



數位遊戲《1940》遊戲畫面。

神的作家，像是賴和、蔡培火。用原本就存在的實體物件，再加上故事性的東西。」

蘇經理認為，臺文館的文學商品是相當有意義的，「我在這個過程看到臺文館做這些事情非常用心，我每次看到他們有新的開發，我就會去想這件事，這些作品如何對應到商品，如何用展覽去凸顯作家要講述的東西，我覺得有很多的驚喜。我倒是覺得，如果是國外讀者想要透過不同的方式來重新認識臺灣文化，這些文學商品會是很好的媒介。重要的是你的對象是誰。所以我認為這是成功的。」

藉由此次特展，我們看見臺文館在文學轉譯已累積相當的成果，「文物賦活」的未來，還有哪些可能性？「我認為，文物賦活不是一個展覽名稱而已。文物賦活是一個精神，是臺文館作為一個博物館，我們在運用文物，或是我們在看待文物，甚至是一開始在徵集文物的時候，就必須要達到的想像。」林佩蓉組長總結，「蒐集文物本身的物質故事，再去做生命的延伸和轉化，這些應該都是帶狀性的思考。我相信我們館內同仁在做這些工作也都抱持這樣的想法。」

#### 汪倩妤

一九九二年生，雲林人。曾為書店店員、文學雜誌編輯，現為文字工作者。

# 讓文物和大眾重新產生連結

## 訪臺文館研究組林佩蓉組長與 愛迪斯科科技蘇清施經理

### Reestablishing the Connection Between Cultural Artifacts and the Public

文 | 汪倩妤 · 圖 | 臺文館



數位遊戲「夢獸之島」主視覺。

因應數位時代，文學的表現方式也出現新的變化。博物館的藏品，如何結合當代科技，重新打造出新的面貌？在國立臺灣文學館「館慶二十·文物賦活」展覽中，或許可以找到一些答案。

### 定義文物賦活

究竟什麼是「文物賦活」？臺文館研究組林佩蓉組長首先說明：「文物賦活的概念，最初是為了讓大家知道文物捐進臺文館之後會怎麼被運用。當大眾進來臺文館看到這個文物，當你跟你產生連結的時候，這就是一個新開始。這是我們用『賦活』這個動詞的原因—讓文物與大眾重新產生連結。」

此次展覽分為四個子主題，除了文物徵集過

程，我們可以看出「文物賦活」的概念並不侷限於實體文物的保存與修復，還有更多的面向。組長進一步解釋，「賦活透過幾個技術，第一是物件本身的修復，第二是所謂的轉譯。轉譯在生物學上，指的是生理結構上的改變。應用在文學上，我們轉譯的是文物的故事，這個故事不能天馬行空，必須有所本。像我們與愛迪斯科科技合作開發數位遊戲，便是希望重新連結文物本身。第三個是藏品的商品化，我們希望你真的可以在日常生活中使用，因此我們把它轉換成一個可以傳遞的概念，雨傘也好，穿戴在身上的衣物也好，等於是把文物變裝，讓大眾可以帶在身上。」

### 文學與數位科技結合

文學轉譯的其中一種方式，便展現在此次展出五款數位遊戲，包含愛迪斯科協助開發的「夢獸之島」、「1940」、「生命之鳥」等，結合作家與文物的故事，透過VR、體感技術，創造全新的文學體驗。

這些遊戲，來自於臺文館舉辦的腳本徵選比賽，獲獎作品由愛迪斯科科技開發成可以實際遊玩的數位遊戲。愛迪斯科的蘇清施經理也分享從腳本到遊戲的過程遇到的困難和挑戰：「這和一般商業邏輯不一樣。一般商業遊戲強調好玩、吸眼球，但我們必須考量如何在文學和遊戲找到一

個平衡。文學是以文字為主，要將其視覺化是困難的。我們要讓文物和大眾之間產生強烈的連結，就回到怎麼轉譯這些東西。我們將這個重要的工作交給大眾—讓他們來重新認識這些作家，也更深入去思考這些器物跟他之間有什麼關係，進而產出遊戲腳本。」而在收到腳本後，蘇經理團隊也做足功課，去了解作家的背景，並思考可以用什麼方式做出更好的詮釋。「無論是手遊或VR都有不同的課題，這是我們的專業。我們也會注意使用對象，像是夢獸這款遊戲是專門為國小低年級的小朋友設計的。」

文學遊戲的開發不容易，也期待後續的宣傳推廣，讓這些遊戲與其背後文學故事，被更多人看見。「其實我是不敢看遊戲回饋的，」林佩蓉組長笑說，「不過有一個很正面的現象，像現在有愈來愈多邊玩遊戲邊講解的YouTuber，我自己是很希望有愈來愈多人可以來做周邊推廣的活動，來加強宣傳端的工作。比如我們也為這個展覽做了許多畫面精美的前導影片，雖然遊戲還是要自己來體驗，但希望可以吸引更多人來觀看。」

### 以文學回應社會

此次展覽重點還有藏品的商品化。「文學商品」的開發，對臺文館來說也是一大挑戰，林佩蓉組長說，「開發商品的重點在於，我們想要回應社會。今天文學成為商品之後，這個社會可以感受到什麼。我不能說現在有什麼成功的案例，但是我可以說的是，我們很堅持必須是文物的概念。其實到現在，臺灣文學本身還是非常冷門的，我們在推動這些事情，還是非常費力，用數位遊戲，用各式各樣的商品，這表示它的環境上是很需要加強的。」對大眾來說，文學本身還是有距離的，透過轉譯，反而可以去講述比較親近的故事。組長舉例：「像臺文館做雨傘，我們不花力氣開發雨傘，我們跟臺灣在地經營十幾年的品牌合作，花樣、花色可以讓我們去做詮釋。我們選了幾個有反抗殖民精