.

- Forchtner, B., & Schneickert, C. (2016). Collective learning in social fields: Bourdieu, Habermas and critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 27(3), 293-307.
- Garnett, R. (2002). *The impact of science centers/museums on their surrounding communities: Summary report*. Retrieved from http://www.explorit.org/about/board/Science_Center_Impact_Study.pdf
- Giddens, A. (1993). *New rules of sociological method* (2nd ed.). Cambridge, UK: Polity Press.
- Giddens, A. (1994). Living in a post-traditional society. In U. Beck, A. Giddens, & S. Lash (Eds.), *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order* (pp. 56-109). Cambridge, UK: Polity Press.
- Hein, G. E. (1995). Evaluating teaching and learning in the museums. In E. Hooper-Greenhill (Ed.), *Museums, media, message* (pp. 189-203). London, UK: Routledge.
- Hein, G. E. (1998). *Learning in the museums*. London, UK: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2007a). *Museums and education: Purpose, pedagogy, performance*. London, UK: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2007b). Interpretive communities, strategies and repertoires. In S. Watson (Ed.), *Museums and their communities* (pp. 76-94). London, UK: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E., & Moussouri, T. (2002). *Researching learning in museums and galleries 1990-1999: A bibliographic review*. Leicester, UK: Research Centre for Museums and Galleries, University of Leicester.
- Kilgore, D. W. (2001). Critical and postmodern perspectives on adult learning. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 89, 53-61.
- Macdonald, S. (2007). Exhibitions of power and powers of exhibition: An introduction to the politics of display. In S. Watson (Ed.), *Museums and their communities* (pp. 176-196). London, UK: Routledge.
- Macleod, N. E. (2006). The placeless festival: Identity and place in the post-modern festival. In D. Picard & M. Robinson (Eds.), *Festivals, tourism and social change: Remaking worlds* (pp. 222-237). Bristol, UK: Channel View Publications.
- Marwick, S. (1995). Learning from each other: Museums and older member of community's story. In Hooper-Greenhill (Ed.), *Museums, media, message* (pp. 140-150). London, UK: Routledge.
- Pereiro, X. (2007). Ecomuseum, cultural heritage, development, and cultural tourism in the North of Portugal. In G. Richards (Ed.), *Cultural tourism: Global and local perspectives* (pp. 195-213). New York, NY: The Haworth Press.
- Piaget, J. (1970). *Genetic epistemology*. New York, NY: W. W. Norton.
- Sandell, R. (2007). Museums and the combating of social inequality: Roles, responsibilities, resistance. In S. Watson (Ed.), *Museums and their communities* (pp. 95-113). London, UK: Routledge.
- Thelen, D. (2005). Learning community: Lessons in co-creating the civic museum. In G. Corsane

(Ed.), *Heritage, museums and galleries: An introductory reader* (pp. 333-338). New York, NY: Routledge.

Watson, S. (2007). Museums and their communities. In S. Watson (Ed.), *Museums and their communities* (pp. 1-23). London, UK: Routledge.

Witcomb, A. (2003). *Re-imagining the museum: Beyond mausoleum*. London, UK: Routledge.

A Study of Visit Experiences of Tourists in the Monga Community Museum

Min-Hsiung Hsu¹

Summary

1. Purposes and methodology

In recent years, ecomuseums or community museums have been widely discussed as part of community building in Taiwan, but there have been few impact and outcome evaluations for the museum community programs. Therefore, this study aims to explore visitors' experience to the Monga Community Museum located in Wanhua District, an economically and socially deprived area in Taipei. A sample of 19 tourists and 4 youth volunteers was selected. A multi-method design including interviews, journal writing, and action research was conducted to examine visitor's experiences through time-space intersection. For instance, visitors engaged in the personal, social, and environmental contexts, within which they carried on dialogue with local shopkeepers and economically disadvantaged tour guides, and took part in a variety of amusing games. Subsequently, important results and processes of visitor participation were analyzed and categorized, and suggestions regarding future construction and research directions for the Monga Community Museum are offered.

2. Major findings and conclusion

Before their participation in activities hosted by the Monga Community Museum, the majority of the museum's visitors had yet to engage with Monga's residents in any depth. Visitors held stereotypes inherited from images and reports in the media of Monga as dirty and chaotic. This, in turn, created a sense of alienation and fear in visitors. Not only was there no possibility of visitors

¹ Professor / Department of Adult & Continuing Education, National Taiwan Normal University

coming to shop in Monga, but they had next to no understanding of underclass culture. However, following participation in the Monga Community Museum hosted tours, visitor experience could be summarized as such: (1) a better understanding of the actual environment in and around Monga helped disabuse visitors of previously held stereotypes; (2) discovering the cultural beauty found within the Monga community helped trigger visitors' recollections and memories; (3) a better understanding of the economic activity and industry of Monga helped visitors to reflect upon future iterations of family life, public policy, and local development in the Monga community; (4) listening to stories of the vicissitudes of fortune told by shopkeepers and tour guides left visitors better prepared to face their own challenges with courage and determination; (5) observing Monga's diversified local economy and the innovative tour strategies of which they were part helped visitors acquire cultural marketing knowledge skills; and (6) experiencing new things, places, and people during the tour helped stimulate in visitors an interest towards furthering their own learning.

From the point of view of the Monga Community Museum's organizational operations, the museum steps away from a traditional exhibition framework emphasizing collectables and set space to display them. Instead, visitors are offered an experience of diverse mediums drawn from local community life and interpersonal interactions. Furthermore, the Monga Community Museum project includes input from local shopkeepers and economically disadvantaged tour guides, ensuring the mutual participation of these two groups in the development of local industry, and even a gradual development of a sense of place. Third, content experienced during visitor participation is not divorced from the real lives of local shopkeepers and the museum's economically disadvantaged tour guides, preventing visitors from falling into the trap of nostalgia, as well as stopping the excessive hollowing out and vulgarizing that befalls many tourist sites.

However, because the museum's work team has been unable to establish a long term, stable relationship with certain shopkeepers and earn their trust, it has been impossible to include stories narrated from gender perspectives such as exploring the question of how women shopkeepers balance family responsibilities, industry developments, and community life. Furthermore, some shopkeepers, being exceedingly busy, have been unable to find the time to share with the work team the entrepreneurship stories of their elders and the connection between these stories and the developmental history of Monga. An even more difficult problem has been the fact that the economically disadvantaged tour guides are still not entirely comfortable with building relationships with visitors and shopkeepers, due to force of personality and habit, experience, or other limitations. As a result, the connection between the life stories of economically

disadvantaged tour guides and community development continues to be weak. Finally, because a community development fund has yet to be established by shopkeepers, there is a concern that if the action team leaves the area, the Monga Community Museum will cease operations. The Monga Community Museum must address these four bottlenecks to ensure the museum's continuing operations.

3. Limitations and recommendations

Because visitor experience is based on the brief personal narrative of local figures, it is difficult to confirm with any sort of certainty whether these narratives are fiction or fact and what influence, if any, the narratives have on visitors. Therefore, a recommended research direction is to ask visitors to participate in the tour several times and to carry out longitudinal research regarding their impressions and local living conditions. Furthermore, as this activity is marketed towards youth with a college degree and above, it is less able to reach visitors of other educational backgrounds and ages. Therefore, it is recommended that future guided tours be designed to accommodate a more diverse range of visitor preferences and backgrounds, with research on resulting visitor experience also suggested. Finally, it is recommended that a long term and in-depth look at the possible influence of the Monga Community Museum on local residents and their community's economic and cultural spheres be undertaken.