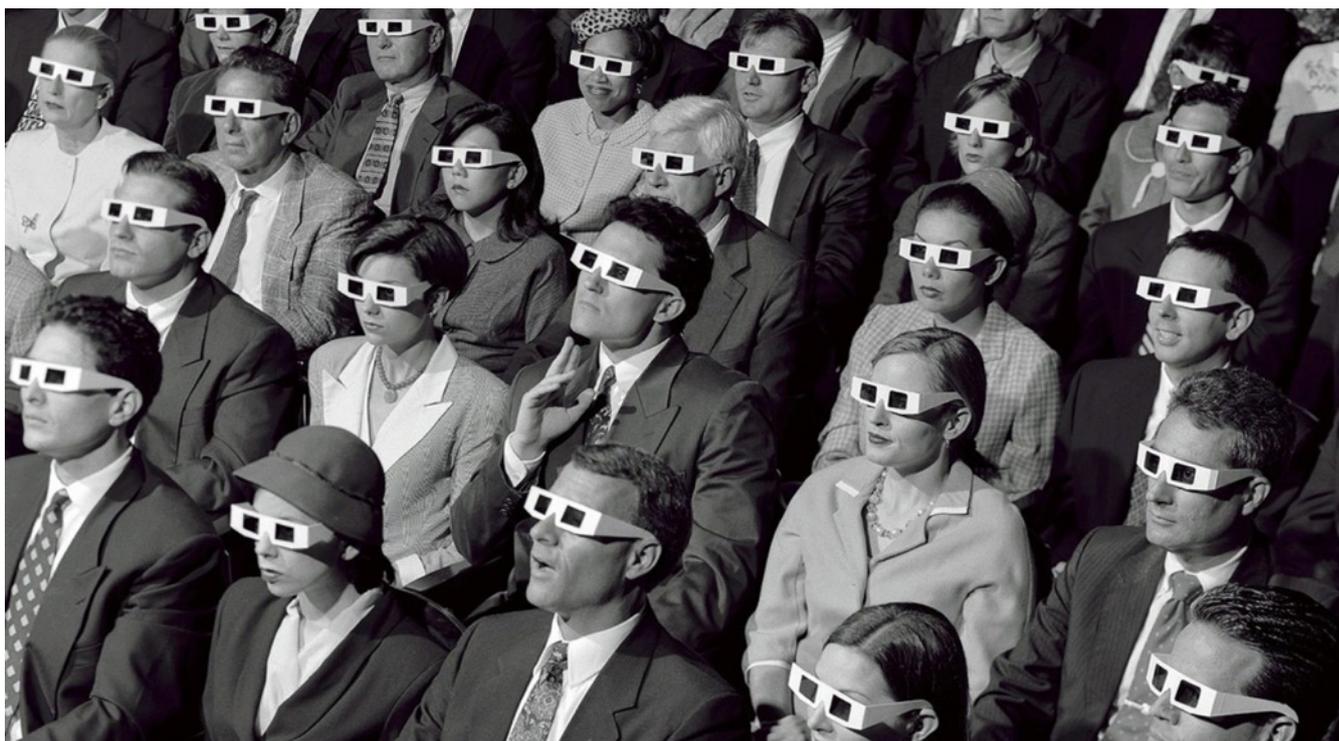


給眼球世代的備忘錄

歐洲影像識讀教育的發展與實務訪查

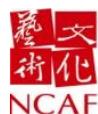
成果報告



參訪國家：荷蘭、法國、英國

計畫執行者：謝以萱

ruby761116@gmail.com



國 | 藝 | 會

NCAF

目錄

一、計畫緣起與目標	3
二、計畫期程	4
三、個人簡介	4
四、計畫成果	5
(一)、法國電影資料館 (Cinémathèque française)	5
(二)、荷蘭國家電影博物館 (Eye Filmmuseum)	7
(三)、Cineville	14
(四)、巴黎獨立電影院聯盟 (Cinema independent parisien)	15
(五)、英國獨立電影院聯盟 (Independent Cinema Office)	17
(六)、英國電影協會 (British Film Institute)	21
(七)、英國 Into Film	23
(八)、英國 Northern Ireland Screen	30
(九)、鹿特丹國際影展 (International Film Festival Rotterdam , IFFR)	30
(十)、阿姆斯特丹紀錄片影展 (International Documentary Festival Amsterdam , IDFA)	32
五、小結：電影院觀影經驗的重要性	35
附件一、海外藝遊分享會	36
附件二、英國 Independent Cinema Office , 把經營獨立電影院變簡單了！	37

一、計畫緣起與目標

我是一位愛看電影的人，相信電影帶來的力量與影響力，我希望能將我看到的電影與更多的人分享、交流，因此我從一位單純愛看電影的影迷，成為一位推廣電影的人。

過去這幾年，我以文字書寫電影，希望透過書寫，創造電影之外的另一個平台，拉近一般大眾與電影的距離。我在影展工作，做影展對我來說，是一種重新編輯、定位電影的藝術，一個讓電影作品、電影創作者、觀眾齊聚一堂的場域。我也從事影像教育工作，如何讓電影，成為像音樂課、美術課這樣的中學生美感教育之一，讓更多的青少年能夠有系統的認識電影可以怎麼看，能夠怎麼討論，而非單純只是消費式的視聽娛樂。從更廣闊的角度來看，如何在這個視覺氾濫的眼球世代，創造並培養出新一代的觀眾，是我在這幾年從事電影推廣的工作過程中，持續思考的問題。

感謝國藝會的海外藝遊計劃，我得以走訪歐洲三個國家五座城市裡的影像推廣機構或組織，分別是英國倫敦、北愛爾蘭貝爾法斯特、法國巴黎、荷蘭阿姆斯特丹和鹿特丹。我特地挑選不同屬性的機構：英國電影協會（BFI）、法國電影資料館（Cinémathèque française）、荷蘭國家電影博物館（Eye Filmmuseum）這類全國性的國家級電影中心，他們肩負著電影資產保存、國內外電影推廣、資源分配的旗艦型角色，同時他們也透過開放、公共的博物館展示空間，定期舉辦電影主題特展、放映、出版等相關推廣活動，讓大眾得以進到機構裡頭，接近電影這門藝術。

我也拜訪以城市為單位的電影推廣機構，相較於國家型的電影中心，這類的機構或組織沒有實體的公共空間可供民眾親近，但是他們透過串連不同的組織與單位，例如獨立電影院、學校，舉辦各種不同的電影放映活動，創造出大眾與電影更深入交流的場域。英國的獨立電影院聯盟（ICO），透過電影知識透明且公開的交流、電影社群的經營，以集體合作、知識共享的力量，幫助獨立電影院在商業院線環伺的情況下，得以生存下去並且與觀眾建立良好的關係。法國的 CIP，巴黎獨立電影院聯盟，串連大巴黎地區 28 間戲院，讓大眾得以享有比一般商業電影院更多元更豐富的節目與觀影體驗。荷蘭的 Cineville 則是另一種串連全荷蘭獨立電影院的模式，觀眾只要一張 Cineville 卡在手，以合理的月費，即可無限次數在合作的電影院看電影。

此外，我也參訪荷蘭兩個重要的影展，IDFA 阿姆斯特丹紀錄片影展和 IFFR 鹿特丹影展，這兩個影展除了於影展期間放映為數眾多的電影作品，邀集電影人與觀眾交流，舉辦市場展與創投，協助電影創作能夠更妥善的產出、被看見，他們也在影展期間和影展之外的時間，和地方學校合作，舉辦提供給青少年的電影放映活動，讓更多年輕人能夠進戲院感受電影的魅力，在一般好萊塢商業電影之餘，為年輕世代的觀眾開啟另一個更加多元、豐富的視野。

我藉由探訪這些機構、參與這些活動的過程中，觀察了電影推廣是如何在這些地方進行，深入了解機構與組織在推動上的實務層面，以及遭逢的瓶頸。我也在這過程中，思考著這些經驗，如何能作為台灣在電影推廣上的參照。絕不會是單純將國外的案例移植到台灣，因為我們清楚地知道，不同的社會文化脈絡會有不同的處境與限制，但這些其他國家積累的寶貴經驗，能夠有助於我們更加看清自己現在所處的階段，以及未來可以努力的方向。日後我將會持續藉由不同案例的書寫，將這過程我所獲得的經驗，介紹給更多有志於從事影像推廣的朋友們參考。

二、計畫期程

本計畫期程自 2019 年 10 月 2 日至 11 月 27 日，走訪歐洲三個國家：荷蘭、英國、法國在影像教育推廣和實踐上頗具成效的電影機構與組織，試圖了解這些單位實際的運作情況、影像識讀教育現場，包括合作的戲院、學校、影展現場，參與觀察其教育現場的實際情況，呈現出這些單位是如何讓影像教育成為可能。

三、個人簡介

謝以萱，長期從事電影推廣、策展與文字工作，相關評論、採訪文章散見各藝文媒體，為《紀工報》執行主編。有豐富的影展工作經驗，任職台北電影節節目團隊，曾任 2018 桃園電影節節目統籌、國家電影中心台灣國際紀錄片影展，並參與富邦文教基金會電影學校等相關影像推廣工作。

<https://hsiehih.com/>

ruby761116@gmail.com

四、計畫成果

(一)、法國電影資料館 (Cinémathèque française)

1936 年，亨利朗瓦 (Henri Langlois) 和洛特艾斯納 (Lotte H. Eisner) 創立了法國電影資料館 (Cinémathèque française)，旨在保存電影膠卷、海報、劇照、器材設備等各種與電影相關的文化資產。亨利朗瓦是世界上首位將電影視為一種需要成立機構來典藏、修復、映演的藝術，主張「全世界的電影、電影的整個世界」

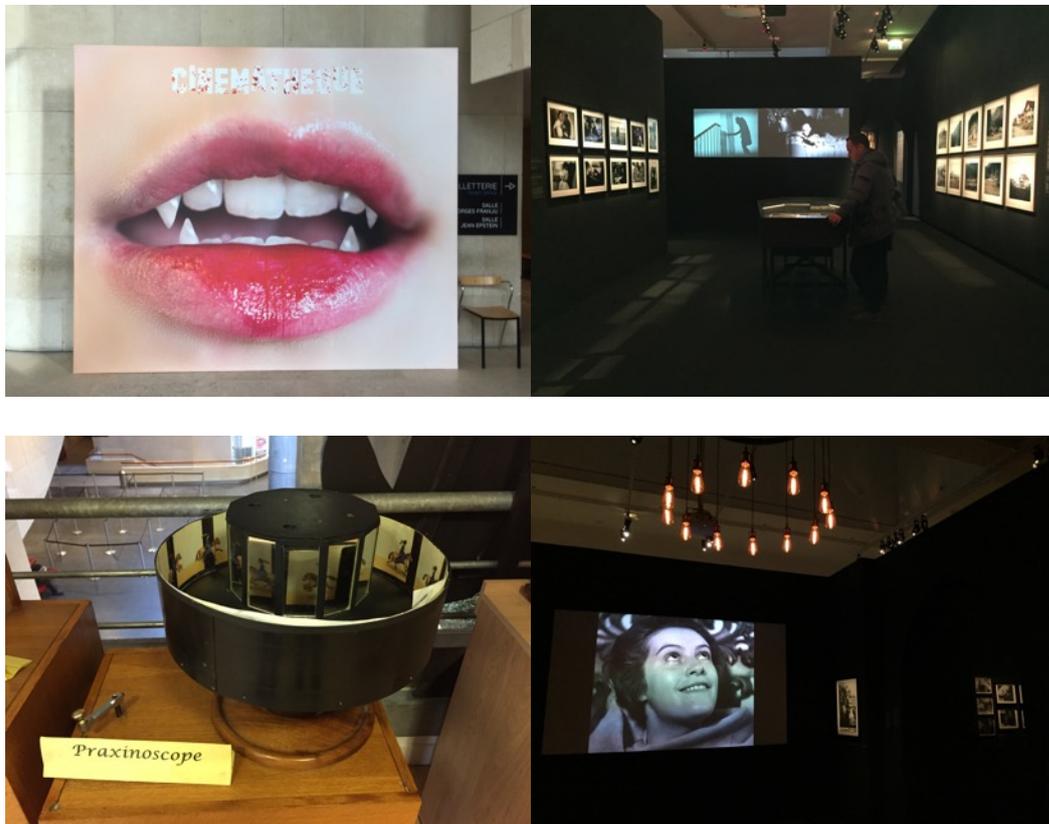


法國電影資料館，是世界上歷史最悠久的電影博物館之一。在二戰時期，包含法國在內的英、美、德四國的電影資料館在 1938 年共同成立「國際電影檔案館聯盟」(International Federation of Film Archives，簡稱 FIAF)：英國電影協會 (British Film Institute)、美國「現代藝術博物館」(Museum of Modern Art，MoMA) 的「電影圖書館」部門 (Film Library)，以及德國的「電影資料館」(Reichsfilmarchiv)，他們當時面臨的現況十分危急，因為戰爭，所以這些電影館以不同的組織架構各自運作，但是彼此間又相互結盟，搶救、交換及取得影片，開啟了國際結盟的模式，也間接促進各國電影博物館、檔案館的成立。

1970 年代開始，法國電影資料館多次搬遷轉換地點，從龐畢度中心的放映廳、東京宮、夏佑宮這幾個巴黎塞納河右岸的空間遷移，每段停留的時間或長或短。

直到 2005 年才遷移到目前的位置，由法蘭克蓋瑞（Frank O. Gehry）設計、1994 年落成的解構主義風格的建築物。

除了展示空間展覽電影史的常設展、特定主題的特展以外，法國電資館還有設備齊全的電影院，包括可放映 35 釐米膠卷的投影機，每天都有不同主題適合不同年齡層的电影放映，以及藏書豐富的圖書館，可供民眾使用。我當時參觀時，館內正展出吸血鬼電影特展《EXPOSITION VAMPIRES, DE DRACULA À BUFFY》，展間分成不同主題，從古典文學裡的吸血鬼形象談到不同時代的電影是如何再現與創造吸血鬼的形象，包括各種戲服、特殊造型、道具、海報、電影片段等，內容相當豐富有趣，展間的風格也營造出詭譎、神秘但同時又帶有吸血鬼式的貴族氣息，並且搭配特展，法國電影資料館也安排一系列吸血鬼電影主題放映。



法國電資館除了公開對外售票的放映活動以外，每日也有不同的影像教育推廣活動舉行，他們與法國當地的各級學校合作放映，搭配不同的學習需求，老師會將學生帶到電影博物館裡看電影，並且有專業的工作人員針對電影以及相關題材做導讀和討論。比如有一班時尚設計學院的服裝設計系學生，到法國電影資料館進行電影教育的課程，他們當天看得是古典好萊塢的電影，而電影資料館的工作人員除了在映前簡介古典好萊塢的電影史以外，更著重在當時電影的服裝設計，尤

其是如何在黑白電影的拍攝情況下，依然凸顯出服裝的質地與光澤。讓學生透過電影，一方面作為學科內課程的補充，一方面也讓學生更加認識電影作為一門專業的藝術和文化。



另外也有給小學生甚至是年紀更小的孩童電影放映，通常會是以動畫短片為主，動畫的風格不一，以無台詞的動畫居多。一場放映會一連放映四五部，一樣會安排有映前的導讀和映後討論，由電影資料館的工作人員主持，以引導孩童的方式讓他們發表自己看到的情節和內容。

而同樣是國家級的電影資料館，荷蘭的國家電影博物館（Eye Filmmuseum）則採取不太一樣的路徑。他們相較於歷史比較悠久的法國電影資料館，荷蘭的 Eye 電影博物館則更加積極廣納視覺領域和一般大眾，而這努力特別展現在建築空間設計與展覽方向上。

（二）、荷蘭國家電影博物館（Eye Filmmuseum）

荷蘭國家電影博物館（Eye Filmmuseum），於 1952 年成立，其前身是荷蘭歷史電影檔案局（Dutch Historical Film Archive）成立於 1946 年，經過幾次的組織改造與搬遷，2010 年時，Eye 整合了過往負責荷蘭電影推廣的 Holland Film、推廣與發行非主流、實驗電影的組織 Filmbank、負責荷蘭電影教育的 Dutch Institute

for Filmeducation，以及電影資料館 Filmmuseum 成為現在的荷蘭國家電影博物館。



現在的荷蘭國家電影博物館建築是在 2012 年落成，位於阿姆斯特丹北岸的現址，由奧地利的建築事務所 **Delugan Meissl Associated Architects** 設計，建築體充分展現電影的動態、流線感，當年由荷蘭皇后碧翠絲開幕揭碑。作為「電影藝術的家」，不僅身兼電影文化資產的保存、研究工作，也具備展示、放映、教育、推廣等功能，新的建築配備有四間電影放映廳，一間最大的有 315 個座位數，兩間中型的有 130 個座位，一間小型的有 67 個座位，除了寬敞的展示空間外，還有電影商品出版品的專賣店，以及供各種活動、會議舉辦的空間，和咖啡廳、餐廳等交誼空間。

特別的是，荷蘭國家電影博物館的交誼空間非常寬敞明亮，許多民眾假日便會在館內的餐廳與咖啡廳用餐、聊天，因為面向河岸，有非常好的採光與景觀，有許多民眾甚至會在館內待上一整天。荷蘭國家電影博物館的策略是，廣納大眾，即便你不是來博物館裡看電影、看展覽，也沒關係，空間是開放的，只要你進來就有機會在這裡找到你喜歡的事物。而且餐廳和咖啡廳的營收，也有效地成為荷蘭國家電影博物館的自營收入。



Collection 典藏

Education 教育

Presentation 展示、映演

Promotion 推廣

以上四項為荷蘭國家電影博物館的運作核心。

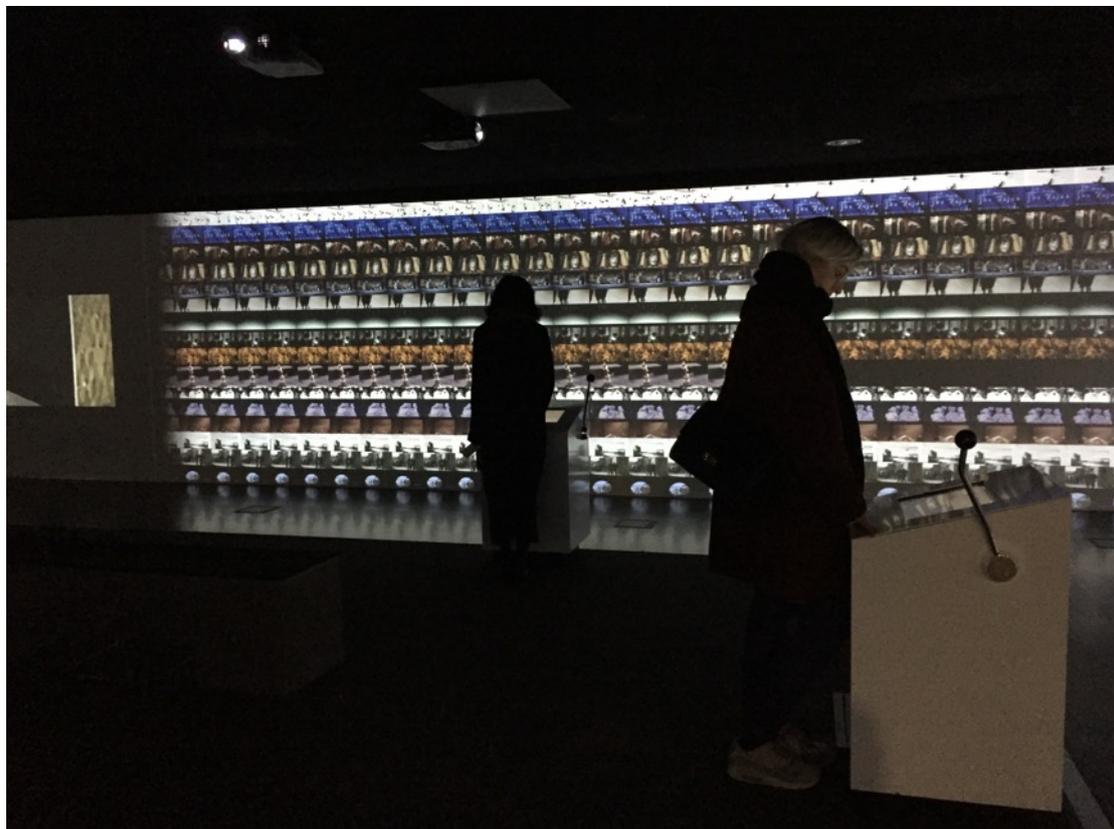
荷蘭國家電影博物館庫房（Eye Collectiecentrum）和 Eye Study 館藏圖書資料室
荷蘭國家電影博物館除了主要的展館以外，距離主展館不遠處有另一棟建築 Eye Collectiecentrum，這是荷蘭國家電影博物館的庫房，裡面收藏有大量的電影文化資產。有專業的技師、研究人員、修復人員在保存、修復、研究電影資產。在 Eye Collectiecentrum 裡，還設有 Eye Study 館藏圖書資料室，裡面有大量的電影相關資料（書面與影像），各式期刊、雜誌、書籍、海報、劇照等檔案，可供民眾研究與閱讀用，部分可供外借，讓電影院等放映單位展映。它所收藏的珍貴膠卷、珍貴影像資料，也陸續經過數位掃描，免費公開在網站上供大眾觀看。網站上也有線上資料庫可供查找、檢索。圖書室內有閱讀、工作空間可供使用，是推廣、研究荷蘭電影文化的重鎮。

此外，荷蘭國家電影博物館在規劃電影展覽的面向上，也與一般相對傳統的電影

博物館不同，他們另外設置了 Eye Art & Film Prize，將當代藝術領域的視覺創作亦納入其中，不一定是電影，錄像和 VR 也是荷蘭國家電影博物館極力推廣的面向。

從 2015 年開始，Eye 每年會選拔出一位影像創作者（可能是電影或者當代藝術領域）頒發 Eye Art & Film Prize，得獎者可獲得荷蘭國家電影博物館和 Paddy and Joan Leigh Fermor Arts Fund 共同頒發的獎金 25,000 歐元，並且隔年將會在 Eye 舉辦其個展，歷年得獎者為：比利時籍墨西哥裔藝術家 Francis Alÿs（2018）、中國電影導演王兵（2017）、英國電影導演 Ben Rivers（2016），以及德國藝術家 Hito Steyerl（2015），而今年（2019）則是摩洛哥藝術家 Meriem Bennani。此獎項旨在鼓勵藝術家或電影創作者其創作得以探索、突破電影和藝術的分界，展示出卓越的概念、想像力與藝術創作力。

電影是藝術，電影是娛樂，電影是文化資產，而且電影也是一種溝通的工具（Film as art, film and entertainment, film as cultural heritage, and film as a communication tool），這是荷蘭國家電影博物館的核心精神。



在電影教育的面向，其教育部門共有部門主管一名、兩名資深教育專員、三名教育專員（分別負責小學、國中、高中，以及博物館教育和電影專業教育）、兩位專員負責親子和青少年教育活動規劃、四個專員負責各種教育活動的溝通協調，另外有六位跨領域背景年輕人和社群行銷團隊協助對外聯繫，包含與 75 位教師與作者群們共同開發電影教育教材。他們負責荷蘭國家電影博物館的推廣教育工作，以及負責電影教育的全國性統籌協調，並參與國際交流。



電影教育課程依照不同年紀和程度分成三大類：小學、中學和高中以上（原則上中學和高中以上的體驗課程是差不多的）

給小學的課程包含：

1. 電影的魔法 movie magic

在這工作坊中，孩童可以探索並發現如何使靜止的圖像「動」起來，以及拍攝電影所需的其他一切。透過有趣、遊戲的方式發現電影的奧秘。過程中孩童們會以小組形式工作，透過定格電影以及他們自己製作的無聲電影，藉由親手製作、討論的過程，並讓孩子把自己製作的「魔術圓盤」(magic disk)帶回家與家人和朋友們分享。而這個活動的要求，會希望參與的團體至少每五個孩子就有一位成人陪伴參與。

2. 停格動畫 stop-motion studio

工作坊幫助孩子將想表達的想法透過聲音和動態的影像傳遞。讓他們意識到電影是經由許多單格的畫面組成的，當那些單格的畫面快速變換時，就會產生影像「動」起來的視覺感受。在這兩小時的課程中，孩子將會自己動手製作，運用色紙和燈箱，組合成一幅一幅畫面，再一一接在一起。

3. 電影妝髮 movie make-up

給孩子的電影化妝課。教孩子電影裡的傷口、瘀青等特殊妝容是如何做出來的。

4. 聲音工作坊 Soundtrack Studio workshop (ages 8 to 12)

帶領孩子一起感受電影片段裡的音樂和聲響，討論電影中的影像和聲音是如何彼此強化或者形成某種故事敘事上的反差，並且帶領他們嘗試創造自己的影像搭配音樂（聲響），藉由手邊輕易可取得的物件來製造聲響，例如塑膠袋、梳子、瓶罐等。

給中學和高中以上的課程通常會依照不同班級的需求，結合學科內的語言、歷史、公民與社會學科等課程。



1. 認識電影 discover cinema

在 Eye 的 Panorama 展間進行，這是一個幫助大眾認識館藏電影、電影材質、電影史與原理的展間，在此課程中，學生會透過荷蘭國家電影博物館的館藏認識電影的原理、各式底片、數位電影拍攝技術例如「綠幕」是如何運作等。

2. 再現電影檔案 history repeats

參與的學生運用荷蘭國家電影博物館館藏的電影檔案資料作為靈感，創作自己的電影。首先會讓學生們觀看電影片段以從中吸收相關靈感和概念，接著會讓他們認識電影創作的幾個要素，包括劇本、攝影、剪接等，最後則是完成一部短片。

3. 動畫製作體驗 animation sensation

透過荷蘭國家電影博物館的館藏，學習動畫的原理。學生們自行拍攝 200 張照片，並運用這些照片製作成不同的活動影像片段，藉由這過程體驗電影「動」起來的原理。

4. 館內展覽導覽 guided tour exhibition

由館員帶領，參觀目前在館內展出的特展。

5. 自己動手拍電影 making a short film

在學生認識了電影的原理與製作後，透過兩小時的課程，此課程將由電影創作者帶領學生們製作出自己的短片。在討論過故事大綱、角色之後，分組進行拍攝，有人負責演出，有人負責拍攝，有人負責聲音的部分，最後再剪接成一支短片。

以上都是在館內進行的電影教育課程。另外還有預約制的工作坊，荷蘭國家電影博物館會派員到學校舉辦，另外還有戶外的拍片工作坊，以十週的時間，每週一次聚會，參與的孩童會一起拍攝自己的電影。

對荷蘭政府而言，給青少年和孩童的影像視覺教育已經是重要的事情，因此在文化、教育預算上，都會提供給視覺教育經費。目前也積極地與各種技術和數位平台合作，讓學校老師可以直接透過教室裡的螢幕使用電影相關的教材。並且透過影展的資源，利用影展期間，老師們應邀參加了有關電影和媒體教育的特別課程。鼓勵老師們在課堂上帶學生拍攝電影，課程包含六個電影核心概念：劇本、攝影、

美術、表演、剪輯和聲音，老師們學習關鍵的電影觀看方法的實務操作的培訓。荷蘭國家電影博物館會提供具體的示範和教材，供老師們直接在學校使用，此外也有許多網路教學影片，可供老師自主學習

（三）、Cineville（荷蘭）

Cineville 是荷蘭境內規模最大的獨立戲院聯合行銷組織，行銷風格非常年輕，主打年輕觀眾。



運作機制：採觀眾會員制。Cineville 負責串連荷蘭境內的獨立電影院，共同行銷。觀眾會員只要每個月繳交 21 歐元（約台幣 700 左右）就可以免費、無限次在合作的電影院看電影（而學生只要 17 歐元）。目前全荷蘭參與的電影院已有 44 家，分布在 19 座城市，總會員數

有 45000 人，其中有 2 萬人集中在阿姆斯特丹地區，這些會員為荷蘭電影院貢獻了 10 萬人次的觀影人次，從 2009 年創立至今，已經累積了 450 萬的觀影人次。非常有效地增加並維持了人們到電影院看電影的數量。

而對電影院而言，Cineville 提供了行銷資源，提供會員卡（Cineville Pass），讓觀眾可以在合作的會員電影院使用，伴隨著這張卡與購票服務，Cineville 也提供相關客服，包括網站、app 的營運，內容的產出（電影相關的電子報、專欄、訪談等），這些對小規模的電影院來說是運作門檻較高的，如果他們要獨立運作這些事情的話。以及舉辦大型的宣傳活動，以吸引更多的觀眾來參與。

創辦人 Thomas Hosman 當時成立 Cineville 才 23 歲，他在阿姆斯特丹一家獨立電影院工作，因為有感於當時看電影的年輕人口很少，所以和朋友提了這個創業計畫。想不到第一年就非常成功，有 13 間戲院在阿姆斯特丹的獨立電影院加入；三年半後，合作戲院拓展到鹿特丹（2012），2014 年新增了四座城市，合作戲院來到了 34 間，持卡人數 12500 人。之後就一直穩定成長，合作的都市和電影院逐漸增加。而 Cineville 做的研究調查也顯示，確實這個制度也有效地增加人們到電影院看電影的次數。自 2009 年創立以來到 2012 年，會員卡持有者到

電影院的次數相較於沒有加入會員之前要多了一倍；且持 Cineville 會員卡觀影的人次，佔阿姆斯特丹獨立電影院觀影人次的 30%。

透過將獨立電影院收納到 Cineville 這樣的一個品牌之下，整合行銷資源、會員、資訊平台，分擔掉對獨立電影院來說很難比拼過其他商業電影院的行銷負擔。創造對觀眾、對電影院而言雙贏的狀態。由於其年輕的行銷風格，有效地為觀眾年齡層逐漸老化的荷蘭獨立電影院注入年輕的力量。目前 Cineville 會員的年齡層以 35 歲以下居多。

資料、資源的共享，是 Cineville 最重要的理念。因為對獨立電影院、發行商來說，很難跟連鎖的電影院或美國發行商競爭，再加上近幾年荷蘭也很流行線上串流平台 Netflix、Amazon，現在又有了迪士尼，他們都是很有資源的跨國大公司，Cineville 想的不是要贏他們，而是要能夠團結起來才有機會與他們平起平坐，這是任何抱持著獨立精神的電影院唯一可能突圍的方式。

(四)、巴黎獨立電影院聯盟（法國，Cinema independent parisien）

巴黎獨立電影院聯盟（Cinema independent parisien，簡稱 CIP）是串連大巴黎 13 個街區共 28 間獨立電影院的組織。



28
SALLES
DANS
13
ARRONDISSEMENTS
DE PARIS

Luminor Hôtel de Ville 04e • Ciné Carte	Max Linder Panorama 09e • Ciné Carte
Reffet Médicis 05e • Ciné Carte	Louxor 10e
Grand Action 05e • Ciné Carte	L'Archipel 10e • Ciné Carte
Studio des Ursulines 05e • Ciné Carte	Le Brady 10e • Ciné Carte
Studio Galande 05e • Ciné Carte	Majestic Bastille 11e • Ciné Carte
Cinéma du Panthéon 05e • Ciné Carte	L'Escurial 13e • Ciné Carte
Epée de Bois 05e • Ciné Carte	7 Parnassiens 14e
Christine Cinéma Club 06e	Chaplin - Denfert 14e • Ciné Carte
Lucernaire 06e • Ciné Carte	L'Entrepot 14e • Ciné Carte
L'Arlequin 06e • Ciné Carte	Chaplin - Saint-Lambert 15e • Ciné Carte
Les 3 Luxembourg 06e • Ciné Carte	Majestic Passy 16e • Ciné Carte
Nouvel Odéon 06e • Ciné Carte	Club de l'Étoile 17e • Ciné Carte
Beau Regard 06e • Ciné Carte	Cinéma des Cinéastes 17e • Ciné Carte
Le Balzac 08e • Ciné Carte	Cinéma Studio 28 18e

CIP 是資金來源是公部門的民間組織，成立的宗旨是培養年輕觀眾的電影觀影習慣與教育。1992 年，發現年輕人很少去看電影，於是CIP決定走向年輕人、走向學校，讓他們發現電影。當時結合一些電影院，希望向學校介紹電影。除了電影，也捍衛獨立製作的電影、藝術電影。

首先，CIP跟巴黎市政府、法國國家電影中心(CNC)還有法國各學區負責人合作，舉辦教師們的電影相關訓練，因為老師是讓學生了解電影的關鍵傳遞者。CIP 一開始就了解必須透過老師傳承電影知識與經驗，逐漸擴及巴黎地區其他的電影院。後來有了公共資金，CIP也希望讓各地更多的年輕人學習怎麼看電影。電影院可以跟各學區的學校合作，進行教學。

CIP合作的電影院之座位數共有 11000 個座位，每年大概有11萬人次參與CIP規劃的各式電影教育活動，有工作坊、電影放映、講座、訓練課程等，會討論影像分析、影評寫作，也有實務的創作工作坊，告訴學生如何拍電影。放映的部分約 400場，每場大概是100個學生，放映之後有一些討論，現場會有教育推廣人員。



CIP的電影教育主要有兩大類，一個是跟法國國家電影中心（CNC）合作的影像教育，另外是CIP原創的影像教育計劃。法國國家電影中心每年會買下約70-80部左右各類型電影的版權，可以在CIP合作的電影院播放，而這些電影的挑選是由20幾個電影專家所組成的推薦片單，再交由老師們自由參考挑選，然後由老師帶學生進到CIP合作的電影院觀看電影，CIP會安排專業人員做映前導讀，映後討論，引導學生觀看電影。

另外，CIP也會舉辦教師研習訓練，讓老師們知道如何帶學生看電影後進行討論和分析。讓學生知道如何去閱讀影像，去認識電影，必須讓學生進到電影院面對大銀幕，真實地體驗電影。同時透過這體驗過程，讓年輕人知道，看電影是一件很棒的事情，除了好萊塢電影之外，還有許多他們平常沒有接觸到、不會感興趣的電影存在。CIP的電影教育票價是 2.5 歐元（全票是10歐元）。

教師培訓的部分，費用由國家負擔，課程中會跟老師們一起討論電影中的音樂和剪接等概念，幫助他們可以獨立向學生介紹這些電影。主持培訓都是專業電影從業人員、研究人員、電影技術人員等，讓教師真正體驗到電影真實的面貌。

在法國，電影並不是一個學校科目，只有部分的高中有電影班，每個星期有三到五小時是電影選修課，學生可以選修這樣的課，之後成為電影從業人員，會有許多電影從業人員到這些學校進行推廣，跟學生一起拍電影，也教他們如何成為一個深度的電影觀賞者。

另外，CIP 也有自己的會員卡，這是給一般大眾的，會員票價 4 歐元，也比全票要便宜。給會員的放映場次會特別安排映後討論，可以幫助大家更認識電影。

（五）、英國獨立電影院聯盟（Independent Cinema Office，ICO）

ICO 是全英國最大的獨立電影院聯盟，是個知識、資源共享的社群網絡。成立於 2003年，起初是英國電影委員會（UK Film Council，於2011年撤除，其相關業務分散至其他單位）轄下區域媒體中介機構的一部分，因著英國藝文活動的資助結構轉變，許多區域電影院、電影推廣社群不符合藝文補助條件的法律身份認定，即便政策想鼓勵獨立電影院的經營，但當時卻沒有任何可統籌相關資源、具有公信力的機構主責運作。看到當時電影產業環境之空缺，ICO於2005年獨立

出來，試圖銜接起公共機構和民間機構之間的溝通管道。

在英國電影協會（BFI）的支持下，ICO與其電影觀眾開發的核心計畫（the Film Audience Network，FAN）形成拓展英國電影觀影環境的策略夥伴，負責為全英國境內的獨立電影院／放映空間，提供各式專業的資源。目的在於透過專業的內容服務，降低獨立電影院經營者的營運門檻，以鼓勵獨立電影院的存在，維持電影文化的多樣性——包括內容與實質營運上的，例如協助節目規劃、提供放映所需之電影資源、經費補助、發行獨立電影、針對經營者所需提供教育訓練，包含電影策展訓練、市場行銷、發行等，甚至針對不同的獨立電影院需求，提供一對一的諮詢服務。



相較於台灣，英國獨立電影院算是相當蓬勃發展，根據統計，目前英國境內有超過500間獨立電影院，包含電影放映社群和電影節，然而這除了歸功英國有深厚的電影產業傳統以外，ICO在其間的努力也不容小覷。2003年成立以來，ICO從一開始只有三人的團隊，拓展至今已有16名正職工作人員，策劃了超過27000部電影的放映，為來自650個組織共超過1500名從業人員提供專業訓練，並發行了300多部電影，總觀影人次超過650萬，緊密合作的獨立電影院夥伴遍及全英國，目前共有25間。其中合作最久的，是位於布里斯托爾（Bristol）的Watershed，這座

被視為英國最具活力之在地文化據點的電影院，於ICO草創時期就開始合作，至今長達15年，共同經歷了電影觀影環境的各階段轉變。

十幾年前，獨立電影院一邊要面對家用播映設備例如錄影帶、DVD的普及，一邊面對商業連鎖戲院來勢洶洶的擴張，經營者必須思考如何提升電影院的硬體和放映設備，好讓觀眾體驗良好的聲光效果；不到幾年間，線上串流平台迅速崛起，挾帶大量的資金和內容而來，迅速改變人們的觀影習慣，在電影院看電影對年輕世代已不那麼具吸引力，甚至只有看漫威系列等好萊塢電影時才會進電影院。ICO和獨立電影院的思考重心，便轉為該如何提供觀眾獨一無二的觀影經驗，除了影廳內柔軟舒服的座椅，影廳外令人流連忘返的交誼空間以外，電影院販售的飲料、餐點，也成為獨立電影院用心經營的特色，更重要的是，節目內容的特殊性——僅此一家，絕無僅有，皆是獨立電影院樹立風格的關鍵。

ICO團隊會針對獨立電影院的需求，協助分析當地觀眾的屬性，從裝潢風格、行銷策略、觀眾開發到節目內容策劃，提供電影院經營者專業的建議，以降低在經營獨立電影院時可能遇到的各種技術與知識門檻，幫助經營者找到適合的營運方針。比如針對節目內容，ICO的專業電影策展人會與電影院經營者共同討論，協助提供片單、影片素材與資源，提供相關座談的規劃建議；由於ICO豐富的業界經驗，擁有廣大的電影產業人脈，因此能夠針對不同個案提供可行方案。最近，ICO正與五間獨立電影院展開新的合作，他們的共同處境是都被商業電影院包圍，處境艱困，必須要一起找到可經營下去的市場定位。

打造一個資源、知識共享的平台，降低經營電影院、電影放映社團的門檻

相較於商業連鎖電影院的同一性與以總部為中心的經營模式，ICO與獨立電影院之間的關係，更重視社群經營和資料開放，彼此是朝著相似理念一同探索的夥伴關係，而這在網路科技愈發方便的當代，反而是獨立電影院的優勢——它讓有著共同理念的人們相信，無論團隊的規模大小、資金多寡，只要對電影有熱情，都有能力和機會經營自己的電影院。



Screening Day，是 ICO 舉辦的重要活動，是作為串連電影同業、推廣電影文化的場合。每一年 ICO 會跟不同的獨立電影院合作，舉辦不同主題的放映，讓電影院的工作人員一起來看電影，讓他們在體驗的過程中，共同思考如何讓自己的電影院更好。主題包含給年輕觀眾的Screening Day、老電影Screening Day。

ICO 很重要的一個服務是：提供獨立電影院從業者關於經營一家電影院，從節目規劃、場地空間規劃、技術規劃、票價、行銷等各方面的諮詢服務。一年平均為 1250 個提問解惑，其中詢問比例最高的是關於「社區型的電影院該放映什麼樣的電影？」有 21% 的問題是關於節目規劃的問題；其次是關於「如何開始經營一間電影院？」有 19% 是關於電影院空間規劃和經營的提問；第三則是關於「如何取得各種授權、執照」的問題，有 17%。

（六）、英國電影協會（British Film Institute，BFI）

‘Literacy is not just about the written word’，這是 BFI 推動電影教育的核心精神。電影在英國已作為增進孩子識讀與理解能力的極佳素材。經過試驗顯示，將電影引入教學，可以有效地增進學生們的書寫與思考能力。

BFI 認為，學習動態影像（電影）應被視為所有兒童的基本權利。這意味著將以嶄新的方式看待學童的識讀能力的建立。識讀能力是獲取知識、理解和學習技能的主要來源，讓年輕世代得以參與社會文化和政治生活。隨著科技與媒介的改變，傳統意義上的「讀」與「寫」的能力，很可能要擴大至「識讀影音」和「輸入」，因為我們對世界的理解早就是透過動態影像的方式勝過閱讀書面文字。因此培養年輕世代的影像識讀能力，是面對當代資訊與知識之傳遞和溝通方式的當務之急。

BFI 從 1999 年開始意識到電影教育對建立年輕世代識讀能力的重要性，經過多年推動已有頗豐碩的成果，從 2005 年起，有許多地方縣市政府亦加入推動影像教育的行列，特別是培訓教育工作者影像訓練課程，幫助許多教育工作者認識如何運用電影至課堂學習中。某些大學的影視相關科系，也協助開設訓練教育工作者的課程。

然而，中學教育體系在課程規劃上的限制，也是目前英國在推動青少年電影教育上的困難，「學校課程的單一與失去彈性」，是許多教師的心聲。如何讓電影教育能夠更為廣泛推廣，並且進入正規的教育體制內，獲得更加穩定的來自教育部門的經費，是未來需持續努力的目標。至少目前為止，教育工作者們已經意識到電影作為一種引導學生學習的素材與媒介，是有其顯著的效益的，電影的使用使學生們可以透過一種讓他們感到舒適並願意親近、嘗試的媒介學習新事物，激發學習的動力是重要的，如此才得以進行更高層次的思考訓練，並將其從電影而來的刺激與獲得，轉化為閱讀和寫作能力，為年輕世代形塑了解其周圍豐富的世界所需的工具。

在 BFI 的電影教育架構下，希望電影可以成為年輕世代理解、創造、探索世界的啟發點，讓他們對於學習新事物感到興趣，並得以延續到他們未來的生活中。其中包含三個主要的目標能力：創造力（creative）、批判力（critical）、文化感受力（cultural），而這三個目標能力希望培養年輕世代的自我實踐（personal

development）、公民素養（civil responsibility）、謀生能力（employability）。

電影教育的重要性在於，電影具有影響我們看待和理解世界之方式的力量。電影這種影音媒體，可以操縱、反映並引導我們體驗各種各樣的情感，它可以使我們忘記外面的世界，可以帶領我們進入新世界，也可以挑戰我們思考我們所生活的世界。電影創作者透過不同鏡頭、構圖、音樂、故事元素、角色的建構，將故事與意念再現。觀眾觀看電影時，其實正與電影進行對話，反過來從電影創作者的角度來看，創作者在製作電影時，也思考著如何透過電影的建構與觀看者對話。因此，電影作為一種影音文本，可以幫助年輕世代透過此一媒介來體驗與思考世界。



在教學實踐上，為要達到電影作為讓年輕世代增進：創造力、批判力和文化感受力的目標，必須讓學生們在看完電影之後，勇於提問，針對電影的敘事和角色提問，讓他們充分表述自己透過電影看到了什麼；而在創造力的激發上，應著重讓學生親自操作，透過理解電影的原理後，讓他們練習如何透過電影的形式表達自己的想法。

同時，也提醒運用電影在教學上的教育工作者，必須意識到電影是一種關於時間

和空間的藝術表現媒介；電影是一種溝通意念與情感的媒介，而其溝通之所以建立，乃是仰賴在電影的語言上，包含攝影機的運動、鏡頭、聲音、對白、角色塑造等。另外很重要的一點，乃是觀影的環境扮演著關鍵性的角色。當然對一般學校的教育者而言，通常會帶領學生在教室看電影，但是讓學生進到電影院體驗電影這門藝術，亦是非常重要的事情。電影，乃是一種為電影院這種觀影環境而存在的藝術形式，在電影院看電影，能感受到最細緻的電影藝術表現。而前往電影院觀影，亦能夠藉機傳遞學生到公共場所參與文化活動的禮儀與素養。不同的觀影環境，很可能會引發出截然不同的觀影感受與經驗，也會關鍵性的影響年輕世代對於電影的觀感。

此外，電影也是訓練年輕世代參與群體活動和群體合作的極佳方式。比如小組共同拍片，透過一起拍片的過程可以培養學生在團隊合作、溝通與表達的能力；而在個人性格的形塑上，練習表達自己看完電影的意見，也是一種形塑個人觀點、表述能力的很好練習。

在電影文化資產的保存與教育面向，透過讓年輕世代認識與接觸早期電影的機械與原理，可激發他們對於科技史、物質之演變的興趣，而這些變化的過程也牽涉到一個社會的政治經濟文化史，電影是與人類的生活息息相關的。

(七)、Into Film (英國)



Into Film 作為與 BFI 在推動電影教育的重要合作夥伴，成立於 2013 年，是個以電影／影像教育為宗旨的非營利機構，旨在支持教師和教育工作者讓他們能夠更容易、有效地使用電影於年輕世代（5-19歲）的教學現場。由於多數教師並沒有機會接受充分的電影教學訓練，所以 Into Film 的任務就是盡可能地製作公開的電影教學資源，免費提供給有志以電影融入教學的教育工作者。提供包括電影社團的支持網絡、電影教學資源提供、電影相關知識培訓。並每年舉辦 Into Film 影展，在英國境內巡迴放映。其經費來源主要是英國電影協會（British Film Institute, BFI）從國家發行之樂透彩券的收入而來（National Lottery），以及其他私人贊助基金。

BFI為培育下一代的電影創作人才與電影觀眾，從國家樂透彩券基金中投注了9.6億台幣（2400萬英鎊）作為五年培育計畫的資金（2017-2022），目的是透過學習和欣賞電影來保護和增加未來的電影觀眾，並激發新一代的電影創作人才。

在 Into Film 的網站上有各種可搭配不同電影的教材學習單或短片可供教師於課堂上使用，他們的資料庫建立得很完善，影片都會按照不同主題、適合之年齡層分類，以《冰雪奇緣》為例，教材上會建議老師帶領同學們討論：有沒有聽過安徒生童話（《冰雪奇緣》及改編自安徒生的原著）或其他改編自安徒生童話的電影？藉此可以帶到文學的題材。另外，帶領學生討論電影中的角色設定也是很重要的面向，包括為什麼Elsa要學習練習控制她的魔法？國王和皇后透過什麼方式協助Elsa控制自己的力量？你對於Elsa採取控制力量的方式（戴上手套、躲避不見人）有什麼想法？並且也會挑出一些片段，讓學生針對某些情節做討論。例如，你認為Elsa為什麼要逃離她的王國？當她逃離她的王國時，你觀察到村民們有什麼反應？你覺得這段情節在視覺和音樂的呈現給你什麼樣的感覺？特別還提到《冰雪奇緣》廣受大眾喜愛的「神曲」〈Let it Go〉，讓學生分享他們最喜歡的歌曲，並聊聊〈Let it Go〉這首歌帶給他們的感覺，以及這首歌反應了Elsa什麼樣的心境？另外還討論了Anna的角色，她在電影中「為愛犧牲」的舉止，請學生們分享他們的看法，並請他們聊聊在電影中他們觀察到的不同種類的愛；而這些愛的行為，跟他們之前看的電影有沒有什麼樣的差異？

另外，這教材也會設定一些可讓學生帶回家準備的功課，例如寫下他們看完這部電影的心得，並可以上傳到 Into Film 網站上與更多人討論，而 Into Film 也會安排專業的工作人員，針對學生的心得作出回應。此外，此教材也規劃有不同表現

形式的討論與作業，比如請學生畫出自己心目中的雪人，和電影中的 Olaf 有什麼不同？並聊聊你畫的雪人有什麼個人特質，他可能會有什麼其他的夥伴？

教材目的原則是幫助學生藉由觀看這部電影之後，電影題材作為討論的引子，從劇情、人物設定、美學等層面，融合入課堂上的文學、語言學習、美術、社會人文學科等，更關鍵的是讓學生在過程中練習表達自己意見的能力，以及聆聽他人想法的態度。

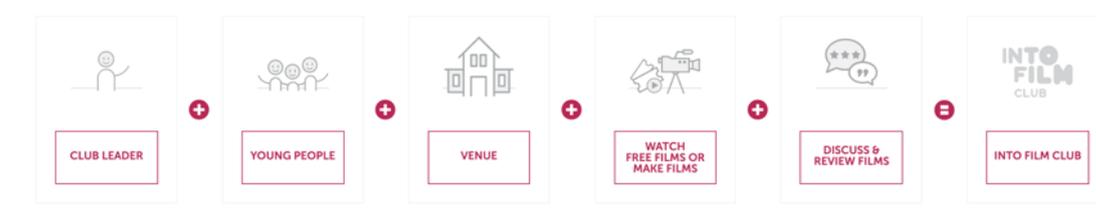
另外也會搭配特殊的節日，推出某些特定主題影片的教學資源，例如聖誕節時就推出了《冰雪奇緣》的電影字謎遊戲，讓教育工作者可以帶領學生一起寓教於樂。

Into Film 亦會與電影發行商合作，在電影尚未上映前，即在網站上釋出消息，包括影片介紹、可以連結的課程議題，以《007：空降危機》導演 Sam Mendes 的新作戰爭歷史片《1917》為例，這是一部關於兩名年輕士兵如何一起共患難，完成任務的故事，時代背景牽涉到當時一戰歐陸的歷史。而 Into Film 將這部電影分類到「Bravery and Brotherhood」單元中，適合老師運用到 15 歲以上學生的英語寫作與歷史課程中，特別是讓學生從這部電影呈現的世代背景，發想作文創作。與片商的合作上，Into Film 也提供教師們帶學生參加特映的機會。

影片的免費教學資源，除了可供學生討論與思考用的學習單以外，還有供教師於課堂上使用的簡報，power point 檔案，教師可視自行需求再行編修使用。

Into Film Clubs

What makes an Into Film Club?



只要有一個發起人，和一群愛好電影的年輕人（可能是學校班級、社區的青少年中心，只要有一群 5-19 歲的孩童和青少年即可），以及一個放電影並討論電影的地點，無論是什麼身份，皆可以成立自己的 Into Film Clubs。而 Into Film 會協

助提供各種運作這個電影社群的電影教育資源。Into Film 鼓勵所有有心自主組織電影放映團體的社群，為了讓民間自行組織的電影社團有充分的資源，Into Film 網站上提供了免費的 DVD 借用服務，凡是在 Into Film 網站上註冊成功，且有在運作的電影社團，皆可以參考 Into Film 規劃的片單，自行安排放映，約有 3000 多部電影，分成各式不同的主題片單，例如聖誕節便推出了聖誕節片單，還有關注蘇格蘭地區的片單、威爾斯片單，可以因應不同的觀影主題。從網站上點選想要借用的影片後，Into Film 即會將 DVD 寄送到家裡，一次可以使用六個星期，使用完畢後再透過免費的回郵寄回給 Into Film。

根據英國的法律，若是教室內的教學使用，可以不用另外申請放映執照，但若是教學以外的放映，無論是在社區中心、青年中心，即便是公開放映自己購買的 DVD 都需要申請映演執照，但若是 Into Film 的電影社團，則不需要另外申請，Into Film 已經處理好映演執照的問題。

目前 Into Film 協助全英國共 12,000 個電影社團運作，每年有100萬左右的年輕世代使用 Into Film 的資源接觸電影。他們也鼓勵各個電影放映場地與學校、青少年們合作，針對放映場地的部分，Into Film 也提出許多實用的建議，包括要充分認識自己的觀眾（學校），通常小學生是比較容易透過校外教學類的活動把學生帶到電影院看電影，中學和高中生就會比較需要奠基在與課程高度相關的電影或者社團活動，才比較有機會。而安排給老師們的試映活動是重要的，如果試映效果不錯的話，就有機會讓老師們有意願帶學生們來看電影。

針對「如何開始經營一個電影社團？」，Into Film 提出以下經驗教學：

1. 初次登場要華麗

確保社團的第一次放映是新鮮而令人興奮的。比如新發行的電影，有話題性的電影，就會是吸引年輕人參與的最佳選擇。

2. 要能行銷自己

就像電影發行商一樣，可以為電影社團的放映製作一些宣傳海報。以吸引年輕人。也可嘗試發送活動訊息、電子郵件，將放映資訊和海報一起寄送給學校的老師們或各個社區組織，請他們協助宣傳轉發。或者，也可以設計自己的「報名誘因」，例如贈送免費的電影社團徽章、吸引人的小電影海報。

3. 資源整合並常保新鮮

不要跟現有的其他活動撞期，要觀察一下目標年輕人們的行為模式，摸索出對他們來說最容易參加的時間舉辦。並且盡可能讓每一次的放映主題都吸引人。

4. 自主、民主地運作

若要讓每一次放映主題都吸引人，很關鍵的必須要讓參與的年輕人們有認同感，並且讓他們感覺到這是他們自己的電影社團，他們是可以決定事情、參與討論的。比如讓他們共同決定想看的影片，進行票選，安排希望的活動形式等，也可以安排客座選片人，讓大家輪流規劃放映。

5. 緊密聯繫，並享受它

與社團成員和 **Into Film** 保持緊密聯繫，以確保能獲得最即時最有效的反饋。最關鍵的，乃是要享受經營電影社團的過程，唯有如此，才能夠吸引並打動更多的人參與。

不只是提供影片放映資源，**Into Film** 更提供電影知識的培訓，有不同時間長度、主題的訓練課程，包括如何讓學生透過動態影像學習、如何在課堂上運用短片；以「如何讓學生透過動態影像學習」為例，**Into Film** 和倫敦的泰德美術館合作，開發「從靜態影像到動態影像」的課程，課程共四週，每週三小時，由專業的影像教育工作者授課，幫助有興趣以電影作為教學資源的老師們，學習如何分析電影、如何運用電影片段訓練學生的寫作能力、如何透過電影學習敘事、如何運用基礎的電影拍攝技巧來傳達想法。

基本上我們可以看到，在 **Into Film** 的架構下，電影不僅僅是一種藝術，它也是種幫助學生提升意見表達、傳遞想法、敘事能力的工具，同時也是作為認識世界的素材和媒介，他是提升學生敘事、表達能力、理解能力一種很好的練習。尤其是在當代，視覺性的媒介，例如電影，已經是年輕世代理解世界、形構文化、認識彼此、交流想法的重要工具，運用電影可以有效地助於溝通，甚至是回過頭來輔助文字的書寫與閱讀能力，且動態影像對年輕世代來說也是相當具有吸引力的教材。而電影有助於年輕世代的理解與學習能力，是經過 **Into Film** 三年的時間，在 37 間學校，經過共 1000 名學生共同嘗試的結果，透過電影，學生能從中學習故事的敘事模式、角色的塑造、場景的設定等，他們發現經過影像教育計畫把電影運用到教學現場後，學生們的閱讀、寫作能力都顯著地比同年齡的平均值要

高。而且學生們也普遍反映透過電影輔助學習，比起單純閱讀文字、書寫文字要有趣得多。

除了自產教學內容以外，Into Film 也和線上教學網站 Future Learn 合作，將不同的課程上線，在那網站上有許多不同的課程供教育者參考，前四週的課程可以免費體驗，使用完免費體驗後，單一一門課的費用是 59 英鎊（約2500台幣），若年繳 219 英鎊（約8800台幣）即可無限使用網站上所有課程。



對教師而言，Into Film 提供了絕佳的幫助。「我從未有過這樣的一年，孩子們對英語學習感到如此的熱情。」小學教師這麼說道，「Into Film 的影展成為學校最佳的媒體教育課程，從教室到影展現場，孩子們能透過優質的電影節目規劃和討論過程學習。」

首先，孩子們喜歡電影。從他們仍是襁褓中的嬰孩開始，就一直在觀看。不同年齡階段的人會使用不同的語言，有不同的體裁。至關重要的是，許多短片沒有對白，電影並不意味著要有對白才能理解故事，可以通過豐富的圖像、鏡頭語言、音樂、聲效，甚至是沉默或對話來激發孩子們對事物的思考和興趣。電影為各種題目的討論提供了豐富的機會。我們可以使用電影中的橋段來解釋角色的想法和

行為模式，或者討論他們下一步會做什麼。我們也可以將電影作為任何寫作形式的引子，可以讓孩子們從角色的立場來練習寫作，或在觀看一個段落後，讓他們自行創作下一段故事，或從電影的單一畫面描述出該場景的樣貌。

這並不是說電影可以代替文字，而是結合兩者可以提供出色的學習效果。特別是短片，非常適合運用在課堂上，由於短片篇幅不長，一堂課甚至可以反覆觀看，幫助孩子討論裡頭傳達的各種議題，這些短片代表了世界各地的文化、不同的語言，即便孩子不理解那些語言，但透過電影裡人物的肢體動作和表情，亦能夠產生他們自己的解讀。對老師而言，電影成為教學上有力的素材，可以播放電影片段，然後引導孩子們就電影的情節延伸寫作；電影也可以成為訓練孩子們團隊合作的工具，讓他們試著運用簡單的設備，團隊合作拍攝自己的短片，從劇本構思、書寫、角色設定、排練、場景道具設計、最後是集體呈現，都是很好的團隊合作練習。

「我們通過電影來鼓勵學生對學習的熱愛，無論是透過電影社團、撰寫評論，在教室裡和同學一起觀看和討論電影以加強識讀、理解能力，或是我們亦舉辦「家庭學習」（將家長和孩子們聚集在一起看電影），同時也作為學校對家庭評估和理解的方式之一。目前實行下來，已經看到顯著的差異，有效地讓孩子熱愛學習，那麼一切情況都會越來越好。」

關於課堂的電影教學經驗，Into Film 的成員分享他們會建議老師從 3C (colour, camera, character；顏色、攝影、角色) 和 3S (story, setting, sound；故事、背景設定、聲音) 去帶領學生討論和分析電影，比如在聲音的討論上，可以挑選電影中在聲音設計具有特色的片段，關掉畫面，只播放影片的聲音，讓學生試著只聽電影中的聲音去思考影像和聲音彼此的互文關係。也可以運用電影的聲音，來讓學生試著從聽到的聲音中練習寫作，感受那段電影中的聲音帶給他們什麼樣的感受並書寫下來。而從 3C 和 3S 中，也可以讓學生練習從這些角度切入練習寫影評（觀影心得）；此外若是英語的電影，亦可以擷取簡單的片段，讓英語教師給學生們練習生活對話或特定情境的單字與文法。在歷史或社會人文的課堂上，電影裡的時代背景，也很適合老師運用到課堂中，可以幫助學生將課本上書面的歷史場景轉換成動態的視覺影像，讓他們對學習更加有興趣。另外，也可以選取電影中的片段，讓學生試著扮演電影中的角色，彼此對話，模擬角色在電影中面臨的情境，此種經驗過程可以有效地讓學生之間有更好的互動與表達能力，並從角

色扮演的過程中，也能試著思考不同人物的處境，幫助學生建立對他者的同理心。

（八）、Northern Ireland Screen（英國，簡稱 NI Screen）

NI Screen 是英國負責北愛爾蘭地區的电影推廣機構，其任務是負責讓電影產業（包含動畫與電視）足以永續，發揚電影藝術在經濟、文化、社會發展上的價值。於 1997 年成立，負責託管並分配由北愛爾蘭藝術委員會（Arts Council of NI）分配之國家樂透彩券基金於發展北愛爾蘭地區的电影產業上。目標是健全北愛爾蘭地區的电影創作、觀影環境，並維持電影生態在此的多樣性；活絡經濟、珍視文化，以及加強教育。

在運作策略上，NI Screen 有許多戰略上的夥伴，彼此共同運作推動電影藝術、教育和產業在北愛爾蘭地區的發展，他們和 Into Film、影展們合作，包含貝爾法斯特影展（Belfast Film Festival）、CineMagic Film Festival、福伊爾影展（Foyle Film Festival）、貝爾法斯特歷史最悠久的電影院皇后電影院（Queen's Film Theatre）。並成立三家創意學習中心（Creative Learning Centres），為該區域的學校師生提供數位影像學習資源，包括拍攝電影、創作動畫的軟體和技術。

對北愛爾蘭區域的电影推廣機構而言，如何增加有北愛爾蘭文化元素的電影創作，不再只是英國本土主導、英語為主的電影，而可以有更多以地方方言為主要語言的電影，是亟需努力的目標。因此，NI Screen 和創意學習中心共同開設給有志從事專業電影工作的年輕人 Screen Academies 的訓練課程，包括動畫創作、製片、美術設計、場景設計等。並針對愛爾蘭語的節目製作提供資金，獲得 The Screen Fund 補助的影視創作需在北愛爾蘭地區拍攝，並雇用一定比例的在地攝製團隊，以挹注、活絡地區經濟，比如當紅美劇《冰與火之歌》（Game of Thrones）就是一例。NI Screen 並協助北愛爾蘭電影在全球的推廣，提供影視職業技能訓練，為地區的影視產業建立肥沃的土壤與連結。

影展就是電影教育現場

（九）、鹿特丹國際影展（International Film Festival Rotterdam，IFFR）

IFFR 是荷蘭最具國際知名度的影展之一，2019 年是第48屆，以鼓勵年輕、新銳、各類型電影創作為主。在現任總監 Bero Beyer（2015-2020）的規劃下，在IFFR 放映的節目分成四大主題：Bright Future、Voices、Deep Focus、Perspectives，12天

影展一共選映了516部長短片（236部長片）、1426場放映、39場講座；參與人次有32.7萬。



除了電影產業的推動以外，在電影教育的部分，IFFR 也不餘遺力，一直是 IFFR 的核心使命，透過影展的資源擴大年輕世代對當代世界電影的欣賞和理解。2018 年，IFFR 在幾項基金的幫助下擴大了其教育計劃，包括 Fonds 21，VSBfonds 以及當地基金會 Stichting Elise Mathilde Fonds 和 Stichting Bevordering van Volkskracht。一整年期間（2018-2019），共有 24,491 名年輕人參加了由 IFFR 舉辦的特別放映、工作坊，有影人參與映後討論，比去年成長了18.5%，與120間學校合作。從給孩童的體驗電影活動，到給青少年認識影展規劃、讓他們練習以影音方式報導電影，此外也與荷蘭的影視學校合作，讓年輕世代參與 IFFR Pro 活動，在過程中也建立起年輕世代有志從事影視相關工作者的網絡。

關鍵的是，IFFR 不是只有在影展期間活躍，他們一整年都會有不同的教育推廣、放映活動在進行，除了上述的教育推廣計劃以外，他們在夏天也舉辦了數場給大眾參與的戶外放映，他們也與荷蘭國家電影博物館（Eye Filmmuseum）合作舉辦「短片日」。而線上平台 IFFR Unleashed 則是全年無休；每個月的第一個星期三，則是 IFFR KINO 日，會與鹿特丹當地的獨立電影院 KINO Rotterdam 合作，放映經典電影。而 IFFR Preview Tour 則是另一個有趣的設計，它讓荷蘭其他城市的觀眾，可以搶先看到 IFFR 挑選的入圍電影，在全荷蘭共 25 個場地放映，針對不同的議題挑選影片。

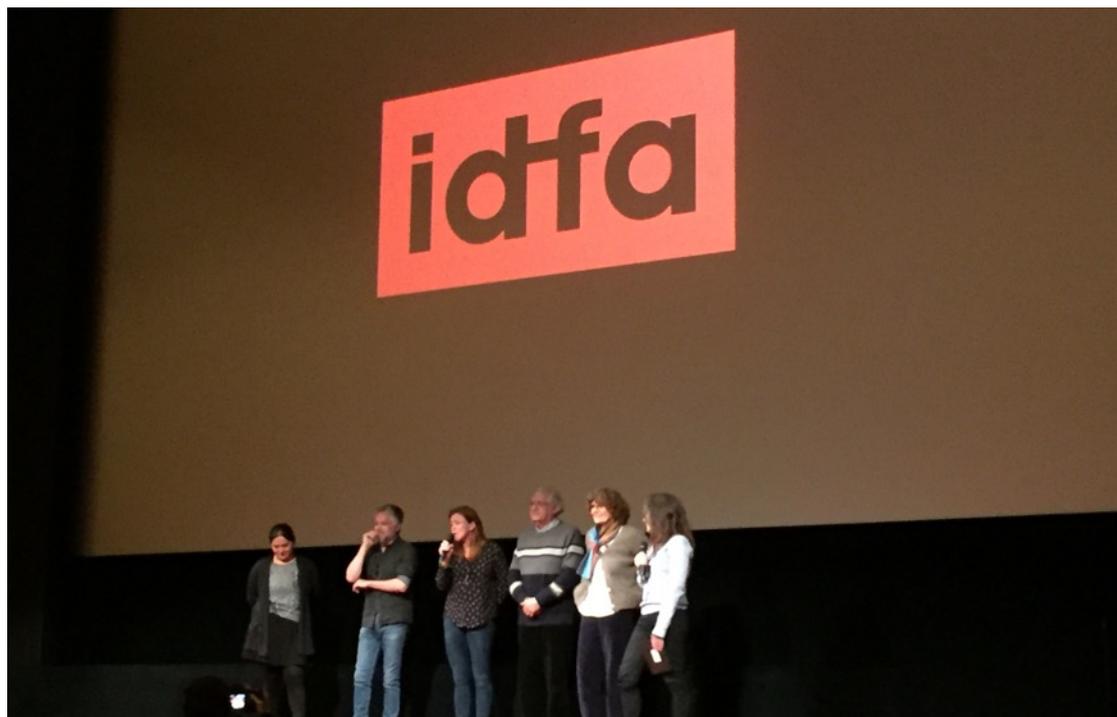
影展網站和 app 幫助觀眾更加方便參與 IFFR 的活動，不僅查找影片資料方便，

電子票券也與 app 結合，輕鬆購票入場。此外，影展期間 IFFR 也會透過 app 推播活動資訊，除了有精彩的影人專訪、活動快訊以外，也有各種講座資訊和內容的摘錄。整體而言，IFFR 的社群媒體經營非常的活潑，在每一場電影開演前，也會透過大銀幕即時投影觀眾票選、影展現場花絮、社群媒體的 hash tag，和現場、線上觀眾即時互動。目前已註冊的 app 用戶已有 12538 人，比前一年(2018)要增加了 74%。

IFFR 目前有 62% 預算是靠自己的營收，包括票房、餐飲酒水、周邊產品販售、廣告收入和活動收入等。2019年度預算是3.148億台幣，其補助來自荷蘭教育、文化及科學部（負責荷蘭教育政策、科學政策、文化政策和荷蘭公共廣播）以及鹿特丹市政府，負擔了約28.5%的總預算，其他則是私人企業贊助。

（十）、阿姆斯特丹紀錄片影展（International Documentary Festival Amsterdam，IDFA）

是世界最大的紀錄片影展，2019 年邁入第32屆。以「拓展觀眾對紀錄片的想像」為策展目標。除了一般性的放映以外，IDFA 還規劃有 DocLab Academy/Industry，這是提供給專業人士的節目，每年約有來自世界各地 3410 名專業人士參與。此外，還有 IDFA Forum，則是歐洲最大的紀錄片合制、創投市場，創造平台將電影創作者與可能的投資者、製片、發行商串連起來。2018年收到約770件案子，有



51件入選，在影展期間舉辦了各種產業媒合、諮詢，而每一年的影展都會有10部影片是透過IDFA Forum (co-financing) 媒合成功、製作完成的作品展映。

對 DocLab Academy (training) 團隊而言，最關鍵的事情乃是持續與每年參與 DocLab Academy的年輕創作者保持聯繫，讓所有成員都能夠在 IDFA 感到賓至如歸，即便離開影展後依然能感受到自己是這個大家庭的一份子。影展期間，有100位電影工作者（包含導演和製片）從世界各地來到 IDFA 參與為期四天的密集課程，包括市場運作、行銷策略、剪接、拍攝、劇本等各種關於紀錄片製作的經驗與方法。

此外，亦會針對荷蘭的年輕電影創作者，挑選出六個紀錄片拍攝計畫，提供資金以及人脈上的資源串連，並會在影展期間為這些拍攝計畫媒合可能的國內展映平台，幫助這些在創作生涯剛起步的電影創作者開拓更多機會。

在青少年與孩童教育的部分，IDFA 有 Kids & Docs Workshop，會邀請資深的紀錄片工作者帶領六個紀錄片年輕創作者展開給青少年與孩童的紀錄片拍攝計畫，在過程中亦會提供創作概念和實質資源上的協助，最後成果並會在 IDFA 展映。

教育推廣方面，IDFA 在影展期間與非影展期間，皆與荷蘭的學校建立良好的合作關係，從小學到高中都有，在選片上也精選適合青少年與孩童觀賞的紀錄片，例如主角或影片關注的主題與年輕人或孩童有關，並會安排映後座談，讓參與的青少年與孩童和紀錄片的創作者或被攝者面對面交流。在過程中，影展安排的工作人員會幫助參與的年輕人細緻的討論紀錄片所要傳達的知識與訊息。

另外，IDFA 也有提供給教師於教室課堂使用的線上平台 Docschool Online，由 IDFA 精選適合不同年齡層觀眾觀看的影片，目前有135部紀錄片，依照不同的主題（通常是以議題來包裝）分類，例如假新聞、音樂相關、運動相關、人權議題等，全年度都可以在線上播放，並有相關教材搭配使用，方便教師們運用於課堂中。透過 Docschool Online，一年約可讓 2 萬名學童受益，在教室看紀錄片。2018年，一整年度有 13607 名學生參與 IDFA 在電影院的放映。



影展期間結束後，IDFA 會在荷蘭境內展開巡迴放映，從該年度影展中精選出（得獎）影片，於荷蘭國內共 43 間電影院放映。此外，IDFA online 線上平台已收錄有 763 部紀錄片，部分可免費觀看（303部），部分只需要支付一點點觀看費用，影片都是過往 IDFA 選映或資助的作品，IDFA 會不時邀請客座策展人針對城市裡其他的活動搭配選映，例如人權日這類具有議題性的事件。

近兩年來，IDFA 更著重其在行銷與對外（國際媒體和觀眾）的溝通上，不僅增加在社群媒體的經營，也更加著力於和國際重要媒體合作；影展的節目冊伴隨著荷蘭國內最大的報紙《de Volkskrant》發行了30萬份，廣泛地觸及荷蘭境內的觀眾。而影音內容的產製，也是 IDFA 近幾年的重點，講座和活動的影音紀錄都會公開上網，以供有興趣者觀看。

IDFA 的預算補助來自荷蘭教育、文化及科學部（負責荷蘭教育政策、科學政策、文化政策和荷蘭公共廣播）以及阿姆斯特丹市政府，以及其他私人機構的補助，例如 Fonds 21、the VSBfonds、Democracy and Media Foundation 和 Creative Europe Media 等，幾乎不同的單元和項目就有不同的合作夥伴，例如 Prins Bernhard Cultuurfonds 是 IDFA on Stage 單元的主要贊助商，DocLab 則是來自 Netherlands Film Fund、Click.nl 和荷蘭教育、文化及科學部。

小結：電影院觀影經驗的重要性

前面的例子，讓我們看到那些電影推廣機構他們努力保存、維護、推廣電影，培養電影的觀眾。我們可以進一步思考為什麼電影院觀影經驗是重要的？當然電影不一定得要在電影院看才行，這不是必然的，因為我們也知道，線上串流平台非常盛行，有許多人是透過網路、手機、平板，在家裡的電視看電影，各種串流平台也紛紛砸大錢拍好電影，而且看電影的人絕對是比以前更多了。

未來的觀眾會期待一個什麼樣的電影院經驗？那經驗勢必是他們自己在家裡看線上串流平台無法感受的，電影院必須營造一個「不只是看電影」的空間經驗，人們來到這裡不是只單純為了看到電影而已，而是去享受、體驗一個空間、氛圍、服務、餐飲、品牌（從節目選片到裝潢風格），電影院不是一個把電影投影出來到大銀幕的空間而已，它更是一個讓人經驗與感受電影的過程。

電影本身並不會陷入危機，因為有許多人是透過線上平台、手機、平板在看電影，看電影的人比以前更多了。重點在於，如何讓觀眾接觸電影的環境與方式更加開放、多元。而電影院必須讓觀眾感受到電影最根本最核心的部分，在電影院看電影，是一種集體性的經驗，眾人在同一空間裡看著同一面銀幕，雖然你不認識身邊的人，但依然可以一同歡笑一同落淚，這是最無可比擬的經驗。

附件一、

給眼球世代的備忘錄：淺談歐洲影像推廣機構 | 謝以萱海外藝遊分享會

<https://www.facebook.com/lantia1918/photos/a.542174215936048/1591213734365419/?type=3&theater>

本計劃的出發點為「未來的電影觀眾在哪裡」，這源自我從事電影推廣工作多年持續在思索的問題。我是一位愛電影的人，也知道大眾愛電影，但該如何為大眾和電影之間建立橋樑，為不容易找到觀眾的電影創造空間？因此，我參訪了阿姆斯特丹、倫敦、巴黎的影像推廣機構，包含荷蘭國家電影博物館（Eye Filmmuseum）、英國 Into Film、法國電影資料館（Cinémathèque Française）等組織，試圖觀察在不同的文化脈絡下，這些單位推廣電影藝術的營運策略與視野，了解他們如何在實務上串連城市裡其他機制，共同形塑出城市的電影文化地景與創造多元的觀影環境。

面對當代瞬息萬變的觀影生態，各種影音節目在網路上隨點隨選，電影，這門不算新但也還算年輕的藝術，可能正面臨自身定位最嚴峻、也最關鍵的考驗。本分享會誠摯邀請各位看電影、愛電影、好奇電影可以是什麼的朋友一起交流、討論，聊聊電影推廣機構和傳統的電影院如何營造出更多元豐富的觀影環境，以培養、創造新一代的觀眾。同時也期許這些交流的經驗，能進一步轉化成適合台灣社會參照的可能性。

講者 |

謝以萱，長期從事電影推廣、策展與文字工作，相關評論、採訪文章散見各藝文媒體，為《紀工報》執行主編。有豐富的影展工作經驗，包含桃園電影節、台北電影節、國家電影中心台灣國際紀錄片影展，並參與富邦文教基金會電影學校等相關影像推廣工作。

日期 | 2020 年 1 月 9 日（四）

時間 | 19:00 - 20:30

地點 | 蘭室（桃園市大溪區中山路 13 號）

免費入場，座位有限

* 本計劃為國家文化藝術基金會 2019「海外藝遊專案」補助

附件二、

英國 Independent Cinema Office，把經營獨立電影院變簡單了！

文／謝以萱

*原刊載在《週刊編集The Affair》2020年1月發行

路樹葉片轉黃，難得放晴的十月倫敦，我走出市中心的地鐵牛津圓環站，尋找隱身在巷弄中的「英國獨立電影院辦公室」(Independent Cinema Office，以下簡稱ICO)，比對地址，卻不見預期會看見的名稱，反而在平凡的建築門牌上神秘地寫著「Verve ICO Rabbit Drakes Avenue」，有點俏皮，應該就是這裡了，我想。推開門上樓後，不大的辦公空間有著良好的採光，工作人員走動忙碌著，辦公桌鬆散地圍繞空間的中軸座落，那裡有兩扇相對的門，敞開時可自由穿梭，關起來後便形成一個獨立的小小會議間，充滿彈性的空間運用，讓辦公室的氣氛顯得年輕而有能動性。

成立於 2003 年的 ICO，起初是英國電影委員會 (UK Film Council)¹轄下區域媒體中介機構。因著英國藝文活動的資助結構轉變，許多區域電影院、電影推廣社群不符合藝文補助條件的法律身份認定，即便政策想鼓勵獨立電影院的經營，但當時卻沒有任何統籌相關資源、具有公信力的機構主責運作。看到當時電影產業環境之空缺，ICO 於 2005 年獨立出來，試圖銜接起公共機構和民間機構之間的溝通管道。

在英國電影協會(BFI)的支持下，ICO 與其開發電影觀眾的核心計畫(Film Audience Network, FAN) 形成拓展觀影環境的策略夥伴，負責為全英國境內的獨立電影院／放映空間，提供各式專業的資源，以降低獨立電影院的營運門檻，藉此鼓勵獨立電影院的存在，維持電影文化的多樣性——包括內容與實質營運上協助節目規劃、提供放映所需之電影資源、經費補助、發行獨立電影、針對經營者所需提供教育訓練，包含電影策展訓練、市場行銷等，甚至針對不同的經營需求，提供一對一的諮詢服務。

1970 到 1980 年代的英國，家用電視機普及，電影院觀影人口長期下滑，不少地方電影院難以支撐下去而倒閉。²1985 年，英國第一家複合式多廳電影院 The Point

¹ 英國電影委員會 (UK Film Council) 於 2011 年經組織改造後撤除，其業務分散至其他機構。

² 電影院仍繁盛的時期，若人口超過 10,000 人的英國城鎮，通常會有在地的電影院。

在倫敦市的衛星城市米爾頓凱恩斯開幕之後，徹底改變當時的觀影環境，此類結合商場的多廳戲院紛紛設立，成為人們主要的消費娛樂型態，觀影人口劇增，直到千禧年後才漸趨緩和，近 15 年內，英國觀影的人口呈現相對穩定的狀態。

相較於台灣，英國獨立電影院算是相當蓬勃發展，根據 ICO 統計，目前有超過 500 間獨立電影院，包含電影放映社群和電影節，然而這除了歸功英國有深厚的電影產業傳統以外，ICO 在其間的努力也不容小覷。³2003 年成立以來，ICO 從一開始只有三人的團隊，拓展至今已有 16 名正職工作人員，策劃了超過 27000 部電影的放映，為來自 650 個組織共超過 1500 名從業人員提供專業訓練，並發行了 300 多部電影，總觀影人次超過 650 萬，緊密合作的獨立電影院夥伴遍及全英國，目前共有 25 間。其中合作最久的，是位於布里斯托爾（Bristol）的 Watershed，這座被視為英國最具活力之在地文化據點的電影院，於 ICO 草創時期就開始合作，至今長達 15 年，共同經歷了電影觀影環境的各階段轉變。

映演規格與技術的變遷，一直是獨立電影院的挑戰，同時還得面對商業連鎖戲院來勢洶洶的擴張，經營者必須思考如何提升電影院的硬體和放映設備，好讓觀眾體驗良好的聲光效果；近幾年，線上串流平台迅速崛起，挾帶大量的資金和內容而來，再次迅速改變人們的觀影習慣，在電影院看電影對年輕世代已不那麼具吸引力，甚至只有看漫威系列等好萊塢電影時才會進電影院。ICO 和獨立電影院的思考重心，便轉為該如何提供觀眾獨一無二的電影院經驗，除了影廳內柔軟舒服的座椅，影廳外令人流連忘返的交誼空間以外，現場販售的飲料、餐點，也是獨立電影院用心經營的特色，更重要的是，節目內容的特殊性——僅此一家，絕無僅有，是獨立電影院樹立風格的關鍵。

ICO 團隊會針對獨立電影院的需求，協助分析當地觀眾的屬性，從裝潢風格、行銷策略、觀眾開發到節目內容策劃，提供經營者專業的建議，以降低在經營時可能遇到的各種技術與知識門檻，幫助經營者找到適合的營運方針。ICO 的專業策展人會與電影院經營者共同討論節目內容，協助提供片單、影片素材與資源，提供相關座談的規劃建議；由於 ICO 豐富的業界經驗，擁有廣大的電影產業人脈，因此能夠針對不同個案提供可行方案。最近，ICO 正與五間獨立電影院展開新的合作，他們的共通點是被商業電影院包圍、處境艱困，彼此得一起找到可經營下

³ 據英國電影協會（UK Cinema Association）統計，2018 年英國電影院數量為 811 家，銀幕數為 4399 面。

去的市場定位。

若獨立電影院要以其特色吸引觀眾，那麼節目內容的策劃和觀眾在電影院的體驗就相當重要。在實務經驗上，ICO 深諳此道，因此他們舉辦工作坊培訓節目策展人，建立電影創作社群的連結，也舉辦 **Screening Days**，邀請獨立電影院的工作人員搶先欣賞即將上映的電影；因為 ICO 相信，一家受到觀眾喜愛的電影院，必須工作人員先熱愛電影才行。這類活動不僅起了某種示範效用——讓電影院工作人員可以從觀眾的角度想像，什麼樣的電影院觀影經驗會令人印象深刻；更重要的是，這讓擁有共同理念的電影從業人員，有聚集、交流、凝聚彼此的場合。

電影產業瞬息萬變，這已是無可改變的事實，對獨立電影院而言，若能彼此資源共享，將實務上的經驗轉化成可被傳遞的知識，就能將更多的心力與資源放在開發各自的特色上，而非獨自從頭摸索基礎的事務。ICO 的網站，便極力做到這點。他們將各種實用的電影產業知識，轉化成不同主題的指南，比如《如何開一家電影院》，一共 11 個章節，從市場策略、硬體裝潢到預算分析，毫不藏私地公開分享；還有《如何辦一場戶外放映》、《如何讓電影院收支平衡》、《如何將影像教育帶入電影院》等等，這些都是 ICO 經過扎實的實務經驗、研究調查後，將龐雜的數據和資料轉化成簡明易懂的圖文，供所有人免費下載閱讀。

此外，電子報也是 ICO 傳遞各種資源和資訊相當有效的管道，幾乎是每天一封郵件的頻率，裡頭包含 ICO 主辦的活動資訊、有哪部新電影發行，開放大家預定檔期，以及人物故事或報導，以緊密連結社群的方式共享著知識與訊息。ICO 也即將推出線上課程，方便世界各地的人們透過網路獲得專業的電影從業知識。

相較於商業連鎖電影院的單一性與中心化的經營模式，ICO 與獨立電影院是朝著相似理念一同探索的夥伴關係。在網路科技愈發方便的當代，重視社群經營和資料開放的 ICO 反而為獨立電影院創造優勢——它讓有著共同理念的人們相信，無論團隊的規模大小、資金多寡，只要對電影有熱情，都有能力和機會經營自己的電影院。