

第 5 章 利物浦的創意元素—以亞伯特碼頭及利物浦博物館為例

蘇鈺雯 同學



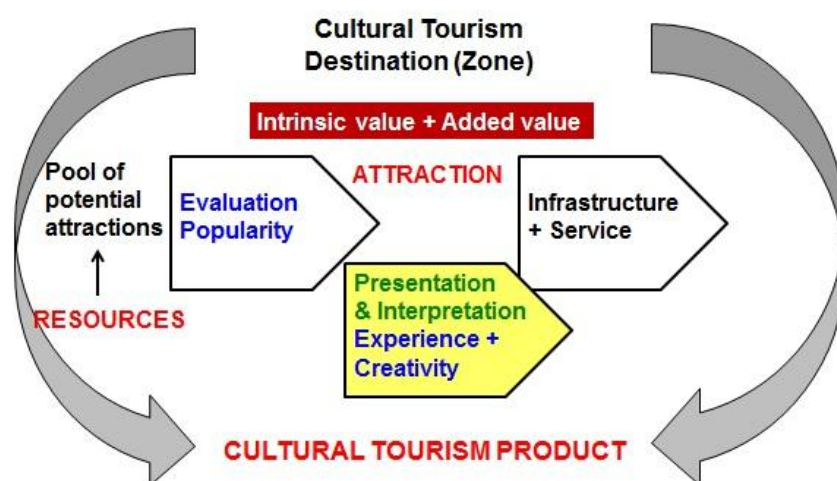
自後工業時代來臨，歐洲以服務經濟為主的產業正逐漸被知識經濟及體驗經濟導向的產業取而代之 (Richards, 1996)。在進入 20 世紀後，許多工業城市因為工業產業式微與競爭優勢不在，而面臨失業率節節上升、經濟衰退危機及社會治安多重問題。為了解決此問題，許多歐洲城市們開始進行產業升級，期許能透過都市更新與經濟再發展計畫來改善問題。而在 1970 到 1980 年代，過去在都市政策中被忽略的文化策略，開始對社會和政治的議程 (agenda) 產生影響。文化的產業化，更使文化不僅開始重視生產、循環與消費，進而產生經濟的效益，也促使其在社會再生產的累積過程中扮演相當程度的影響性 (Bourdieu, 1994; 引自 Crang, 1997:9)。而這些後工業城市無不極力改變往日形象，展開一連串以文化產業帶動都市再生的計畫，以期能使產業結構轉變，一方面吸引外來投資，另一方面創造新的城市意象。

然而由於全球化、商品化、城市和區域之間競爭的過程，以及知識和網路經濟的發展（Mommaas, 2009），使得各城市不免陷入系列複製的陷阱裡。古根漢博物館在西班牙默默無名的後工業城市畢爾包設立後，當地政府結合都市再生計畫，重新塑造了畢爾包的風格，使其轉變為世界性新地標。這樣的成功，使得全球產生古根漢效應，而後工業化城市爭相邀請古根漢前來設館，以期能獲得相同的效應，使自己城市脫胎換骨一躍為世界性知名城市。然而所謂的都市再生並不是在自己城市裡安插一座畢爾包博物館就保證必然成功。當世界各地都充滿樣貌大同小異的畢爾包博物館，它就失去了其獨特性。依城市的歷史文化脈絡、運用當地既有資源、融合在地居民與文化而規劃的都市再生計畫才能達到永續的目標。而在其中，創意則是最不可缺乏的要件，也是系列複製之解套方法。查爾斯·蘭德利在 1980 年代末提出《創意城市》的概念，他認為文化資源是城市的原料，也是它的價值基礎，其中的資產取代了煤、鋼鐵或黃金。而創意則是利用這些資源，並助使它們增長的方式。城市規劃者的任務就在責無旁貸的去辨識、管理並開發這些資源¹。Landry 從都市規劃角度指出創意的形成是需要一種都市活力、環境刺激、文化活動多元化等創意環境（creative milieu）。此創意環境構成來自於軟體結構與硬體結構的相互綜效，促使新的創意得以自由流通與實踐。他們主要貢獻在於創意都市之發展策略需要兩種要素投入，一是新的創意思考以解決新的都市問題。二是文化是創意資源，其包括有形文化資產以及無形文化資產的再利用（林政逸，2010）。

利物浦擁有許多潛在的吸引點，有形者為世界文化遺產之亞伯特碼頭、利物浦大教堂、以及披頭四相關景點等；無形的則如其海港文化、流行音樂文化、足球運動文化等。這些豐富的既有資產，需要經過轉化與包裝，才能成為具有獨特吸引力的創造資產。身為後工業城市的利物浦，自 1980 年代起展開一系列的都市再生計畫，積極謀求轉型，並利用創意將既有資產轉化為創造資產。不僅成功

¹ 引用自朝陽科技大學工業設計系 蕭明瑜
<http://www.cyut.edu.tw/teacher/ft00008/Creative%20City.pdf>

地重新定位自己的形象，搖身一變成為文化觀光大城，也讓文化資產有機會從歷史沉重的負擔轉型為新興文化經濟的文化商品，當地居民亦增加對自己城市文化的認同感。在利物浦為數眾多的都市再生計畫中，亞伯特碼頭佔有重要地位。利物浦工業革命期間輝煌的歷史、以及海港貿易與奴隸貿易文化等皆和此地緊密相關。其重要性讓此區域於 2004 年 7 月被聯合國教科文組織 UNESCO 指定為世界文化遺址。因此本文以 Ivanovic 之理論為架構，著重探討利物浦亞伯特碼頭與一旁的利物浦博物館，是如何將創意思惟融入有形及無形的既有資產中，在硬體設施的活化再生、軟體上的呈現（Presentation）與詮釋（Interpretation）上運用創意，增加當地獨特性，改善破敗形象，成為當今英國最受歡迎的觀光遊憩景點之一。



(Ivanovic, 2008, p.210)

亞伯特碼頭（Albert Dock）概況介紹

位於利物浦港口區的亞伯特碼頭（Albert Dock）興建於 1841 年，為全英國最大群之一級建築（Grade I Listed Building）。在工業革命時期為大西洋東岸的主要貿易港，也是移民者前往美國新大陸的主要出發港口。再加上國際奴隸貿易興盛之故，使其在航海貿易文化中占有舉足輕重的地位。然而其繁榮盛況隨著 50 年後船舶體積漸增大使得碼頭船塢不敷使用、二次大戰德軍的轟炸、城市航運業

的衰退、港口泥沙淤積、等因素而消失。加上六、七零年代的經濟衰退，引起嚴重的社會治安問題，使此區域成為利物浦的貧窮治安死角，甚至遭受即將拆除的命運。所幸後來藉由政府以及民間力量合作，西元 1981 年成立了「梅西賽德區域開發公司（Merseyside Development Corporation）」負責碼頭的再生計畫，在耗資一億英鎊的經費後成功地將亞伯特碼頭由原本的破舊廢墟搖身一變成為每年吸引四百萬觀光遊客的熱門景點。

亞伯特碼頭－硬體資源創意使用

亞伯特碼頭目前的樣貌維持了維多利亞時期的船塢碼頭港灣建築，其經營概念著重在休憩與觀光。由鐵、紅磚及石頭所建造的船塢空間成為創意使用的最佳空間。結合利物浦城市的歷史特色，包含海洋貿易文化、流行音樂文化、工業革命盛行的奴隸貿易文化等元素，而成立了梅西賽德海事博物館（Merseyside Maritime Museum）、國際奴隸博物館（International Slavery Museum）、披頭四故事館（The Beatles Story）、以及泰德利物浦美術館（Tate Liverpool）四個藝術文化機構，並成為利物浦城市文化復興的重要地帶。除了設立藝術文化機構外，碼頭區並設立超過二十五家商店、十餘家餐廳與咖啡店、三十餘家辦公室雇用超過兩千位工作人員、兩家飯店與一座健身房，並提供超過一百間公寓住宅，可以說是自成一個社區（曾信傑，2005）。老舊建築的再利用，能為其注入新生命與活力，使它能融入當代社會與環境，創造新的可能性。

走進在工業革命遺留下來的紅磚古蹟彷彿回到 19 世紀，然而其下卻是當代時尚的紀念品店、酒吧、餐廳等，這樣的設置結合歷史脈絡與現代性，活化了原有的老舊古蹟，將現代與過去連結在一起。這樣創意運用老舊空間的概念，不僅將利物浦當地的歷史重要文化概念



保存下來，也創造了屬於當地的獨特性，成功地吸引觀光客目光。更何況，這樣活絡的發展環境不但釋出許多工作機會，有助於改善利物浦的經濟，其再生計畫所包含的基礎設施建設也提升周遭居民的生活品質，改善民眾對於此區域過往的破敗印象。如重建後的亞伯特碼頭旁的 Pier Head 成為當地居民休閒遊憩、欣賞河邊景色的最佳場域。此外，也是舉辦大型活動的適合地點，2012 年奧運聖火傳遞抵達利物浦的慶祝活動即在此舉辦。

在水域方面，亞伯特碼頭周遭也提供了各式各樣不同的活動。例如亞伯特碼頭圍繞起來的水域中有提供觀光客上高桅橫帆船參觀的機會。建於 1899 之波羅的海貿易船 Glaciere，在那時用來運送石頭建材從英國到丹麥，利物浦的亞伯特碼頭部分也是藉由它幫忙運送建材而蓋成的。在荒廢多年後經由利物浦的航行愛好者 Dave Murray 改造，現在成為讓人們體驗帆船的最佳平台。它除了停泊在亞伯特碼頭供人觀光客上船參觀外，也提供了出海航行的多日體驗以及各式各樣的潛水課程。航行體驗內容包含教導參加者駕駛帆船外、航行相關知識、海上求生技巧。航海與潛水課程並無年齡限制，也非常歡迎孩童或是行動不便的人士參加。藉由發展「體驗」為其服務增加價值以及其獨特性，使觀光客不在只是被動地接收知識，而是主動地投入參與，這也是將既有資產活化使用的極佳例子。



黃色鴨艇（Yellow Duckmarine）是運用在 1940 年代作為海灘運送的軍用船隻以及二次大戰中的登陸工具，經過改造之後現在成為利物浦市區觀光路線之移動工具。水陸兩棲的功能是其最大賣點，在遊覽過市區知名景點後從 Salt house Dock 進入水域。除此之外，停泊在 Albert

Dock 旁的黃色潛水艇船隻被改造成水上高級旅館，船隻的外貌依披頭四著名專輯黃色潛水艇封面模樣打造而成。除了供遊客住宿體驗以外，也能成為開派對的另類場所。這種創意地運用既有資源，結合當地歷史文化的概念，使得亞伯特碼頭多了更多獨特的賣點。

閒置空間並不等於廢棄空間，對於閒置空間想辦法再利用的概念蘊含了永續經營的願景。亞伯特碼頭的再生計畫，不僅賦予了老舊建築重生的活力，也給予現代觀光客與眾不同的體驗。運用創意思維，不僅能創造景點的獨特性，吸引觀光客前來，更重要的是增加城市居民對於己身文化的認同。而亞伯特碼頭周遭的各項設施與活動也創意地運用了和當地文化脈絡相關的元素，打造出與眾不同的體驗。從治安死角變成英國倫敦以外最大的觀光勝地，城市居民對於利物浦的轉變有目共睹，也進而為自己城市的文化感到驕傲。將既有資產轉變成為擁有更高象徵價值的創造資產，其結果為利物浦本身、當地居民、觀光客帶來了三贏的局面。

利物浦博物館－在解說與呈現中加入創意元素

欲將文化資產轉變為引人入勝之文化觀光產品，須將其經過精心打造、包裝後才能創造出吸引觀光客前往觀賞之魅力。單純的文化資產若只是擺在原地不加以管理、行銷，則難以發揮其觀光價值。而博物館不能只是單方面的保存文物。如何透過創意地解說與呈現讓各不同客層的參觀者皆能了解其展品之價值與意義，進而啟發興趣，產生對其文化尊重且珍惜的態度，是博物館重要的課題之一。Cloke (2006) 指出，創意的概念可以延伸到許多傳統並非被視為創意的領域，就算某些是很明顯的機械式、已經被設定好的模式活動（如：高空彈跳），但藉由體驗的方式和參加者與其互動及回應的方式，可以讓過程非常具有創意，也能讓體驗更加深刻。博物館運用創意的解說與展示手法，亦能讓不同客群的參觀者皆融入博物館的氛圍當中，使得博物館不再是高雅人士才能欣賞，或者是成年人才能得到收穫的地方。

利物浦博物館概況介紹



於 2011 年開幕，座落於梅西河畔、聯合國教科文組織（UNESCO）評定的利物浦世界遺產地的利物浦博物館，為英國百年來建造過規模最大的國家博物館。此博物館定位已身為一個以民為本的城市集體回憶，其建築與館內設計是結合了當

地文化與在地歷史意象設計而成，是座記憶地方歷史的地方博物館。館藏為從市民到公司得來的 6000 多樣代表利物浦的物件。展品分為歷史、考古、交通文物、以及皇家軍團（King's Regiment）還有和當代利物浦人民相關的作品及文物。博物館擁有三層樓，共九座展廳，分別是一樓的 The Great Port、Global City、Little Liverpool；二樓的 Liverpool Overhead Railway、History Detectives、City Soldiers；以及三樓的 The People's Republic、Wondrous Place、Skylight gallery。在一、二樓層皆有教育空間，二樓目前有 Liverpool Doors、Postcode 兩特展，三樓則有固定時間開放入場的披頭四秀以及還有足球表演。展覽重點從冰河時期相關文物及歷史一路到現代社會，並介紹了利物浦如何從一個入潮口成為工業革命時世界上最重要的港口之一。此外，除了介紹利物浦當代的流行音樂及運動文化以外，也呈現了當地居民的不同故事。



運用創意的呈現手法

有別於一般博物館的傳統展示方法，利物浦博物館使用了生動活潑的展示手法來呈現利物浦的歷史。例如在二樓的 Liverpool Overhead Railway 介紹了利物浦在 1893 年建的第一座電動高架鐵路的歷史背景。這座高架鐵路是為了紓解當時碼頭運輸的擁擠，但同時也因為其能俯瞰碼頭及梅西河的特別景色而成



為了觀光景點。利物浦博物館為了呈現這樣的歷史而展示了那時碩果僅存的車廂，並為了符合其以往高架鐵軌的特色而特意將它設置在離地高度處 4.8m 處。最特別的是車廂內設計成會散發出煙味以及霉味，

同時播放著當時工作人員的解說聲音；在另一旁也設置了車廂及當時的三等艙及頭等艙的不同座椅，讓參觀者一邊聆聽模擬當時乘客的對話過程一邊體驗不同座椅。

此外，在三樓的人民共和國中展示了 1870 年利物浦的社區住宅空間。參觀者走近這個複製的街區，可親身體驗到當時困苦的生活環境。模擬的空間以及結合了五感體驗的設計，配合投影在壁爐牆壁上的解說影片，讓整個展示給人走進時光隧道回到維多利亞時代之感。這些創意設置，讓歷史文化本身活了過來，比起單純看到圖片或者是影片，這樣的呈現方法讓有形及無形文化資產轉譯成每個參觀者都能理解的深刻體驗。博物館利用這樣的詮釋手法，使參訪者和歷史更貼近，能了解到文化遺產不再是充滿距離感的斷層過去，而是孕育出現代的深刻過往。

運用創意的解說技巧

利物浦博物館在每一個展廳都有配合主題動手操作的互動裝置，其展覽重點之一就是希望能讓展品處於開放的狀態，並希望參觀者能夠使用觸覺感受文化遺產。利用將解說資訊放在抽屜的方式引導參觀者自行拉出，或者是將展覽內容相關的周邊知識設計成可以互動測驗的巧思，讓參觀者主動去發現驚喜。其中令人印象深刻的是在 The Great Port 區甚至還提供可以聞到味道猜測是當時何種進口產品的裝置。此外也可細聽由演員扮演的歷史人物在鏡頭前講解的生動歷史故事、在皇家軍團區試戴不同軍帽、也可在人民的歷史區體驗結合了利物浦流行音樂的歷史而設置的大受歡迎的卡拉 OK。博物館還運用了大量的高科技產品來做

為解說的輔助工具。在不同展場有多樣化的互動裝置。不僅讓孩童可以藉操作的機會學習知識，甚至成人也樂在其中。



重視各客群的不同需求

利物浦博物館並不把自己定位為只對高雅人士有吸引力的傳統博物館。針對不同的客群都應該要能符合他們的需求。因此他們盡力把博物館的解說與呈現運用創意做的生動活潑，讓少數族群、殘疾人士等各不同客群的人皆能參觀，並感到自身也是被重視的一份子。其中最令人訝異的是博物館對於孩童的貼心設置。體諒到孩童的身高，整座館內不僅在較矮處特意設置了也能孩童也能看到的展品，也規劃了專屬六歲以下的孩童專區 Little Liverpool。孩童專區中的 Liverpuddles 是以梅西河為基礎的水流互動裝置。以充滿趣味動手玩樂的重要性教導孩童維持水域的潔淨對於保護動物的重要性，以及他們對於環境的責任。

此外，博物館非常重視當地居民的聲音，強調其聲音應和策展人的意見受到同等重視。利物浦博物館群的 2011-15 年的策略計畫中提到博物館應作為社會改變的代言人，也應該要負起社會責任。在聯合國教科文組織所提出的創意城市概念中提到，創意城市不僅需要耀眼的創意經濟，社會正義及弱勢發聲也很重要，相較於一般創意城市多半只注重產值，或強調某個「創意階級」，因此它特別注重市民的創意，以及創意與社會文化間的永續性。此外，也強調網絡的概念，注

重與其他區域城市的關係；具體而言，創意城市網絡不只是一個行銷計畫，也是一個學習跨界提案、合作的機會²。

結語

創意並不僅只是藝術家與創意經濟者的專有，而有可能來自任何人。藉由促進創意，並在公、私、社區領域內合理運用創意，使我們的城市更適合居住並生氣勃勃³。從亞伯特碼頭的再生活化創意空間利用到利物浦博物館的創意解說與呈現，我們可以發現藉由這樣的規劃，讓硬體和軟體文化的價值提升了。結合當地文化資產及地方特色，並透過將文化遺產轉譯成更容易讓一般大眾消費的方式，能夠讓城市找到自身的發展潛能。除了能轉變城市的過往形象，打造新品牌以外，更能提高城市的競爭力。而在再生的過程中，亦不能忽略當地居民的感受。當地居民是城市的根本，結合在地文化的再生計畫以及重視居民的生活福祉，不僅能使城市煥然一新，也能增加當地居民對於城市的參與感與認同感。運用創意元素，重新審視空間尺度、文化傳承、當地人民需求、城市氛圍來做規劃，不但能增加當地獨特性，也能打造一個更可能永續經營下去的城市。

² 引用自經濟部投資業務處 李永展 <http://twbusiness.nat.gov.tw/epaperArticle.do?id=160432130>

³ 引用自朝陽科技大學工業設計系蕭明瑜

<http://www.cyut.edu.tw/teacher/ft00008/Creative%20City.pdf>

參考資料

- Cloke, P. (2006). Rurality and creative nature-culture connections. In H. Clout (Ed.), *Contemporary rural geographies: Land, property and resources in Britain: Essays in Honour of Richard Munton* (pp. 96–110). London: Routledge.
- Crang, P. (1997). Cultural turns and the (re) constitution of economic geography. *Geographies of economies*, 15, 3-15.
- Ivanovic, M. (2009). Cultural tourism, Juta Academic.
- Landry, C. (2008). *The creative city: A toolkit for urban innovators*, Earthscan:James & James.
- Mommaas, H. (2009). City, culture and identity: The city as third space. Paper presented at the Cultural Policy and Management Conference, Istanbul Bilgi University, November.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Oxford: CAB International.
- Richards, G. (2011). Tourism and creativity: the state of the art, IN: *Annals of Tourism Research*, 38 , DOI:10.1016/j.annals.2011.07.008
- 曾信傑。(2005)。文化行銷：博物館在都市再生中扮演之角色。《博物館學季刊》，10 (4)，33-47。
- 林政逸。(2010)。創意都市與文化產業群聚：台北市案例與反思。發表於第二屆發展年會。台北：台大，國立台灣大學城鄉與建築研究所。
- 利物浦國家博物館官方網站 <http://www.liverpoolmuseums.org.uk/mol>