

來一杯知識轉譯的精釀吧！

專訪《臺灣吧》共同創辦人蕭宇辰

文 | 徐柏涵

彩色燈管在牆上拚出「TAIWAN BAR」幾個大字，在薄雨的臺北午後閃爍亮光，那是讓熟悉《臺灣吧》的人都忍不住會心一笑的景象，簡直就像將動畫裏頭的「臺灣吧」給等比例搬到現實世界，彷彿下一秒臺灣黑熊「黑啤」跟他的朋友們就會直接從吧檯後方「哇！」一聲跳出來……

走進位於臺北市巷弄內的《臺灣吧》工作室，迎面而來便是存在感濃厚的Taiwan Bar吧檯，在開放性的空間內，《臺灣吧》的團隊成員三三兩兩聚在一起討論，或者聚精會神於電腦螢幕前，四處點綴著《臺灣吧》看板熊「黑啤」可愛又迷人的身影。這裡便是發想出《動畫臺灣史》、《客客客棧》、《法律吧》等眾多廣受好評的科普動畫的大本營。

提起《臺灣吧Taiwan Bar》幾個字，很直覺地就會聯想到在酒吧微醺的氛圍，沒有壓力，輕鬆聊聊，來者都歡迎。而這正也凸顯出《臺灣吧》團隊希望「翻轉」專業知識冷硬形象的宗旨——比起端出讓人難以吸收的「硬派」知識全餐，何不將其轉為具有娛樂性的動畫媒體，讓人不知不覺就看上了癮，忍不住想繼續知道更多呢？

用動畫聊知識

作為一個以知識轉譯與普及為宗旨的網路新媒體平台，《臺灣吧》最初是由四個七年級生——蕭宇辰、

張佳家、林辰及DJ Hauer（謝政豪）憑著一股熱情推動起來，其所推出的第一組影片《動畫臺灣史》，便一舉達成累積數百萬點閱的網路現象。創辦人之一的蕭宇辰原本擔任高中的歷史科教師，直到為了專心營運《臺灣吧》辭去教職以前，都還維持很長一段時間白天教書、晚上寫腳本的日子，用前一陣子流行的術語來講，可說是不折不扣的「斜槓青年」。

「其實我們並不是一開始就要成立《臺灣吧》，我本來是在學校教書，其他三個人也各有各的事情。」蕭宇辰說。他提到，另一位創辦人張佳家曾赴英國學習插畫，那時便發覺很難跟人說明自己來自何方、臺灣又是什麼樣的地方。這也促使本來便為大學同學的蕭宇辰和張佳家決定合作製作一支讓人認識臺灣史的動畫，找來曾經合作過影片企畫的DJ Hauer，並邀請當時也有在經營知識內容的Youtuber林辰加入，成為發起《臺灣吧》最初的四人組。

訪問當天，蕭宇辰特地從他忙碌的行程抽身，談起《臺灣吧》和知識內容，仍是雙眼發光、滿懷熱情。

Q1：從《臺灣吧》創立以來，有不少文章或訪談會以「創業家」或「新創團體」來描述《臺灣吧》。不過，對您來說，又是怎麼定位《臺灣吧》呢？

蕭宇辰（以下紅字均為蕭回答）：一開始只是想試試看，沒想到在2014年臺灣的網路環境下，知識內容竟然能成為爆紅的影片。所以那時候就想，臺灣會需要這樣的內容，為了讓這樣的內容長期發生，才想說成立這個組織，一路走到現在。

Q2：就一頭栽進去了？

對！莫名其妙在外界看來就變成了媒體人、創業家……或是whatever，

不過你要說我核心認同是什麼的話，我還是認為自己是一個教育工作者，只是用不一樣的方式來實踐一些對於教育的想像。

Q3：要維持像這樣以知識內容為導向的媒體平台真的很辛苦，為什麼還會想要繼續進行呢？

我覺得有一個很重要的點，是因為我們仍然有看到越來越好的趨勢。2014年的時候不用說，只有我們四個人。可是，一開始不計成本投下去作一支影片，跟長期經營真的是二碼子事；不管是想要持續把事情做好、傳達好內容，或是要維持組織的運作等，都會需要越來越多人，《臺灣吧》來到今天已經有將近30人的團隊規模。我們至少還能用一個最起碼還「活著」（維持營運）的狀態做自己覺得重要的事情，想一些新的可能。



歡迎光臨臺灣吧

「臺灣吧」工作室的吧檯
圖片取自〈臺灣吧2周年時特別計畫：萌面酒保帶你挖出臺灣吧大秘密！〉
<https://www.youtube.com/watch?v=LK7PeTjoKCs>

《臺灣吧》最早引起轟動的影片《動畫臺灣史》（後來應觀眾要求出了《動畫臺灣史》第二季），在長達8個月左右的時間，依議題逐集介紹包括「鴉片與臺灣」、「臺灣現代化」、「日治時期的臺灣女性與纏足」、「二林農民事件」等有關臺灣歷史的議題。在學生們緊繃的課表及大考壓力下，這些主題可能不曾有機會被拿出來深入討論，而離開學校以後，多數人更完全不會有興趣進一步了解。不過，透過兼顧知識內容跟笑點的腳本編排，提綱挈領且超有梗的旁白、可愛的動畫演繹和影片剪輯，《臺灣吧》作出了一個罕有人嘗試的壯舉——讓認識臺灣史變成好玩

又療癒的視聽體驗。而當時318學運發生後的臺灣社會氛圍，也正興起一股「想要更了解臺灣這塊土地」的強烈意願。如同《動畫臺灣史》大開場的影片中，角色黑啤所提出的反問：「學這些東西，跟我有什麼關係？」當知識不再是遠在天邊的複雜學問，而是切身相關之事，就能勾起進一步學習了解的需求。

繼《動畫臺灣史》第一季，《臺灣吧》接著又乘著這股對知識渴迫的大風，推出與客家電視台合作的《客客客棧》，以客家文化的討論為中心，其討論觸角也逐漸擴及更多的知識層面。比如《法律吧》、《經濟吧》及近來新上線的《實驗科學吧》等。同時，《臺灣吧》還規劃了一個更大的藍圖：「大抓周計畫」。「大抓周計畫」取幼兒抓周時，桌上攤著各種象徵不同興趣的物件，試圖將學校課程跟大考科目沒辦法包含的多元知識傳達給在學的青少年，鼓勵其對不同領域知識抱持持續的好奇心。

Q1：大抓周計畫自2016年啟動以來，到現在已經發展2年了，現在的發展狀況如何呢？

經過二年的處理，我們其實也有發現，新媒體和教育工作很難完全並行。目前《臺灣吧》的主要觀眾大多仍是十八歲以上的觀眾，但教師在學校教學現場使用我們影片的比例也有一直提高。只是，這部分跟線上的聲量是完全不同的區塊，我們目前還沒有掌握得很好，也沒有更多的人力去蒐集統計——比如說，老師上課怎麼使用《臺灣吧》的影片？放完《臺灣吧》影片後的教學模式是什麼？

所以，我們最近有針對「大抓周計畫」專門成立一個協會，去回應議題，也能和教師進行線下合作，《臺灣吧》則是繼續作為一個知識型的新媒體作好內容。當然在專門以推動大抓周計畫為中心的協會成立後，我們希望線上的內容產出能跟教育現場有更緊密的關聯，也能提供更符合其需求的內容。在2019年，我們希望有機會嘗試一下這樣的一種新方式。

讓《臺灣吧》走進觀眾心底

《臺灣吧》的主力觀眾雖多半是對知識內容有一定程度需求的成年觀眾，但可愛的《臺灣吧》看板角色「黑啤」卻擁有跨年齡層的高人氣。打從其於動畫粉墨登場以來，黑啤和他的朋友「啤下組織」—臺灣藍鵲「藍地」、櫻花鉤吻鮭「紅瑰」、石虎「黃紹」跟臺灣獼猴「白米」，就經常出現在《臺灣吧》的動畫裡，不時賣萌或替觀眾發聲提問，甚至跟《臺灣吧》團隊成員來個跨次元溫馨互動……獨屬於「黑啤」自己的角色IP正持續成長。不過，與此同時，偶爾也會有關於「《臺灣吧》是不是要改賣角色IP」的質疑零星出現。此外，輕快可愛的角色IP雖培養出新的支持者，但卻不一定能完全等同於《臺灣吧》知識內容的穩定受眾。

Q1：現在「黑啤」有很高的人氣，也推出自己的不少周邊商品，會擔心說角色IP的形象開始跟《臺灣吧》本身知識導向的內容產生脫鉤嗎？

其實我們是希望黑啤這個角色IP跟《臺灣吧》是互相合作的關係。就像巧虎（幼兒教材《可愛巧虎島》主角）一樣，可能爸媽教小朋友穿襪子不一定有用，但小朋友因為喜歡巧虎，就會比較願意跟著巧虎學。對年齡層比較小的觀眾，或喜歡黑啤的觀眾來說，如果有一個習以為常的角色來傳達具有知識內涵的內容，其實相對也會更容易接受《臺灣吧》的內容。

當然，我們最近也成立了專屬於黑啤角色IP的任務團隊，在全臺灣比如說金石堂、九乘九等普及的通路都可以看到黑啤。雖然真的很難回收開發黑啤周邊商品的成本，但也算作出了一點成績。畢竟，媒體就是一個影響力的世界，你的內容必須有人看，要先擴大影響力，回過頭才能再跟內容結合。



1. 《動畫臺灣史》大開場。圖片取自〈「動畫臺灣史」大開場〉<https://www.youtube.com/watch?v=dY7ppjNoIRE>
2. 《動畫臺灣史》第一季第一集，〈鬼島現代化！劉銘傳與蔣經國，的中間〉，切入19世紀末至20世紀初臺灣如何現代化的過程。圖片取自<http://bit.ly/1OcPT7n>
3. 臺灣黑熊「黑啤」及其啤下組織。由左至右分別為：櫻花鉤吻鮭「紅瑰」、臺灣藍鵲「藍地」、臺灣黑熊「黑啤」、石虎「黃紹」及臺灣獼猴「白米」，均是由臺灣特有種所發想出來的角色IP。圖片取自臺灣吧官方網站<https://taiwanbar.cc/>

事實上，《臺灣吧》一路走來始終堅持提供有意義的內容，將值得被了解的知識透過轉化與轉譯，以影片的方式傳達給觀眾。蕭宇辰不諱言，整體的營運仍是十分艱辛。《臺灣吧》每一支動畫影片的產製，都要花掉相當高的成本。同時，儘管《臺灣吧》總是努力尋找合作對象，想出具有文化推廣或教育意義的內容，但並非每一個主題都有廣大的受眾基礎。例如以現代舞的發展為討論主軸的《跳舞吧》系列動畫，相較於探討性別議題的特輯影片〈女生不要罵髒話?! 斷開「氣質」鎖鏈!〉，受眾群體就相形較侷限於「對舞蹈感興趣」的人，而非多數人都能心有戚戚焉的性別刻板印象。



臺灣吧響應國際婦女節，推出〈女生不要罵髒話?! 斷開「氣質」鎖鏈!〉討論性別刻板印象和平權議題。
圖片截取自 <https://www.youtube.com/watch?v=yqg5x4X7O44>

Q1：《臺灣吧》是怎麼選定要製作什麼樣的主題呢？
其實這會回到一個問題，就是我們還是必須「活著」這件事情，但我們2019年希望不要太被「活著」這件事情綁住，比如去調整目前的營運模式。以前我們曾經發動一個募資，說如果募到一百萬就讓觀眾許願，看觀眾想要《臺灣吧》做什麼知識主題，我們就會去試試看。那時候《法律吧》、《經濟吧》都是最高票，當然還有《動畫臺灣史》第二季。

Q2：一百萬做這麼多支影片夠嘛……？

那真的是超賠錢在做（大笑）
我們還是得自己要錢去cover一些製作經費，要不然還真的活不下去。但是因為大家許願，所以就做了。我們覺得在大原則底下，我們作內容的形式或方法不會只侷限在歷史，而是什麼東西都可以辦得到才對。它應該是任何複雜或困難的知識，都有辦法找到一個合適的方式去把它轉譯出來。我們重視的是這樣的轉譯能力，希望轉譯後出來的東西對大家都有幫助。

Q3：除了大方向以外，是怎麼找到每支影片的切入點呢？

在主題之下要做什么題目，就還是要回到對知識轉譯能力的訓練。如何要在真的了解受眾的情況下，又對於某個議題做出好的企畫，並且找到一個好的切入點去包裝等……。這每一個環節都環環相扣，也有可能是在製作過程當中，或是後續跟觀眾的互動裡面，發現還有要調整的地方。

我們也不敢說每部影片出去都一定會成功。這個概念就像再厲害的打者也只是「打擊率比較高」，而不是說每一球都一定能打出去。內容這種東西就是這樣，它不是工廠產製的東西，每一個都是新的、獨一無二的，每一個都要跟這個市場做互動；不到出去的那一刻，不會知道是成功還是失敗，只是哪個團隊來做把握度高一些而已，真的沒有標準答案。

蕭宇辰也強調，對《臺灣吧》來說，知識轉譯重視的是對「內容」跟「受眾」的理解掌握能力，從中培養好的企劃能力，並能夠找到最合適的處理方式。他同樣不諱言，2019年《臺灣吧》的最大的主軸就是重新回歸媒體，「我們目前的問題是沒有辦法呼應這個時代，」蕭宇辰說道，語氣裡帶著對臺灣社會深刻的關懷和使命：「我們如何讓可以使社會前進的內容依然獲得關注？」在最初的一步引起轟動後，現在的《臺灣吧》算是處於相對穩定的狀態，然而《臺灣吧》鎖定的教育內容—例如東南亞文化的討論，卻無法完全對應臺灣當下社會氛圍。另一方面，網路環境瞬息萬變，2014年利於知識新媒體傳播的Facebook平台調整了演算法，限縮了社群粉專的力道；相對於近幾年快速竄起的網紅明星型Youtuber，《臺灣吧》的動畫製作亦耗時費工，沒有辦法靠明星效應吸引追隨者，完全是憑知識內容決勝負。蕭宇辰對此也有自己的思考，認為內容最終仍必須回歸觀眾真正的「需求」，但卻不是一味的隨波逐流，「不是說『你關注，所以我們就給你』，而是『這很重要，希望你來關注』，而且我們還能帶給你更多的東西。」



臺灣吧官方網站：<https://taiwanbar.cc/>

Q1：這也是為什麼《臺灣吧》在2019年推出線上的知識轉譯課程嗎？

啊，那真的是我最近最痛苦的事情！
那其實是在另一個概念下發展的東西。其實我們從去年就開始推動以中學生為主的營隊（臺灣吧新媒體教育營），今年又辦了給大學生的工作坊，包含視覺跟劇本。我們發現目前沒有太多人在做《臺灣吧》這個等級的事情。知識轉譯是個門檻，包裝是一個門檻，做動畫、做聲音也是一—《臺灣吧》的每一支音樂都是原創音樂。我們希望透過讓更多人知道「《臺灣吧》在做什麼事情」，或是「《臺灣吧》怎麼做事情」，有機會鼓勵更多人加入「內容倡議」、「知識倡議」的行列，一起努力。如果越多人在做類似的事情，我們搞不好還可以慢慢攻佔娛樂型的媒體。
對我來說，線上課程也是一個嘗試性的項目。在《臺灣吧》最大的好處大概就是想做什麼，得到一些資源，就可以去嘗試看看。

對於2019年，《臺灣吧》新的目標方向，蕭宇辰抱持著開放的想法，「你持續走，可能解決了一些問題，但更多新的問題會冒出來。為了解決新的問題，就要調整目前內容產製的模式。」無論是什麼內容，《臺灣吧》的核心仍在於文化內容和知識的推動，盡可能把好的東西透過《臺灣吧》這個媒體管道散播出去，如同《臺灣吧》的網站主頁開宗明義寫道，要「點燃觀眾對知識的熱情」。

以《臺灣吧》的屬性來說，蕭宇辰期許它能更

接近一個「知識的探索樂園」，「你可以在《臺灣吧》這個平台上找到各式各樣的內容，它們都是有趣的。」當然，《臺灣吧》所選擇的主題仍然會受團隊成員影響，有一些較擅長的項目，比如人文內容的探討一直是歷史學門出身的蕭宇辰十分關懷的議題。但除此之外，只要有價值、有資訊意義的內容，《臺灣吧》都有辦法協助轉化。「只要有事情發生，我們應該都要能呼應這個時代的需求，這才是一個媒體。」蕭宇辰如是說道。✎

1			
2	3	4	

1. 臺灣吧自2016所啟動的多元知識普及與推廣企劃「大抓周計畫」，同步也於線上推出比如和教科書美化計畫「美感細胞」等一同談教育翻轉的系列影片。圖片截取自〈美感細胞x大抓周計畫：聊聊教育吧EP5〉 <https://www.youtube.com/watch?v=xXYUZv8OwJo>
2. 《客客客棧》為臺灣吧與客家電視台合作，討論客家文化的系列影片，黑啤化身俠客，和觀眾一起思考客家文化在臺灣的各種面向：比如閩粵械鬥的歷史淵源、客家藍衫的「藍」料從何而來等。《客客客棧大開場》 <https://www.youtube.com/watch?v=zsSiictaQZs&list=PLwlrtr4bLdHy8I9XTuCrFdToRIGv31eW8>
3. 「法律吧」之中，以耳熟能詳的「你掉的是金斧頭，還是銀斧頭」故事，討論無權占有和物權的民法議題。圖片截取自〈湖中女神- 丟到我家就是我的嗎？〉 <https://www.youtube.com/watch?v=2sZJPQ1sz6s>
4. 看得出這張畫是在說哪幅名畫嗎？正是林布蘭的〈夜巡〉！臺灣吧別出心裁的使用手繪逐格動畫〈創作生存史：文藝復興的乾爹乾娘們〉，討論文藝復興時期以來，藝術贊助對創作者的影響。圖片截取自 https://www.youtube.com/watch?v=JJ0ZYsl_U5I



《臺灣吧》小知識

誰是黑啤？

黑啤，《臺灣吧》超人氣活招牌，一隻在酒吧上班的臺灣黑熊，據說對「新的知識」完全沒有抵抗力，會像飛蛾撲火一樣撲上去，近來擁有越來越多的死忠鐵粉。

什麼是「大抓周計畫」？

2016年，以發起「新媒體教育革命」為宗旨，由《臺灣吧》所啟動的計畫，希望讓國高中的年輕學生有機會透過大抓周計畫，接觸到更多元的知識領域，發展出探索知識的熱情。目前已經製作歷史、經濟與法律3個系列、共14支數位內容作品，累積超過470萬人次瀏覽過大抓周計畫影片。

《臺灣吧》成立於2014年，全名「臺灣各種吧股份有限公司」，第一支影片於 24 小時內突破 40 萬瀏覽人次，目前已經有25款不同知識領域，總共超過200支的科普動畫影片，近來更卯足勁每周固定上傳1支影片，簡直太感人了！

