

博物館

簡訊

JUN, 2014 no. 68

The Newsletter of
The Chinese Association of Museums



中華民國博物館學會



專題 博物館藏品與展示設計
國立故宮博物院馮明珠院長專訪
上海博物館陳燮君館長講演精華
國際博物館協會行銷與公關委員會亞洲首辦

Living and
dying

Welcome Trust Gallery

The gallery explores how people
remember that with the help of
art. It challenges us all to think
about how we can help others
remember us. The gallery is
open to all. It is a place where
we can all learn and grow.
The gallery is open to all. It is
a place where we can all learn
and grow. The gallery is open
to all. It is a place where we
can all learn and grow.

ISSN 2222-308-8



9 772222 308004

CONTENTS 目次

版權頁	02
徵稿訊息	
總編輯的話	03
專題	博物館藏品與展示設計
	英國「老」館之展示新發展 04
	從藏品到展品：自然史博物館的展覽詮釋—以「植物的魔法特展」為例 10
	改變中的博物館展示—「弱文物」 16
	跨越時空的對話·凝結記憶的風景—博物館藏品與展示設計 24
	21 世紀博物館之社會服務工作—以 MoMA 及 FSU MoFA 之藝術治療為例 31
博物館新聞	八年睽違！國際博物館管理委員會 2014 年會重返臺北城 36
	亞洲首辦！9 月國際博物館協會行銷與公關委員會接棒在大臺中召開 37
	「神品至寶」赴日展 國立故宮博物院馮明珠院長專訪 38
	城市公共文化需要睿智的文化支點 42
	銅與瓷的交輝—江西文物精品展 46

博物館簡訊

本期封面說明

大英博物館「雕像狂」(Statuephilia) 特展 (4 October 2008-25 January 2009)

大英博物館與當代藝術家合作，將英國當代雕塑家 Ron Mueck 的藝術作品 Mask II (2001-2002) 和 Hoa Hakananai'a 復活島雕像 (Rapa Nui 也就是 Easter Island) 共同陳列，形成相當不同的對比。

博物館簡訊季刊 Museum News

《博物館簡訊》每年 3、6、9、12 月發刊，藉由此一流通的平臺，與博物館同好及專業人士分享、交流您的專業經驗、思考與迴響，持續推動臺灣博物館及文化資產社群專業知能並灌注新力。

長期徵稿主題

「參與博物館相關年會、研討會心得」及「博物館 感人的故事」

投稿聯絡：請以 E-mail 寄 service@cam.org.tw，或電洽中華民國博物館學會秘書處 (02) 2361-0270 轉 702

徵稿訊息及相關格式詳見網站：www.cam.org.tw

博物館與文化半年刊 Journal of Museum and Culture

《博物館與文化》為提升博物館學術研究質量，拓展博物館學之於當代文化發展的學理發展與論述觀點，提供原創性學術論文發表園地，歡迎海內外學者賜稿。

本刊一年出版二期，於每年 6 月及 12 月出刊，刊載博物館學及跨文化研究相關領域之學術論文及評論文章，亦將策劃專輯 (Special Issue) 主動徵稿。

第七期專輯主題

博物館蒐藏的未來 (Museums and the Future of Collecting)

第八期專輯主題

博物館與典範轉移 (Museum and Paradigm Shift)

各期徵稿啓事詳見網站 www.cam.org.tw/big5/activity/cam-web/Chinese.htm

聯絡方式：來稿請以 E-mail 寄 jouyuancam@gmail.com

若檔案過大者請以光碟郵寄本刊編輯室：10066 臺北市中正區南海路 49 號 中華民國博物館學會《博物館與文化》編輯室收。

訂閱方法：有關本刊稿約等編務事宜或訂閱辦法，請電洽 (02) 2361-0270 轉 701

創會理事長

秦孝儀

顧問

漢寶德 黃光男 林柏亭 林曼麗

理事長

張譽騰

副理事長

何傳馨 陳國寧

常務理事

吳淑英 辛治寧 黃才郎 賴瑛瑛

理事

何傳坤 李莎莉 岩素芬 孫維新
徐純 張婉真 陳訓祥 陳濟民
游冉琪 黃貞燕 劉德祥 蕭宗煌
謝佩霓 劉惠媛

常務監事

徐天福

監事

王嵩山 周文豪 洪慶峰 游浩乙
葉淑貞 廖仁義

秘書長

楊式昭

執行秘書

陳柔遠

秘書

蘇育擘

網站管理

蘇育擘

《博物館簡訊》

發行人

張譽騰

編輯委員

王婉如 吳淑英 辛治寧 林國平
張婉真 陳國寧 劉惠媛 鄭邦彥
賴瑛瑛 蔡斐文

總編輯

楊式昭

編輯

蘇育擘

發行

中華民國博物館學會

地址 10066 臺北市中正區南海路 49 號

電話 (02)2361-0270 轉 701~702

傳真 (02)2389-0718

電子信箱

service@cam.org.tw

網站

www.cam.org.tw

臉書

www.facebook.com/camorgtw

封面設計

王行恭設計事務所

設計印刷

四海電子彩色製版股份有限公司

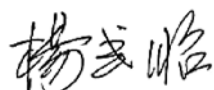
總編輯的話

From the Chief Editor

藏品是博物館的靈魂，如何展示端賴博物館人員的專業能力。本屆第二期，簡訊（68期）以「博物館藏品與展示設計」作為主題，有5篇專文討論，如「英國老館之展示新發展」及「改變中的博物館展示—弱文物」都提出新的展示觀點。「自然史博物館的展覽詮釋—以植物的魔法特展為例」呈現了研究與典藏如何展示的思維。

此外，本期封面及內容做了微幅的更動，為使讀者感受博物館界的脈動，針對本季的重大博物館事件，新規劃了「博物館新聞」單元，做深入報導。如特別專訪國立故宮博物院馮明珠院長，談「神品至寶展」赴日盛大展出的重要成果。上海博物館陳燮君館長應邀來臺主講「思源博物館學講座」，特刊出講稿全文。也對國際博物館協會今年5月間在臺北舉行的「國際博物館管理委員會暨國際人權博物館聯盟2014臺北年會」及國立歷史博物館的「銅與瓷的交輝—江西文物大展」做了特別報導。除了增強內容，日後本刊會加強美編，朝向圖文並茂的目標前進。

總編輯



英國「老」館之展示新發展

文／林仲如
專題報導——博物館藏品與展示設計

加強硬體設備，增加展示設計感，是近年來博物館努力的方向，也是英國英格蘭地區得到館經費補助的重要管道，不論是樂彩基金還是指定任務基金 (Designated Challenge Fund)，博物館多著墨於改善觀眾設施及常設展場，強化舊有館舍，使展覽設計變得有趣好玩，或是結合當代風潮成為新穎的文化藝術場所，這些都是博物館親民化的最直接表現。因此在英國就算是老館如大英博物館或是自然史博物館，都致力於這方面的發展。

大英博物館

大英博物館這個西元 1754 年成立的「老」展演空間，二百多年來館舍逐年改變，近年來更以符合現代性的方式呈現。第一步是將原為西元 1852-1857 年所建的 the Reading Room 也是大英圖書館前身遷出：因館內展示空間不足及觀眾設施需求的關係，於西元 1997 年被移至倫敦 St Pancras 地區。之後，大英博物館改建了中央圓型大中庭 (Great Court)，為展場增添不少「明亮」與「摩登感」。第二步則是將原置於他館或庫房中的典藏品一一展出，改變其原展示手法，讓人有耳目一新的感覺，以下列二個民族學展覽為例：



大英博物館內生與死展廳中的面具館藏



現今大英博物館的 Great Court

一、生與死展廳與非洲館

大英博物館的民族學收藏世界有名，其種類含概世界五大洲，數量約有 35 萬件之多，這麼大的收藏，在早期並不受到重視。西元 1808 年 6 月，英國政府命令大英博物館處理民族學展品以便「示範各國特殊的文化、宗教、政府、商業、製造業及貿易」¹，在這個目的下成立南海

室 (South Sea Room)。這個展示「人工奇特性」(artificial curiosities) 的場域，是當時最受歡迎的展廳。這間展廳包含中古世紀的歐洲、中國、非洲、美洲及南海等收藏，放置於約十六個展櫃中，簡單的依照國家地區的不同而區分。但當時的館長對這批展品並非如大眾般的熱烈支持，如在西元 1836 年董事會購買難得一見的東方收藏，而館長 Antonio Panizzi 在 1860 年的訪問中表達了他對於這批民族學收藏的看法：記者問：聽說拜占庭、東方、墨西哥及秘魯的古董均堆裝在地下室？

¹ 原文 "illustrate particular customs of different nations, their religion, their government, their commerce, manufactures or trades", 載於大英博物館之 Committee minutes, Vol.9, 2391 頁, 20, June, 1808.

館長答：是的，有一些，但我並不認為他們放在那裡有任何的損失，沒有其他地方比那裡更好了。

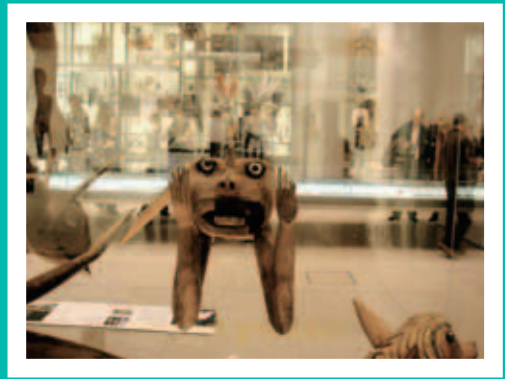
記者問：將民族學收藏放置在館內是否是你的意見？

館長答：我不認為，我想最好是將他們放在一個分開的地方。²

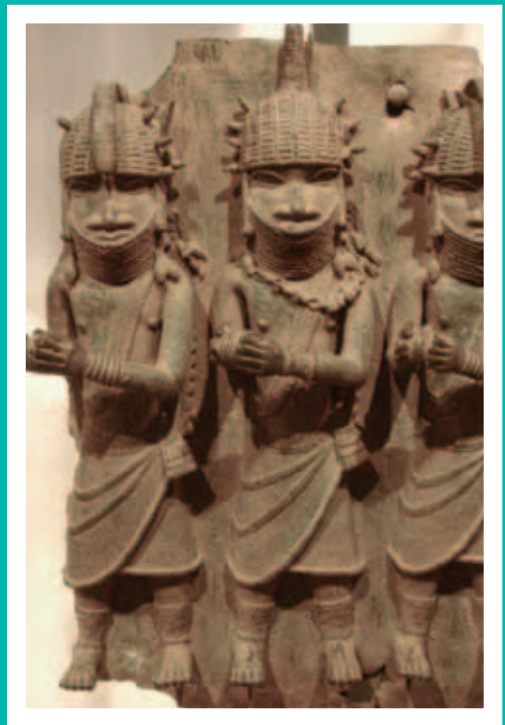
這樣的想法直到新的館長 Augustus Wollaston Franks(1866 – 1896) 上任，因為 Franks 館長想要讓大英博物館成為第一個將東方文物視為有考古及藝術史研究價值的歐洲機構，便改變作法，但最終民族學收藏還是被移出了大英博物館的本館，後來因為大英圖書館移出，開始可以於本館設立民族學展廳³，「生與死」展覽就是在有這樣的典藏品背景下所策劃出的新展覽。

「生與死」特展是以位於非洲及太平洋小島的少數民族，對生與死儀式所使用之物件做為展品，該展覽並非是在談論嚴肅的生命哲學思辯，而是原為儀式中代表鬼神的聖物或是嚇跑惡靈的面具，在此時都成為如百貨公司櫥窗內的藝術展品，燈光、展示的方式、展品間的互動，使這些社會大眾較為陌生的各地區民族學收藏品，瞬間在這個大展廳的主標題 – 「生與死」中跳出，用這種方式瞬間可使觀眾了解到各民族對於生與死的儀式所使用的聖物為何、其樣貌為何、其文化為何。

現在所有博物館均面臨類似的問題，當展場設計與展覽教育放在同一個展廳時，二者很難平衡。因此在這展廳中，關於各展品的說明牌不



生與死展廳中明亮的展示設計



Benin 古戰士黃銅浮雕

多，標題牌也沒有詳盡的解說，僅有在展櫃中放映各民族在進行生死儀式的影片，這種強調視覺性的展示手法與大英博物館其他展廳相較之下，明顯的不同。

在此展廳內有個樓梯指向一個獨立的地下展廳 – 非洲館。大英博物館的非洲收藏以 Benin 黃銅收藏聞名。Benin 典藏品不但是非洲藝術經典的代表，而且也是十九世紀以來帝國主義對殖民地血腥統治史的見證，過去大英帝國戰利品的象徵，現在成為奈及利亞政府極力想要取

2 摘自” Committee on the British Museum, 1860, 第十六卷, 173 頁。

3 這批民族學的展品在 1970 至 1997 間，原收藏於 Museum of Mankind 展示。英國博物館學界對此現象長期來均有所爭議，認為將「原始藝術」(也就是我們常認知的民族學藝術)放置於大英博物館本館之外，代表著博物館意在將「文明」- 如埃及、二河流域、希臘羅馬、中國、印度等等與民族學做高低的區分。

回的國寶，無形中給予大英博物館極大的壓力，因此英國政府確實將這批「國寶」照料的很好，黃銅這種需要被照顧的材質，在非洲展廳內，看不到一絲的銅銹，也沒有不正常的凹凸痕，黃銅的原始色澤仍保留並大方的展現它們原始高超的藝術技巧。Benin 藝術的特點 – 細緻的

新式的展示方式，展品放置的原始基本原則，90 至 110 公分高的展櫃高度，展架和平櫃，排列式的擺放，在這裡全部打破。相對的，全罩式玻璃櫃，背後採光的燈照方式，大量懸掛式的擺設方法，傳統展示概念中需避免的完全看不到的置頂或需蹲下的展品空間，這裡完全沒



大英博物館非洲展館 Benin 浮雕的展示方式

紋路，優美的線條，對該材質高度的應用發揮，在如裝置藝術的擺設方式下，使這個十五、十六世紀的收藏品，展現出其高度的藝術性。當我們對於大英博物館藏品來源感到遺憾的同時，若以現代的角度來看這個已存在的事實，似乎將世界精美的藝術品放在同一個地方，有專業人員保存，規劃展示，讓世界各國的人可以來一次看全世界的文明藝術，這種博物館的立意，客觀來說，確實是造福全人類。大英博物館在這一點上確實符合所想傳達的精神，A museum of the world, for the world. (包含全世界的博物館，也同時服務全世界)。

在這二個民族學展館中，我們看到的是大英博物館以新的心態與展示手法面對民族學展品，與十九世紀的對於民族學的「新奇」感，利用

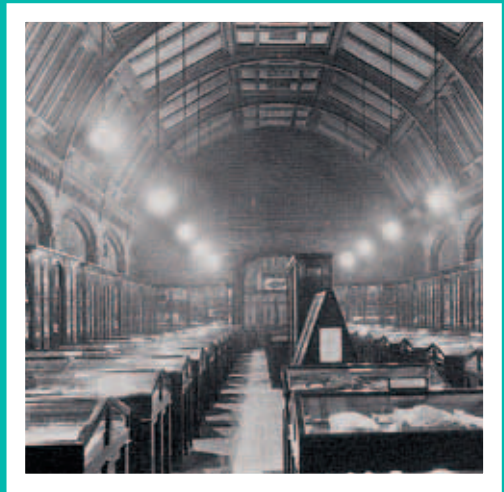
有忌諱。展廳所表現的是個明亮和摩登的展示空間，和博物館大廳相對應，這類型將概念如裝置藝術般呈現的展示設計，可以說是大英博物館企圖表現的一種新的展覽概念。

二 雕像狂特展 (Statuephilia)⁴

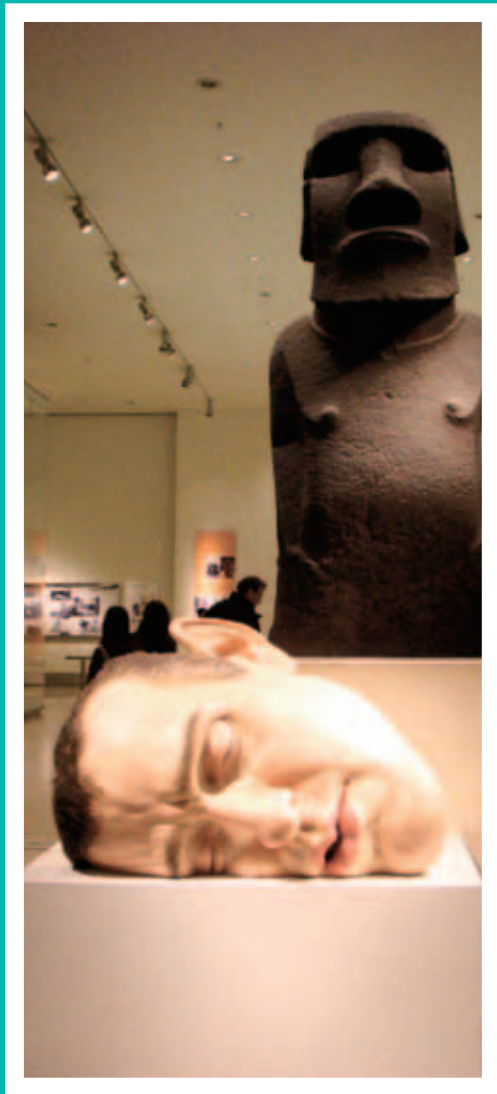
於 2008 年年底，大英博物館再度與當代藝術家合作，在上述生與死展廳入口處將英國當代雕塑家 Ron Mueck 的藝術作品 Mask II (2001-2002) 和 Hoa Hakananai'a 復活島雕像 (Rapa Nui 也就是 Easter Island) 共同陳列，形成相當不同的對比。這個名為「雕像狂」特展 (Statuephilia) 的當代特展，為近年來大英

⁴ 該展展期為西元 2008 年 10 月 4 日到西元 2009 年 1 月 25 日。

博物館一直在嘗試將當代融合到過去及將過去帶領到現代的另一結果。特展是由客座策展人 Waldemar Januszczak 和 James Fox 策劃。展覽源自於亨利摩爾 (Henry Moore) 曾說過在拜訪大英博物館時，得到令人驚異的靈感。因而本展邀請了英國當代五大雕塑名家 Ron Mueck、Anotony Gormley、Marc Quinn、Damien Hirst 和 Noble&Webster 共襄盛舉，這此藝術家表示過同樣會受到博物館的啟發，因此在這次特展中，針對大英博物館任一常設展廳發表一件雕塑作品或裝置藝術，並需與該展廳有所互動，來表達自己概念與博物館的聯結關係。為此 Anotony Gormley 和 Ron Mueck 使用過



1923 年英國自然史博物館中的魚展示廳



Ron Mueck 的 Mask II

去的大型創作與亞述、羅馬等古文明的大型雕塑對話。而 Marc Quinn 則使用閃亮的金材質打造出英國超級名模 Kass Moss 雕像於希臘雕像館內，代表著新時代的女神象徵。Damien Hirst 和 Noble&Webster 則依大英收藏品所激發出的靈感創作出新作。這個展覽企圖證明五件當代裝置雕塑可藉由裝置於歷史性氛圍下得到更深的意涵，並將過去的藝術帶至現代⁵。

這樣的企圖，似乎並沒有完全被英國藝術評論者接受，有人認為是這樣的安排太唐兀，當代藝術與典藏品的材質、形制、風格完全不同，放在同一個空間中，完全沒有辦法相融⁶。或許對於這種過去與現在對話的方式，每個人的看法不同，但當代藝術向來挑戰社會感觀，並有著引導社會話題的傾向，若博物館展覽也能引發這種令人批判討論的風潮，對博物館來說未嘗不是一件好事。

無論是明亮摩登的展示空間，或是將當代藝術放置於常設展場內與館藏品間進行對話，大英博物館的作法，也許引起社會爭議，但同時代

5 原文引自展覽摺頁：These five installations show how our understanding of modern art can be deepened by placing it in an historic, global context and reveal just how powerful the art of the past is today.

6 藝評家 Ossian Ward 就於 2008 年 12 月 18 到 31 日期的 Time Out London 中的展覽評論，很不容氣的指出這些作品置於大英博物館內的不適合。

表著一個歷史悠久且具有指標性質的博物館，試圖在博物館的傳統概念中，尋找一種新穎與當代社會結合的方式。博物館為過去的代表，也是一種不容爭議的學術權威，利用展示方式的「百貨公司化」和當代藝術的「前衛風格」的直接進入這個「歷史空間」，換句話說，把現在加入過去，使博物館展廳產生時間與空間的一點波動，視覺上多了一種新鮮感，話題上多了一些批判性，讓觀眾的有不一樣的博物館經驗，讓博物館與當代藝術的距離拉近。

英國自然史博物館

英國自然史博物館這個與大英博物館有「血緣」上關係的老館，也有類似的作法與評價。西元 2008 年為慶祝達爾文出生二百週年，展開「達爾文的頂篷 Darwin's Canopy」計畫，計畫中邀請十位當代藝術家，以達爾文為主題，設計博物館的天花板。最後由 Tania Kovats 的 Tree 這個作品獲選。這位善於與地景藝術結合的藝術家，以達爾文手畫稿一樹的進化論為藍圖，找到一顆與達爾文同歲數的橡木，以拼貼的方式完成大廳後方中樓層展廳天花板的裝飾。剩下的橡木，也由藝術家簽名，以 Branch 為名，限量 60 組，視為藝術品發行販售，提供民眾購藏。不論藝術家所裝飾後的天花板是否可以表達出達爾文對人類的貢獻，但與當代藝術的結合，對於一個強調自然史的博物館，創造出一種自然、科學與當代藝術結合的展示方式。這

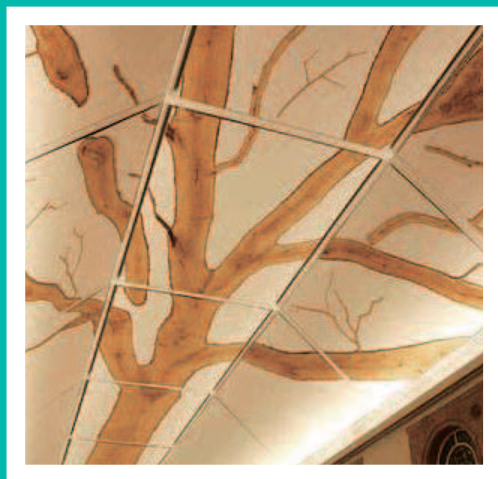
一點也許和達爾文的進化論所引領人類走向新思維有相同的原創性。

博物館與視覺藝術的合作，使各類原創性作品有發揮的平台，也賦予文化創意工作者一個可以表現自我的空間，相信這不單只是把博物館、美術館視為展演空間那麼的簡單。博物館提供多元的使用方法，各類的藝術型式，將文化、自然、科學的奧妙，巧妙的運用展示技術，打開了觀眾的眼睛，藉由專家學者的說明，讓世界各種神奇轉化在一個空間中，呈現在觀眾面前。博物館從過去到現代，都是「好奇寶盒」的代表，若無法將這個寶盒以吸引人的方式打開，正如沒有舞台、聲光、音響、道具及助手的魔術師，空有技法卻沒有施展的空間，將無法抓住大眾的目光。博物館的展品與展示為博物館最直接與觀眾接觸的管道，如何使這個管道暢通，成為各館所專業人員大顯身手的最好挑戰。

本文作者為國立歷史博物館展覽組研究助理



Marc Quinn 的 Kass Moss



Tania Kovats 的樹天花板

專題報導——博物館藏品與展示設計

從藏品到展品： 自然史博物館的展覽詮釋—— 以「植物的魔法特展」為例

文／郭昭翎 許毓純

展覽是博物館的公眾形象。透過展覽將藏品和訊息有技巧地呈現在觀眾眼前是博物館獨有的活動，而大部分民眾也是經由展覽來認識博物館¹。

Professional Networks Council of the American Alliance of Museums, 2012

自文藝復興時期開始，人們從以神為思考中心轉向以人為思考中心，在啟蒙時期之後，人們對人類歷史、科學、自然萬物與宇宙的關係更為關注。博物學家因為對世界的好奇與關懷，試圖從自然萬物中找出秩序，並循著這些秩序脈絡來理解這世界。他們旅遊各地，尋找、觀察、研究與採集與人類歷史或自然相關的物件，如岩礦、動物、植物標本與人類學文物等，對他們而言這些文物、標本是建立世界秩序中的一個環節，一個標本代表的意義往往是一個族群或物種、一種現象或在秩序網絡中的一個位置等，歸納分析這些物件及其脈絡線索，便可以畫出更清晰的架構，更深入認識這世界，這些為了研究而收集的物件也成了他們的收藏。人類學家或科學家還會藉由文字或繪圖來深入觀察與紀錄，隨著科技的演進，顯微鏡、電子顯微鏡、縮時攝影技術等工具讓科學家在採集標本、觀察繪圖之外，還可以捕捉肉眼無法觀察到的影像，這些不論是標本、圖繪、照片或影像也博物館重要的典藏品。

1 Standards for Museum Exhibitions and Indicators of Excellence by Professional Networks Council of the American Alliance of Museums, 2012.



啟蒙時期的「珍奇屋」 富蘭提·因普拉托的自然史博物館 義大利 拿坡里 1672 / 圖片提供：Wellcome Library, London

然而，這些研究與典藏要如何展示呢？展覽希望傳達給觀眾的訊息是甚麼呢？

文藝復興時期與啟蒙時期，博物學家們會為這些收集到的文物及標本設置「珍奇屋」（cabinets of curiosities）來陳列這些「百科全書式收藏」²，這些標本物件有的亦成為現在自然史博物館典藏的一部分。當時「珍奇屋」的概念是世界的縮影³，是以收藏品為核心的展示，收藏者與參觀者多為權貴菁英，以奇珍異寶來展現收藏者的能力及對知識的掌握。隨著研究典藏與時俱進，自然史博物館的展覽主題與目標愈來愈明確，展覽開始引用分類學的概念，將標本依分類學方式歸類展示，並加上圖文說明，以向大眾展示科學成就及傳遞知識為展示目標。到了近代，博物館學興起，觀眾成為博物館主要服務對象，自然史博物館的展覽除了運用博物館的研究與典藏為基礎，傳遞知識之外，更重要的是希望能夠引發觀眾對自然的好奇，感受到其奧妙與珍貴，並增進對自然環境的珍惜，同時也與博物館產生更緊密的連結。因此展示了傳遞知識外，更要回應觀眾的需求，引發學習的意願與強化博物館經驗，因此展覽詮釋理論與技術發展得更細緻，如開發主題式的展覽、設定目標觀眾並依觀眾屬性發展展示文案、感官體驗設計及鼓勵觀眾參與的展示手法等，展

2 王嵩山，博物館與物觀《博物館學季刊》18（2），2004。

3 Francesco Fiorani, reviewing Bredecamp 1995 in *Renaissance Quarterly* 51.1 (Spring 1998:268-270) p 268.



1930年代的自然史博物館展示 國立臺灣博物館 礦石標本陳列室

品的來源也更為多元，包括文物及標本藏品、數位影音圖像，甚至聲音及氣味等。

以「植物的魔法特展」為例，本展是以介紹植物形態、生長與繁殖現象等植物學知識為基礎，讓觀眾認識植物的重要與多樣性、生物與自然環境相互依存的關係。植物看似平凡又普遍，再加上它們的動態緩慢，不易被肉眼所觀察，要想讓觀眾注意到植物特性，就必須將學理性的研究與論述，透過展覽語彙的詮釋，讓觀眾覺得驚奇，耳目一新。因此展覽文案詮釋一開始便以「驚奇」為概念來構思如何敘述植物所擁有的「神奇力量」。

展覽內容分別以「植物生存首部曲」，由豐富的「生命樹」拉開序幕，循序呈現植物為了生存演化出追求「光」、「水」及「家」等重要能力，也同時介紹各式各樣植物保護自己的方式；「植物繁衍二部曲」說明植物傳宗接代與傳播的絕技及「植物的人間魔法」介紹植物在人類歷史上的重要影響。為了讓這些展示內容

精彩有趣，特別以奇特或有趣的案例中的植物元素或物種來作為每個單元的主要明星。例如，植物負責進行光合作用的「綠色魔法石」（葉綠體）也要作防曬？又如有些蘭花為了吸引特定雄蜂前來授粉以增加繁殖的機會，花朵幾經演化，像極了授粉者的理想情人——雌蜂，用來引誘雄蜂上門；而刺槐為了對抗動物敵人——長頸鹿，讓螞蟻在樹上吃住，而當長頸鹿吃葉子的時候，這些螞蟻為了保護家園，便會像軍隊一樣出擊，幫刺槐趕走牠們。以令人「驚奇」的案例作為出發點，除了吸引觀眾的注意，增進觀展與學習趣味之外，也希望透過不同角度探索植物世界的方式，可以鼓勵觀眾以更多元面向觀察植物。

透過展覽詮釋，不但可以活化科學知識，也在展品的挑選上有不同的方向。內容豐富文案亦需要精彩的展品來支撐，才能達到相輔相成的展示效果。例如，植物為了讓昆蟲授粉成功所演化出的精巧構造，最適合以放大的模型，甚至是互動操作，讓觀眾「眼見為憑」！當談



「生命樹」單元以腊葉標本、模型及古典插畫表現豐富的植物世界

到既沒有葉綠素，也不事生產的植物—在這展覽中我們稱它為「植物吸血鬼」，就得搬出號稱世界上最大的花—「大王花」永生標本藏品，它的量體與真實感能讓觀眾看過後就忘不了；

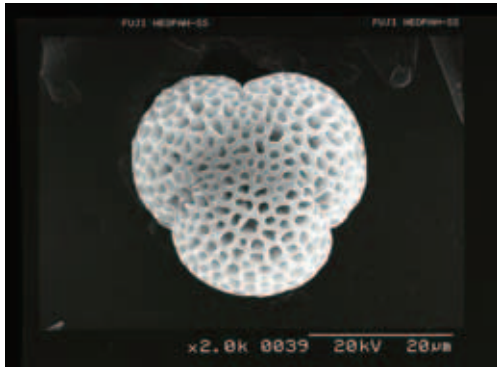
「生命樹」單元以植物分類的架構為基礎，希望藉由這架構來展現植物演化歷程與多樣性的抽象概念，認識豐富優美的植物世界，因此在展品的選擇上選用具分類代表性，且形態豐富與色彩古典的腊葉標本為主要展品，再加上 19 世紀的科學插畫及古董模型的展示，標本與古文物的穿插搭配，既有科學的真實感，又能帶出演化的歷史氛圍；而要讓觀眾看到植物的「行動力」，縮時攝影技術可以將植物動作快速呈現，從影片中可清楚地看出植物為爭取（奪）陽光、水及土地等的生存技巧，無所不用其極地運動方式，戲劇化的程度讓人驚嘆，例如寄生的菟絲子在爬上宿主的枝幹後，大口咬住枝幹吸食養分的畫面，相較肉食動物捕獵畫面毫不遜色。

這些材料屬性不同，而且其中還包括了特殊物種的展品要如何徵集呢？

博物館所收藏的植物標本，大多以研究為目的而採集製作，其狀況與外觀未必適合展示，但這些典藏卻是很好的資料庫，可以作為採集製作展示用腊葉標本的參考，而一些永生標本則可直接作為展示使用，如大王花與巨花蒟蒻等。另外，因本展所挑選的「奇特」物種遍及全球，



「家的魔法」單元以植物活體及影片展示食蟲植物，讓觀眾直接觀察植物形態與動態，並想像其與生物之間的互動關係



「花的愛情故事」單元以花粉在顯微鏡下的影像作為展示設計概念 / 山素英花粉 SEM 影像

而且部分物種因為特殊或為新進研究案例，未必可於博物館現有典藏或研究資料庫中取得，為了徵集質量俱佳的展品，必須擴展展品徵集來源，並且跨界合作，如本展向輔仁大學生命科學系商借該校於西元 1964 年創系時神父從歐洲帶來的植物模型；19 世紀的植物科學插畫是透過密蘇里州植物園的珍貴書籍數位典藏庫取得 (<http://www.botanicus.org>)；鐵鎚蘭與授粉者的影片則是直接向專門研究此授粉議題的澳洲大學教授 Rod Peakall 洽談商借；一些古插畫則是受惠於倫敦衛爾康圖書館 (Wellcome Library, London) 的古圖像開放公眾使用政策及而取得；數百張花朵、葉子與種子的生態照片亦向台灣植物分類學會會員及植物攝影同好徵集而來。

展示文案與展品是展場的主要內容，展示空間及硬體設計可以根據文案內容及展品形成相呼應空間氛圍，讓觀眾更容易進入展示內容情境。「植物的魔法」展示設計核心從「魔法」開始，因此展場空間設計以戲劇化、故事性的方式來規劃動線、設計展櫃及照明，讓觀眾一走進展覽馬上能明確感受到與外面現實世界迥然不同的空間氛圍。展品陳列設計也經過巧思，讓展品、文案與展場連結融合，更精確地說，展場的展櫃與圖文版是專門為每件展品與展示內容量身打造的，所有展品都有獨一無二的展示櫥窗，並與其展示內容緊密扣合。例如：一進展場的「生命樹」（植物的演化與分類）展區有像是迷宮一樣的引導線，依序分別連接

至各式不同標本、模型、圖繪等，呈現出繁複多樣的植物世界，而那也是展示想要帶給觀眾的有關植物的第一印象，每件展品和它的位置都是不可相互替代的；「家的魔法」展區則以小劇場方式來表現植物與環境的關係，其中以植物活體如食蟲植物等作為展品，帶給觀眾更多的想像空間。在另一展廳「花的愛情故事」中將花粉在電子顯微鏡底下的讓人驚嘆的影像放大並轉化為作為空間元素，讓觀眾在其間穿梭，創造特殊的空間體驗；同樣的，在展覽結尾以放大的蒲公英球狀果序加深觀眾印象，而在每個端點放置各式種子標本，讓觀眾可以有細看的趣味。

今日的自然史博物館已經不再是單純以展示藏品為目的策劃展覽，而是藉由主題式展覽呈現更多人類對自然或環境的觀點式闡述，如生物多樣性、生物與環境等，藏品在展覽中則成為串連這些自然史網絡中的節點或證據展品，而這樣的展覽不但需要聚集研究、典藏的能量，如徵集來自不同館所的展品，更需要經由跨領域的知識描述與展示詮釋整合，如攝影師與研究人員共同合作拍攝生物互動且畫面優美的科學影片；又如研究、典藏人員與展示設計師共同研發獨特的展品展示手法。透過這樣的合作方式不但可以提升展覽品質，而且同時也為博物館的研究與典藏開發出更多用於展覽之可能性。

本文作者郭昭翎為國立臺灣博物館展示企劃組研究助理
許毓純現職為國立臺灣博物館典藏組研究員助理



「尋找新天地—種子的傳播」單元以蒲公英果序為設計元素，於端點放置種子標本



「水的魔法」單元以設計裝置及維管束顯微鏡影像呈現

改變中的博物館展示——「弱文物」

文／林志峰
專題報導——博物館藏品與展示設計



工業革命時期的英國國力如日中天，由維多利亞女王的丈夫—亞伯特親王，所發起的萬國博覽會展示十萬件以上的時代發明

摘要

自十九世紀以來英國便是創新博物館展示觀念的提倡者，除了我們熟悉的大英博物館收藏，這近兩個世紀以來英國各館也慢慢在改變文物收藏範疇。然而晚至二十世紀中後期才關心博物館展示的我國，對展示物件的定義似乎還停留在英國的150年前，不時只專注在珍貴稀有的收藏，亦或者是真跡與非真跡的思辯。又或者過度依賴多媒體的聲光燦爛蠱惑人心。不管這種收古董的舊思維或濫用的娛樂技巧，都大大地限制了博物館的多樣性發展，也與觀眾之間產生一道鴻溝，所以博物館始終是臺灣精英的小眾領域。

迷戀雄偉建築

自從1851年第一屆萬國博覽會以來，「展示」已經是件重要而且可以離開博物館的獨立



上圖是水晶宮燒燬前全貌，下圖為燒燬後的殘跡



英國倫敦市交通博物館展示 1851 年第一屆萬國博覽會期間，公共運輸不符使用窘境，足見展覽受歡迎之程度

活動，當活動結束之後就可以把硬體設施給拆除！人們「純粹地」對參觀展示而留下記憶，不必要舊地重遊去「憑弔」那個爲了展示而存在的建築物！然而，當時的人們卻還是迷戀雄偉建築，而選擇遺忘展覽內容！

那場在倫敦海德公園舉辦的萬國博覽會展示館，主體建築被稱爲水晶宮（The Crystal Palace），是一個以鋼鐵爲骨架、玻璃爲主要建材的建築，也是十九世紀的英國建築壯舉，是時代進步的工業革命產物。一直到 1936 年以前扮演英國在文明史上的亮點，對當年社會的各種階級的人來說，拜訪水晶宮不僅僅是參觀珍稀文物，也感同國家興盛之榮耀，期間所造成的倫敦交通問題也可想而知！當時的雙層馬車巴士，前往騎士橋會場的班車可說是班班客滿！水晶宮因展現了園藝師一約瑟夫·帕克

斯頓（Joseph Paxton）的天賦，這位設計師因此受封爲騎士。既然如此，在博覽會活動結束之後，便有民意代表爲留下這個建築而發出聲音。事情發展至此，已經失去原本博覽會對於建築物只是臨時使用的原意了！

兩年後搬到別的地方重新開幕，一樣請來維多利亞女王。直到 1936 年 11 月 30 日，一場火災襲擊了這個美麗的宮殿，火焰吞噬了大英帝國以及無數人對水晶宮的夢想。過程中，英國居民可在幾里外遙望這個烈火，加上沒有適當的保險可以重建，這時大家終於體認不該再重建，八十五年，夠了！這個偉大的象徵已經老舊了。在營運後期，水晶宮的經營日益衰弱，原因可以歸納成三點：一是入場費的收入無法平衡支出，這並不難想像；二是越來越難以迎合人們的口味，難敵近代各種休閒產業的發展



1936年11月30日，一場大火吞噬了大英帝國以及無數人對水晶宮的夢想

正如雨後春筍蓬勃；三是週日，這一天不巧也是水晶宮休館日。在那個宗教為首的時代，宗教人士主張週日不應該工作，也不支持利用主日來休閒或放鬆自己。而如果人們想利用時間參觀，就必須在平常上班日，這當然也是不可能的事情，因此水晶宮的財務更是每況愈下，畢竟熱潮已過，不值得專程請假去參觀。

重新思考展示的本質

看完水晶宮的案例不得不重新思考展示的「本質」，唯有達成與參觀者的訊息傳播才能算不負眾望吧？如今站在二十一世紀談展示，想想就在不遠的過去我們所提供的「教育」訊息做得很多，同時也相當具有「專業」的參考價值，遊客們可說是目不暇給，這一切並看不出有何不妥。但是，博物館從業者應該用「溝通」來取代教育¹。那麼「溝通」又該如何不同於我們熟悉的教育呢？爲了達到溝通的目的，「娛樂」

1 Eilean Hooper-Greenhill (1994), *Museum: ideal learning environments, Museums and their Visitors*, Routledge, UK, p140-170.



為了保存大英民族的共同記憶，如今拜訪倫敦博物館，可以從模型及圖片一窺緬懷英國史上壯闊的年代

成份的加入，讓博物館的展示顯得有趣，同時也可以吸引更多人到博物館，這很容易被臺灣的從業者誤解，所以這個論調也許要先保留。

博物館的展示如何做到有娛樂的成份，可以用「距離」來說明其改變²。比如說印象中博物館傳遞訊息的方式不外乎文物陳列、文宣出版品、視聽設備等等，這些方式的共同特徵就是與觀眾存在一定的距離感。相較之下，如果可以考慮透過「面對面」，也就是零距離的方式，如動手操作、畫圖、製造、對談甚至是一場秀，那不就精采多了嗎？亦或者用比較不嚴肅、親切或根本不是印象中珍貴的「尋常物品」來展示，可以嗎？

誕生希望的「伊甸園計劃」

於2001年三月開幕的英國西南部的Cornwall郡「伊甸園計劃」(Eden Project)，背後的故事也許可以說明爲何有太多博物館會面臨經營

2 同上



「伊甸園計劃」熱帶氣候溫室中東南亞植物區，出現亞洲才有的摩托車，以描述當地人為適應環境的交通方式



英國的小朋友對出現在伊甸園計劃的「高腳屋」感到十分好奇



愛丁堡國立蘇格蘭博物館以電鍋證明華人的移入

不善的窘境。因為這個夢想是由一群充滿熱情與大膽的團隊所促成，這裡姑且不談其過程的艱難，光是看它所造成的掌聲便不絕於耳。

為了呈現不同於英國當地溼冷氣候，園區兩個大型溫室分別為地中海型氣候及熱帶氣候。當中除了植物，還有以此氣候為生的產業及人文，所以它所呈現的是人與自然之間密不可分的關聯。其中東南亞植物區，在遠處滿佈熱帶植物的雨林中出現亞洲才有的運輸工具—「摩托車」，以描述當地人為適應環境，克服地形障礙的交通方式；近處則興建熱帶特有的高腳屋，讓居住在寒冷氣候的英國參觀者有機會探索不同氣候下的生活型態。反觀臺灣，昂貴的溫室中展示的植物，往往就是參觀者所熟悉的亞熱帶或差異不大的雨林氣候。而且植物以外，大



英國家喻戶曉明星休葛蘭的犯罪照片出現在布拉福國立媒體博物館



倫敦博物館以不同時期女性內衣的風格來象徵不同時代價值觀

概沒有其他的文化面可以敘事了，參觀起來當然比較不容易感動，這應該也算合理！

除此，展示時選擇一個參觀者意料之外的物件，放在原本「神聖」的博物館裡，也頗能引人反思。1998年「國立蘇格蘭博物館」(National Museum of Scotland)成立新館，以蘇格蘭歷史的演進為展示主軸，在參觀到近代歷史區時意外看到「電鍋」，一個乍看和蘇格蘭毫無關連的東西！原來1997年香港歸還中國時，有許多華人移居蘇格蘭，因為華人吃米飯的飲食方式，所以博物館就以電鍋來反映文化的變遷。同理，英國中部布拉福國立媒體博物館(The National Media Museum)用大明星休葛蘭的犯罪照片，來展示頭條新聞是最適合不過了；倫敦博物館(Museum of London)也利用了三個不同時期女性內衣的風格，來讓參觀者知道倫敦人價值觀的改變，這些展示的物件都很能引人側目，而且幽默！

真正的東西

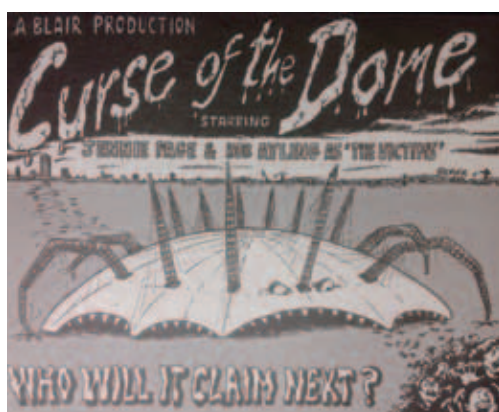
猶記得公元二千年，觀光客在倫敦除了參訪以收藏豐富著稱的大英博物館外，搭乘倫敦灰色線地下鐵(Jubilee Line)穿越地質極限的泰晤士河河底前往格林威治的「千禧巨蛋」(The Dome)，一睹「設計師」所創造新奇展示經驗，以便為自己多留下一處難忘的人生經驗。

只是，這個原本應該叫好又叫座的計劃卻在營運不到半年的時候無以為繼，而面臨日後關閉的命運。當時媒體的冷熱嘲諷，簡直是雪上加霜，在營運幾個月之後，已將營業目標從每年一千兩百萬參觀人次下修到七百萬人。其間更傳出日本財團有意接手，最後當然是關門大吉。今天它是個類似台北小巨蛋一般的展演及比賽場所，當時開幕時所建設的展示設施早已除拆。這次英國解決問題的速度比150年前快很多，因為媒體的語氣可是很不好！

曾有人問博物館的展示有何特質？就是要有真正的「東西」啊！聽起來容易，但就是有人會犯這個錯誤。前面曾提到為了豐富展示的效果，



「千禧巨蛋」中的展示充滿娛樂效果，卻沒有真正的「東西」！



2000年英國報紙以首相布萊爾出品的恐怖片來形容「千禧巨蛋」是個錯誤政策

「娛樂」的導入有其正當性，這裡則導出一個新問題，「千禧巨蛋」可說是上個世紀展示技術的總結，展示的主題十分抽象，好比說是「宗教」、「教育」、「環保」……等，為引起參觀的興趣，比照「迪士尼」的參觀經驗是當時的方針，參觀時人們相當驚奇，但沒有主題樂園過癮，也不像博物館有「文物」可驚呼連連，當然也就不再來了！

是弱文物也是「視覺的諺語」

進入二十一世紀也經歷了幾翻波折，人們已經準備好走向「大英博物館」——這個可以到地

地看文物展示的地方，而大英博物館是否準備好迎接回籠的人潮了呢？今天參觀者來到大英博物館，可以先繞過一樓的「大中庭」（Great Court），再走到最後面的「生與死」（Living and Dying）展廳，這裡沒有大英博物館著名的收藏，這裡以一般人所不甚熟悉少數民族的生命禮俗為展示內容。突然要看的話，會讓參觀者有陌生的不親切感！於是在展場正中央先有個和一般人熟悉的展示——「從搖籃到墓碑」（



大英博物館「生與死」中的「從搖籃到墓碑」展示單元



「從搖籃到墓碑」展示單元用「聖經」來比喻人生進入成年期的叛逆需求



「從搖籃到墓碑」展示單元用「煙灰缸」說出人生進入成年期的叛逆性格

Cradle to Grave) 來引起人們的注意，這個以各式各樣藥丸為裝置的大玻璃桌子下，展示現代人從出生到死亡，過程中身體及心智的改變，人生故事開始於一紙「出生證明」，結束於另一紙「死亡證明」！整個展示在每個人都會吃到的藥丸鋪陳下，展開各式各樣的病痛、歡愉及賴以為生的醫療和精神寄託的「文物」陳列，好比說「一杯紅酒」、「一張 X 光片」、或「一本聖經」……先看過這與自己息息相關的「生與死」後，突然像是對於生死有了更深的認識，再去看那些陌生民族的生命禮俗，也就能夠感同身受，完全拉近了參觀者與展示內容之間的距離。

這個展場出現的物件，不管是出生證明、藥丸、聖經、…與大英博物館的知名收藏，簡直不能相比。但是這些虛弱又談不上不珍貴的文物，卻可能達成與參觀者溝通的目的，這類物件大大吸引博物館「潛在參觀者」。

從這些展示運用文物傳達訊息的方式，讓我們往後遇到沒有好的、珍貴的收藏品的博物館展示策劃任務時，不妨發展與博物館使命相同的



參觀華航博物館時，可從旋轉衣櫃看到不同時期的「空姐制服」

「展示議題」，然而在「真正的東西」這個梗上，運用姑且稱呼的「弱文物」吧！

位於桃園中華航空公司總部的「華航博物館」（CAL Museum），涵蓋五個展示主題，超過數百件文物收藏。其中可親自體驗的「電動商務艙座椅」讓平常只坐過經濟艙的參觀者，感受華航的「尊爵」服務；收藏老機長原本要丟棄的「機師隨身手提箱」，傳達飛行員工作時時有最充分準備；在「華航是個大家庭」的展區，展出兩支「對講機」來描述運務人員的工作方式；也安排來自世界各大城市的「地標紀念品」，象徵華航航班所到之處，這裡完全沒有珍貴文物，但十分讓參觀者認同。

看完以上的英國展示設計簡史，如果我們把臺灣的博物館現況銜接到 150 年來英國博物館展示設計的改變之後，不難發現我們正在走回頭路！這些竄路藍縷的展示歷程，我們似乎沒有給臺灣從業者任何啟示！「雄偉建築」、「珍貴文物」、「過度娛樂」可以換個口味嗎？

也或許可以用「視覺的諺語」來互相勉勵！這些原本不該出現在博物館展示中的「弱文物」，

因為它們的出現就像是一句脫口而出的諺語般，引起參觀者的共鳴或一目了然。這種符合博物館展示要求傳達訊息卻不教條，當然也沒有「過當娛樂」所造成對博物館的誤解，也不要只是被絢麗的建築物給迷惑。仔細想想，我們在日常生活中是不是也經常被一些「弱文物」所感動了呢？

本文作者為博物館產業研究室主持人

參考書籍：

1. Bertron A., Schwarz U., Frey C. (2012) "Ausstellungen entwerfen / Designing Exhibitions (English and German Edition)", Birkhäuser; 2nd, Revised Edition, Basel.
2. Skolnick L., Lorenc J., Berger C. (2007) "What is Exhibition Design? (Essential Design Handbooks)", Pageone, Singapore.
3. Hughes P. (2010) "Exhibition Design", Portfolio (Laurence King), London.
4. Dudley S. (2010) "Museum Materialities: Objects, Engagements, Interpretations", Routledge, London.
5. 李歐納·科仁著，藍曉鹿譯，2014《擺放的方式。安排物件的修辭》，行人出版社。



在華航博物館用「對講機」，來描述運務人員的工作方式



看到世界各大城市的地標紀念品，就可以聯想到華航所到之處

專題報導—博物館藏品與展示設計

跨越時空的對話·凝結記憶的風景— 博物館藏品與展示設計

文／王慕嫻

本文以個人展示規劃設計的實務工作經驗為思考基礎，嘗試說明博物館展示需求的轉變，以及藏品與展示設計之間相互依存的表现關係。並從展示案例的介紹中，提出藏品在展示設計手法上的應用可能。文中表述為個人淺見，若有不足之處，敬請包涵指教。

進入主題之前，想想收藏的經驗與分享的過程

每個人從小到大，幾乎都會有一個收藏盒，裡面所裝的每個物件都是最心愛的寶貝。也許是一張張泛黃的老照片或一封封來自遠方的親筆信；也可能是一大疊的競賽獎狀或眾多的發條玩具；又說不定是成堆的遊戲卡或各式的卡通公仔…。當打開盒子時，與同好彼此分享、討論交流的那一刻，是充滿驚喜而快樂的。這些寶貝訴說了滿滿的故事，更反映出某個時代的集體記憶。以此來看博物館藏品與展示之間的關係，雖然目的不盡相同，但以這樣的生活經驗來連結，或許更容易想像。博物館藏品如同每個人收藏的寶貝，而展示就像是一種分享的過程，設計則是與人溝通交流的方式。然而，博物館的展示是以公眾利益為目的，有著社會教育的使命，展示設計所關注的是藏品對外溝通的詮釋技巧，如何將藏品原來所在的時空脈絡與文化價值，透過多元媒介的創意忠實地呈現分享。

博物館展覽最不可或缺的要素—藏品與展示設計

博物館裡一個展覽的完成，藏品（或其他來源的展品）與展示設計是最不可或缺的二項要素；藏品是最基本的構成原件，展示設計則是展覽成功與否的關鍵。藏品凝結了某個時空的文化與歷史記憶，有了藏品作為展示內容詮釋的基礎，再加以運用展示設計的各種創意手法表現於外，即構成一個有脈絡、有意義的展覽空間。而不同類型的博物館則各自有著符合其典藏政策的特定藏品，例如藝術博物館收藏藝術品、歷史博物館主要收藏古文物、自然科學博物館收藏生物標本、動畫博物館則收藏腳本原稿與動畫作品，產業博物館則收藏該產業歷年成品及生產器具等相關文物，或以某地域特色為主題的博物館，即收藏能代表當地特色的物件、素材等。而藏品除了有形的物件之外，也包括了無形的文化資產，像是紀錄片、樂曲、口述歷史、技藝表演等。

展示設計對博物館來說是一種載具，具備了對外溝通的功能，承載了博物館與外界、觀眾與藏品之間的交流管道。藏品即代表了訊息，展示設計則為傳播工具，展示設計的功能便是將藏品作有意義地、系統化的詮釋，除了藏品本身的再現，也讓其背後所蘊涵的知識得以在現實之三度空間中轉化為具體感知的顯像形體，整體呈現的是一種凝結時空的創意展現。例如可透過圖文、影音、模型、情境造景等媒介，將藏品背後所象徵的時空文化忠實地再現於觀眾眼前，構成一個可賞、可學、可遊的場域，觀眾透過展示而能進一步與博物館產生互動連結。所以可說，展示設計最大的魅力在於提供一個獨特

而具體可感的體驗環境，即建構了一個有意義的感知空間，讓觀眾能與博物館藏品直接面對面地接觸，並在易於理解的情境下認知其研究內容，進而達到與藏品溝通對話的可能。

藏品透過展示設計的詮釋，則可為觀眾創造完整而多元的參觀體驗，進一步深入主題內容；希望觀眾能從觀察、接觸到參與的過程中，由認知、產生興趣至互動共鳴，甚至激發出更多的想像，啟發的意義勝於直接獲得答案。即使離開博物館後，對該展覽猶印象深刻且能對藏品及其背後所透露出的相關知識持續地關注。

博物館展覽需求與型態的轉變

早期的博物館以蒐藏、研究為核心任務，重點在於保存珍貴的藏品，只作限度地開放，以貴族、知識份子為主要對象，具有張顯權力、財富的意圖；展現藏品的形式為單純的陳列擺放，並未有轉化詮釋的觀念。而新時代的博物館，因為科技發達，時代不斷演進，人們生活的型態與需求也隨之改變。普遍來說，人們生活水平與教育程度提升，自我意識抬頭，單就物質上的滿足已不再是唯一追求的目標，休閒娛樂的需求益增，並越來越著重精神層面的充實。這趨勢使得博物館的功能越來越多元，博物館展覽對外訴求的對象、主題、形式因而呈現以下轉變：

1. 博物館展示的訴求對象從早期以特定高階族群為主，逐漸開放到普羅大眾。博物館的任務除了蒐藏、研究之外，也擴增展示、教育、觀光、娛樂等層面。
2. 隨著博物館全民化趨勢，展示內容從早期歌功頌德的菁英主義轉而尋求與常民生活連結的普及教育。博物館不再是高高在上的學術殿堂，而是一個可喚起回憶、滿足好奇、接觸新知的趣味體驗空間。
3. 科技日益創新，資訊傳播快速且普及，單就展示美感的要求，已無法完全滿足觀眾。展示設計的形式由單一的傳統陳列到善用多元媒介的展示設計，藏品透過展示設計的詮釋，從以往是一種被動的沉默擺設轉變為具備積極傳遞的企圖，加強了引導觀眾主動參與的誘因。
4. 當博物館注入了觀光娛樂的功能，大規模的地方博物館、私人博物館、類博物館因運而生，博物館種類越來越多元，展示主題相當廣泛。任何各種引人關注、與生活密切相關、新奇的議題都可以成一個展覽，不再如傳統博物館般全然以藏品的珍貴崇高為展示重點。諸如知名人物、虛擬卡通、產業品牌、歷史或新奇事件、熱門話題或情感故事等，都可以被策劃為大至一個博物館，小至一個臨時特展。
5. 博物館的展示觀點從以物為主、由藏品為本位思考，移轉到以人為取向，以觀眾需求的角度出發；藏品的展示價值建立於觀眾親身的體驗。博物館也推出為某特定對象量身訂作的專屬主題展覽，例如以兒童為主的教育展、以身心障礙者為考量而強調觸覺體驗的展覽等。

展示設計是一門綜合性的溝通藝術

展示設計的工作範圍廣泛且複雜，必須整合不同的專業領域，為了就是要讓博物館藏品或展品與觀眾達到良好的互動交流，可說是一門綜合性的溝通藝術。展示設計所應用的媒介相當多元，包括了一般最常見的圖文展版外，還有模型造景、裝飾道具、支撐展具及燈光照明等。近代因科技發達，也大量增進了互動裝置、多媒體影音等新興媒介。這些媒介通常會交互搭配運用，共同負擔詮釋藏品的責任。展示設計的工作從確立所欲展示的藏品或展品後，根據擬定好的展示大綱、研究內容而進行初步的基

本設計，包括規劃展場空間的平面配置與各展區的設計風格方向。展場的平面配置即設計者必須參照藏品清單，充分了解展示規範，確認藏品實際尺寸，逐一將每項藏品與相關設備落實置入每個主題展區裡。從展示規範中可了解藏品是否有其特殊展示環境的要求、不同屬性之物件的必要保護措施、或必須強調的細節特色為何、是否有特殊效果的要求等；掌握這些資訊，才能深入執行後續的細部設計。細部設計階段的工作包括展示各資源的整合、重點藏品的展示創意設計、各項藏品的展櫃樣式設計、藏品與圖文、多媒體影像的搭配、展示空間色彩與材質規劃、所有設備的安排與操作方式、模型或互動機具的造型設計、燈光照明設計等。

博物館藏品的展示設計案例

博物館的藏品潛藏了各式各樣的知識，讓展覽總有著說不完的故事。當面對不同屬性、不同主題的博物館藏品，展示設計所採用的詮釋手法、媒介也會隨其相異的特色而有不同的表現。下面就一些展覽案例，嘗試說明博物館藏品在展示設計上的基本應用形式：

一、以藏品價值為重點的簡約設計

1. 以色彩及展台的變化呈現有層次的展示景觀以顏色作區分，將視覺焦點置於藏品上，並透過階梯式展台呈現有層次的展示景觀。通常藏品本身越有價值、可看性高，則越不需人為的附加裝飾，過多的展示媒介反而成爲干擾，展示設計的重點在於如何忠實地展現藏品的特色即可。



首爾國立中央博物館

2. 功能性展台搭配重點照明創造清晰、特色分明的展示

配合各藏品尺度，以各個斜面展台的組合搭配重點照明，清楚簡約地呈現藏品的本質美感。當面對價值高的藏品時，其展示設計傾向保持物件原有的純粹形式，以免過度的裝飾，造成配角搶戲大於主角，混淆了展示重點。



首爾國立中央博物館

二、藏品展示與視覺圖文的呼應

1. 藏品與背景的抽象線條融合，共同表達展示構圖的趣味

展示櫃內，展牆以大面的筆墨意象作為襯托農具展品的底圖，筆墨線條與展品造型相互呼應，形成有趣的立體構圖。當觀賞時，二者融合為一，為展示更添了動態效果及藝術氣息。



首爾國立民俗博物館

2. 簡約的底圖勾勒出藏品功能的使用情境

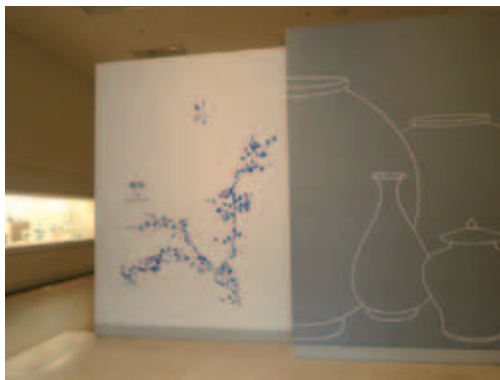
展示櫃內，展品搭配著簡易的人形圖像展示，共同塑造鮮明的視覺印象，以點出展示主題一面具。也因人形圖像的融入，讓靜態的面具看似瞬間活絡了起來。



首爾國立民俗博物館

3. 擷取藏品元素作為主視覺意象

展區入口的主視覺牆設計，是由藏品本身的局部圖騰與器形輪廓作發想，加以發展而成，充份反映該展區的藏品特色。



首爾國立中央博物館

4. 把地圖立體化的藏品展示

藏品以立杆支撐，營造懸浮於地圖上的展示效果，不僅呈現另一種觀賞方式，更能清楚地標誌這些藏品文化原來的地理分布位置。



首爾國立中央博物館

三、虛實對比的展示情境

1. 靜態藏品與動態多媒體並置的展示

以幾何分割為概念，將藏品實體（展牆中心的展櫃內）與圖像燈箱並置。燈箱將自動循環產生亮燈熄燈之效果，構成虛實對應的展示情境，由虛像、實像共同表達著昔日韓國人的歷史樣貌，彰顯此展區主題。



首爾國立民俗博物館



首爾國立民俗博物館

四、空間意象鮮明的主題式情境展示

1. 走進書海裡閱讀斯洛文尼亞

由於斯洛文尼亞的首都榮獲世界圖書首都之美稱，因此該展館以「打開著的書」為主題，空間設計透過數個大型書本造型的燈箱作為展板，貫穿整個展場，藏品則安置於其中。上方懸吊的書本模型從展區延伸而入，不僅是情境裝飾的元素，更具有指示動線的引導作用，而整場的燈光會自動變換，讓觀眾遊走其中，彷彿走進書海裡閱讀該國的文化、自然、產業等特色。



2010 上海世博斯洛文尼亞館

2. 偶遇城市中的超現實森林

展示設計從韓國文化認為樹是土地守護神的概念汲取靈感，並加以特殊光影與鏡面反射效果，將展廳打造為宛如飄浮於空中的「想像之林」，而樹本身即是藏品的展櫃。走入博物館，彷彿走入超現實般的神秘幻境，在奇幻的森林中細細品味愛瑪仕的經典收藏。



首爾愛瑪仕博物館



首爾愛瑪仕博物館

3. 遊走磚窯中的常民風景

展場整體設計運用大量的紙箱疊合而成，以層層堆疊的手法喚起一般人對磚的印象，營造出宛如磚窯的局部建築形式，作為貫穿整場的分區隔牆及展臺樣式。從穿過磚窯門拱一進一出的遊走之中，透過磚瓦藏品的展示，領略其中所蘊含的人文歷史、材料特性及民居生活美學。



高雄歷史博物館「起厝·磚瓦諸事會社」特展



高雄歷史博物館「起厝·磚瓦諸事會社」特展

五、從藏品主題延伸而出的學習體驗



1. 不同的觀看角度加以表現藏品的細節詮釋

藏品的展示亦可善用輔助道具，如在藏品的局部，增設放大鏡器具，提供觀眾進一步觀賞藏品的細部紋理或構造，以促進對藏品特色的理解，加深參觀印象。

首爾國立中央博物館

2. 提供觀眾可觸摸、動手裝扮的體驗設施

在展場的一角，以複製品提供觀眾可動手穿戴服飾的互動體驗，從動手裝扮的過程中，了解早期暹羅人的服飾特色與生活文化。



曼谷暹羅博物館

小結

展示的優劣是當今博物館是否具備競爭力的關鍵，博物館藏品存有人們共同的記憶連結，本身即涵藏著某時空的文化背景，但是藏品必須透過順暢、具創意的展示設計語彙，才得以讓觀眾跨越時空與藏品產生對話，望見這片凝結記憶的風景。展示設計的形式並不是獨立存在的，呈現於外的形式要能反映展示主題與藏品內容，才不會模糊了展覽所欲傳達的理念。而展示設計所運用的媒介為輔助性質，其意義在於協助擴展展示主題與藏品內涵的表達，豐富藏品的展示表現，客觀地反映藏品在每個面向的意義，增加多元思考的解讀，以建構一個完整感知的體驗空間。現代的展示設計可說是一種為觀眾服務而存在的設計，所追求的並非在於展示空間造形的豐富或多元媒介的感官刺激，其最大目的是如何將藏品的特質以及背後隱含的時代文化、知識觀點忠實地呈現，以深入淺出的詮釋手法讓觀眾易於了解，從認知到共鳴，從旁觀到參與，從發現到啟發；這即是展示設計對於藏品最核心的價值所在。

本文作者為起子創意設計股份有限公司企劃總監

專題報導—博物館藏品與展示設計

21 世紀博物館之社會服務工作— 以 MoMA 及 FSU MoFA 之藝術治療為例

文／王婉如

一、前言

邁入 21 世紀後，不論是從博物館專業者或是參觀使用者的角度來看，博物館充滿了各種改變與可能性，而從管理者、策劃者、或觀眾喜愛來考量，博物館之展覽活動的規劃，都應具備希望、治療、改善生活並創造更好世界的力量。長久以來博物館的功能即被認為是可透過展示、典藏、研究及教育來造福社會，而今博物館更扮演一個為推動社會福利及改變社會的角色。眾多歐美博物館學者及專業人士，皆意識到本世紀博物館專業角色之「轉型」，強調不論在經濟政策或社會力量之內外層面，「博物館將朝向一個必須提供最佳服務於社會」的理想與願望。本文以美國紐約現代美術館 (Museum of Modern Art, 簡稱 MoMA) 及佛羅里達州立大學美術館 (Florida State University Museum of Fine Arts, 簡稱 FSU MoFA) 為例，介紹美術類博物館為特殊族群所規劃之活動，並藉以推動博物館之社會責任與義務，實踐社會服務之功能。

二、博物館社會責任定位

近年來許多博物館學者紛紛提出博物館的新定位，強調是「具社會責任的 (socially responsible)」或「社區服務提供者 (providers of services to our communities)」，並認為該負起「充實並提升生活品質 (enrich the quality of individual lives)」之任務。更有學者提倡博物館的宗旨也該包括「社會正 (公) 義 Social Justice」口號 (註一)。而這些即是呼應許多博物館專業機構提出之理念，例如國際博物館協會 ICOM 於 1974 年所提出的定義：「一個為社會及其發展服務的非營利性、對外開放的永久機構，乃為研究、教育及娛樂目的，且對人類及其環境的物質見證，從事蒐集、研究、保存、傳播及展覽。」A museum is a non-profit making, permanent institution *in the service of society and of its development*, and to open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates, and exhibits, for the purposes of study, education and enjoyment, material evidence of people and their environment. (簡稱 ICOM 2001, italics added)；美國博物館協會 American Association of Museums (簡稱 AAM) 則宣稱所有該協會的博物館會員是以為公眾服務 (to serve the public) 為目標而設置的，博物館應被視為社區之中心 (community centers)。AAM 而於 2000 年提出之博物館倫理中，更強調博物館應該肩負起「回應及主張社會利益」 (responsive to and represent the interests of the society) 之重要責任，並認為博物館應鼓勵更廣大民眾參與及了解其收藏展示等各項責任。博物館專家伊藍葛漢 (Elanie Heumann Gurian) 指出：一個功能健全的博物館同時須提供社會服務及社區支援 (Museums that provide social service and community support as integral parts of their work) (註二)。

博物館發展演變至具備收藏、研究、展示及教育等完善功能，都在在與社會結合並造福人群。目前已有許多博物館長期運用其獨特的資源完成專業社福工作，不管是幫助個人團體或社區，有效提升他們適應社會的能力並建立良好的社會條件。這些發展已引導博物館在二十一世紀成爲不可或缺的社會服務工作者。

博物館學者馬克歐尼爾 (Mark O'Neill) 認爲：博物館的優良評價在他們是否能對於社會的分析及對人類現實生活之觀察 (註三)。他觀察大多數來館參觀的人都是教育程度及生活較優渥的人，他認爲每一個人人都該享有參觀博物館並與展示物件交流對話之權利。博物館提供民眾建立詮釋展品之互動交流的社會經驗，這樣的交流除了讓參觀者獲得知識外並自我肯定價值外，更進而提升社會平等及正義，改善社會問題。推動社會服務功能，促進人類福祉，形塑良好的社會風氣，已是當代許多博物館正在進行的重要工作。

三、博物館社會服務的實踐

許多博物館認同 ICOM 之「改善人類福祉及服務社會之責任」，爲了更落實社會服務之理念及責任，博物館須更了解組織功能及發展更有意義之計劃，例如分析該與何人、何處、如何互動，及將產生什麼效應。博物館必須隨時能夠檢視是否能與觀眾連結而創造意義。從博物館倫理的角度上，博物館必須了解許多特殊族群的需求，並進行符合他們這群潛在觀眾需求的規劃。爲協助博物館完成社會服務之責任，專家學者已著手研究如何使特殊觀眾在參觀展覽能有連結互動，在透過專家設計之方式與展示物件對話互動，他們除了獲得知識外，並能有效建立自信。

傳統上博物館是一個以收藏及展示爲主的機構，近年來歐美藝術治療界認爲是這一個「安全的地方 (Safe place)」，可以進行藝術治療 (Art Therapy, 或稱藝術育療) 的場域，因此許多與博物館結合的藝術治療活動已在歐美各地不斷實驗及實施。歐美博物館界也認同透過博物館場域爲特殊族群規劃藝術治療活動，已是二十一世紀重要工作之一。美國除了聯邦政府提供博物館經費內明文規定，部分比例須提供殘障或低收入者等參訪機會，許多企業機構亦提供基金贊助相關計畫。有以如大都會人壽保險公司等贊助美國紐約現代美術館爲阿茲海默症 (Alzheimer's Disease) 患者規劃「與我相會 (Meet me at MoMA)」活動，是一個相當成功的案例。

紐約現代藝術博物館 (簡稱 MoMA) 致力於讓所有參觀者都能體驗精湛現代和當代藝術之典藏及展覽，爲考量觀眾群多樣性需求，提供各種計劃方案、服務及無障礙的參觀環境。該館邀請超過一萬人次之弱勢族群包括有身體、學習、情感、行爲或發育障礙、弱視、失明、重聽、及耳聾者免費到館參觀。由於發現患有阿茲海默氏症人數量驚人，該館決定爲這個特殊的觀眾群開發新的計劃。阿茲海默氏症常被稱爲老年失智症或是老年癡呆症，當患者被醫師診斷出罹患失智症時，表示患者可能已經出現了明顯的記憶力衰退、智力喪失、思考障礙、社交及情緒功能障礙以及異常行爲的出現。最常見的退化性失智症就是阿茲海默氏症，約佔失智症的 60~70%，在北美地區，更高達 70~80% 的比例。紐約現代美術館爲此類患者規劃，每月一次 (未對外開放之時段) 在展覽室與藝術作品對話的活動，也由於得到大都會人壽保險公司及其他企業大力支持贊助，該館也與美國境內及其他國際博物館或醫療體系機構分享相關資源，共同爲失智老人提供藝術治 (育) 療服務。

紐約現代美術館是全美最早投入爲阿茲海默症及失智患者規劃此項藝術治療活動。自 2006 年開始陸續挑選以展覽典藏品規劃十二項活動主題，包括：現代繪畫中的傳統與創新 (Tradition and

Innovation in Modern Painting)、美國意象 (Images of America)、現代肖像畫 (Modern Portraits)、現代藝術中城市意象 (The City in Modern Art)、家人畫像 (Family Pictures)、音樂與藝術 (Music and Art)、光的現代視覺意象 (Modern Visions of Light)、藝術與政治 (Art and Politics)、現代雕塑 (Modern Sculptures)、藝術家的創作技法 (The Artist's Process)、照片與創新的紀錄 (Photography and creative documentation) 及日常生活意象與用品 (Everyday Images and Objects)。

此活動邀請患者及陪同照顧者參觀並讓患者抒發想法及討論，其中包括藝術品的對話和分析，並依情況安排藝術創作 (Hands on) 活動，但也有些特殊情況是到館外的機構進行活動。館內工作人員及藝術治療師，甚至於是陪同照顧者在計劃執行前，是經過相當多的研習及參與會議討論。2008 年開始，MoMA 和紐約大學 (NYU) 腦老化和老年癡呆症的研究中心，合作完成了此計劃的評估研究，此研究相當突破並深具意義。研究人員使用了定量和定性的方法，依患者及其家人或照顧者參與之次數與程度評估參與者之生活品質及情緒的改變。包括幾個具統計學意義的結果，均顯示改善阿茲海默氏症患者和照顧者的心情，顯示參與此項活動是正面的。紐約州立大學對此計劃研究結論，認為參予此計劃之患者可有效提升自我價值，且可以持續幾天正面積極的情緒。研究人員也研究陪同患者之照顧者 (包括家人) 的感受，這些照顧者參與此計劃後，感受社會上仍有人共同為此病患者付出，讓他們的孤單無助感減少了很多；而參與此計劃讓患者感覺有支持生命的力量，他們可以同其他人一樣欣賞藝術作品，談論自己的感覺。這個活動大大提升患者自我肯定的及生存信心，同時也鼓舞著陪同照顧者的心情。當患者與作品積極對話之時，是一個刺激腦力的好方式，參與者表示在博物館內雖只是一半小時的豐富經驗，卻能在回家後持續好幾天感受這喜悅。參與活動時他們是被予以正常人的對待，他們可以無拘束發表自己對作品的感覺、回應問題及討論，不用擔心記憶及語言的錯誤。同時該館的教育部門也在 2009 年出版一本《與我相會—讓藝術接近失智患者》，提供一些易於了解的藝術創作課程方案給博物館界參考。

美國境內也有多所大學身也設置相關科系並與學校附設博物館合作，規劃相關活動，除了培養學生成為專業之藝術治療師，同時也服務社區弱勢族群。以美國佛羅里達州立大學 (FSU) 為例，該校之藝術教育研究所藝術治療組自 2006 年起便與該校附設美術館 (FSU Museum of Fine Art, 簡稱 MoFA) 合作，共同策劃展覽並提供藝術治療活動。希望透過參觀展覽及活動規劃，使特殊族群觀眾能產生有意義之參訪經驗，更進而與生活連結，有效發揮美術館之藝術治療潛能。FSU MoFA「經緯人生 (Thread of Life)」展是一個以編織品為主之展覽，編織品一向被視為手工藝品，一直到六〇年代以後開始被視為藝術表現之一種媒材。展覽中除了編織、拼貼、縫製外，也有其它表現手法，如鐵絲網、及各種類型之刺繡等不同的技法在此展中呈現。編織品中常常伴隨或隱藏創作者之各種心理層面，也混雜著許多壓力。有許多作品直接表現作者的理念，但有些卻是需要去探索內涵，如同其他當代藝術一樣。本案由指導教授及研究生與博物館教育部門共同規劃辦理藝術治療活動，期間針對社區內不同單位機構邀請，規劃六組不同族群，包括各學齡之特殊學校、社福機構、老人院及安養中心等，每組共辦理十一次活動，最後將活動中他們完成的作品展出。

這是一個「分齡・分眾」的藝術治療活動，在引導進入美術館進行藝術治療前，由 FSU MoFA 教育部門結合藝術治療組教授及研究生準備 3 幅典藏品，每週一次至各參與之機構，讓參與者接觸真正藝術品，並學習觀察藝術品之內容，而後依據不同族群性質，引導藝術創作及討論各自創作內容。藉由這些引導試圖突破參與者之心理障礙，期間並隨時與該機構輔導者進行溝通與了解參與成員之反應。當進入美術館參觀此展時，大部分參與者都已具備基本之藝術概念（依個人心智狀況而有不同），參

觀時間約一個小時，由負責本案之 C. 教授及 S. 研究生為不同參予團體之背景條件挑選不同作品作為活動及 hands on 創作主題，並以開放式引導問題，讓參與者發表自己的想法，包括生活經歷、喜惡及期盼。

這兩個案例，都是以面對作品及討論作品 (Talking Object) 的方式進行與藝術品的接觸，過程中由藝術治療者或曾接受訓練之輔導員以「W」問句引導 which? (例如: 挑選一件你最喜歡? 最特別? ...)、Why? (挑選之原因)、what? (例如: 你看到什麼? 你想表達什麼? 你認為像什麼? ...)、where? (例如: 是否到過類似的地點? 如果你可以換地方, 你想放在哪裡? 放在你家的什麼地方? ...)、When? (例如: 似否曾經有相同的經歷, 何時? ...)、How? (例如: 如果你是創作者, 你會如何創作? 如何改變? 你希望我怎麼協助你? ...)，藉由這些引導問句，讓參予者打開心防，敘述自己的想法與經歷。美國藝術治療協會認為透過創造藝術、談論藝術與製作藝術過程中與藝術治療師的互動，是可以讓患者增進自我了解與自信，對抗疾病、壓力、及身心創傷的經歷，並提升認知能力，享受藝術創造過程中肯定生命價值的樂趣。當參與之患者觀賞作品時，許多生活上的經歷也透過觀察反映出來。

MoMA 的活動過程中有位參與的長者，在面對夏卡爾作品家鄉場景中有教堂及墳場時，掀開他封塵已久的記憶，他想起他八歲時母親過世及母親的墓園，他想忘記這一段童年喪親的痛苦經歷，一生中從未對家人提起，然而面對藝術作品時，讓他對生命有了另一層的體認，願意打開心結，紓解這一段經歷，並以更輕鬆的態度面對自己的病痛。另一位患者提到在面對作品時，他可以很自在無拘束的說出自己的感覺與意見，不用再擔心說出來的會被否定，因為平常他必須非常小心翼翼發言，以防一開口別人就告訴他「不對，你記錯了，事情不是這樣。」長期下來的壓力，讓他選擇封閉自己，當活動輔導員說「藝術沒有對與錯的詮釋」，他可以自由自在、很隨意的表達自己的想法出來，這也讓他感受到生存與生命仍然是有價值的。許多阿茲海默症的患者因為無法承受長期的失憶、來自社會、家人及朋友的壓力，無法體認生存的意義而最後選擇自殺。MoMA 的這個計畫改善了許多輕中度患者和照顧者之身心及生活。參與 FSU MoMA 活動的特殊族群年齡及心智各有不同，因此反應結果也有所不同。有位個性沉默的參與者，看到某件作品中一位表情呆滯黑人小女孩，認為是她自己的寫照，因為長期生活貧困、從小承受家暴、及未能有良好之醫療照顧，她的人生很苦悶。但當她站在作品前，流著眼淚第一次述說自己的經歷，說自己不知如何微笑面對人生，許多一旁的人都為之動容。結束時，活動指導員及許多參與者向前鼓勵安慰她，稱讚她擁有一口整齊潔白的牙齒，應該要常常微笑展現它，她終於卸下心防，露出了靦腆的笑容。另一位自紐約搬來佛州，在 911 事件中失去她的妹妹及妹夫，而她的先生也是當時僥倖生存之救火員，這些年她一直籠罩在當年失去親人及整日恐慌不知先生是否能安全的陰影中，無法釋懷。當她走進展場面對一件抽象黑白色系拼布作品時，無法克制放聲大哭，輔導員將她帶離現場，當她平靜後回到展場，經由藝術治療輔導者引導，她帶著眼淚敘述 911 時的經歷，並表示此件作品傳遞了她多年來的痛苦，她可以與作品間產生共鳴，她覺得不再是孤單的承受這些痛苦了。來自安養院年近 80 已接近中度失智的老婦人，見到展覽作品中各式手縫布娃娃時，述說起小時候媽媽帶著她裁布做布娃娃，當進行動手創作活動時，一開始她毫無自信地拒絕並宣稱她已無法再縫出任何東西，但經由輔導員細心引導協助，最後還是能縫出平整的縫線，她很高興不敢相信她能做到，並且恢復信心說她可以完成的。透過這許許多多的案例，我深深感受到藝術治(育)療的迫切與重要。

四、結論

佛羅里達州立大學藝術治療總負責之瑪歇爾羅素教授 (Dr. Marcia Rosal) 認為藝術治療的真正精神是希望讓參與者能回歸正常 (Normal) 之途，希望他們能同一般人一樣生活。看似簡單的一句話，卻是許許多人苛求之境。除了身心障礙之弱勢族群外，目前臺灣人口結構已趨向高齡化，65 歲以上老人已占總人口數的十分之一，改善各類不同弱勢族群、老齡化人口之身心健康及生活條件環境等亦是社會重要責任，如果能以美術館或博物館之典藏品及展覽，與藝術治療專家學者合作，依不同族群為他們規劃適當之活動，應是可以有效提升他們的心智，使他們的生活回歸正常化，更進而改善社會結構及減少社會福利成本。

近年來由於文化平權的推動，國內文化機構也開始重視並辦理特殊及弱勢族群的活動，筆者服務之國立臺灣美術館也規劃中長程之服務計劃，期許成爲一與所有族群都能共享的藝術平臺。透過與藝術持續爲特殊團體服務，希望能增添不同生活樂趣，進而提昇他們的生命價值觀。希望本文亦能作爲博物館從業者參考，共同爲博物館「爲社會及其發展服務」之目標而努力。

本文作者爲國立臺灣美術館教育推廣組組長

注釋：

1. Silverman, L., *The Social Work of Museums*, London and New York: Routledge, 2010, P3
2. Silverman, L., *The Social Work of Museums*, London and New York: Routledge, 2010, P3
3. Silverman, L., *The Social Work of Museums*, London and New York: Routledge, 2010, P19

參考書目：

1. Silverman, L., *The Social Work of Museums*, London and New York: Routledge, 2010
2. *Thread of Life*: Florida State University Museum of Fine Arts, 2012
3. 《JAFL Journal of Art for Life》, Florida State University, Vol 2 No.1 Spring, 2011
4. 《JAFL Journal of Art for Life》, Florida State University, Vol 3 No.1 Spring, 2012
5. Shaun McNiff 著、吳明富譯，《藝術治療研究法——以藝術爲基礎的研究法》，五南文化事業，2006

網站查詢：

<http://www.moma.org> 2012/3/11 查詢

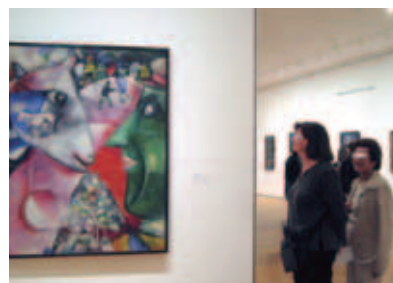
<http://www.fsu.edu/> 2012/3/20 查詢

<http://www.arttherapy.org.tw/arttherapy/tw/> 013/1/7 查詢

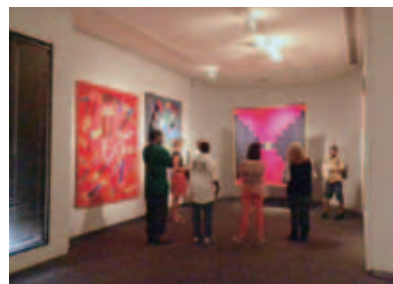
<http://www.arttherapy.org/> 2013/4/20



波拉克 (J. Pollock) 的作品在 Meet Me at MoMA 活動 — 「藝術家的創作手法 (The Artist's Process)」主題中，能引起許多的抒發與討論。



夏卡爾 (Marc Chagall) 的作品在 Meet Me at MoMA 活動 — 「家人畫像 (Family Pictures)」主題中，能引起最溫馨情感的交流。



Pace 特殊中學參與 FSU MoFA 藝術治療活動學員，挑選最喜歡之作品並發表對它感覺



G.E. 特殊學校之學生參與 FSU MoFA 藝術治療動手作 (hands on) 活動

八年睽違！國際博物館管理委員會 2014 年會重返臺北城

文／陳柔遠

今年五月，國際博物館管理委員會 (INTERCOM) 2014 年會偕同國際人權博物館聯盟 (FIHRM) 重返臺北召開，並於 5 月 4 日閉幕式由國際博物館管理委員會現任主席 Dr. Ole Winther 正式揭示《INTERCOM 2014 臺北宣言》(Taipei Declaration)：「博物館鼓勵自由論辯，挑戰權威的真理版本，對國家的民主化，發揮重要的貢獻」，並與文化部共同宣示「2014 臺灣博物館年」正式啟動，亦為當前博物館的「社會影響力」立下別具歷史意義的重要典範。

《Taipei Declaration》as follows

“Museums make a central contribution to the democratization of nations by encouraging free debate and by confronting authoritarian versions of the truth.”



INTERCOM 現任主席 Dr. Ole Winther 揭示「臺北宣言」



「2014 臺灣博物館年」正式啟動

本屆年會主辦單位中華民國博物館學會完整結合臺灣博物館產官學界，並首創「分期分地」辦理模式，串聯「大南海」博物館鐵三角（國立歷史博物館、國立臺灣博物館南門園區及

二二八國家紀念館），共邀集歐、美、亞、大洋洲四大洲 17 國逾百位國內外與會者，分享各國博物館在社會發展及人文價值實踐之作為，亦可反身關照臺灣博物館對熱門議題 (Hot topics) 或難解知識 (Difficult knowledge) 的關懷。文化部蕭主任秘書宗煌於閉幕致詞時為此一「分期分地」籌辦模式，下了一個有趣、且充滿人情味的註解，「選在臺灣博物館內舉辦，意同於張開雙臂歡迎國際朋友，將他們帶到『每個家的客廳』，讓國際人士近身體認臺灣博物館在八年之中的轉變，也希望與國際產生連結和對話。」

國際博物館管理委員會 (INTERCOM) 近年尤關照博物館對應於當下社會議題的舉措、抑或與弱勢族群的共處，並以一種更為正向且無懼的姿態去擁抱眾聲喧嘩的社會樣態、去聆聽弱勢族群的聲音表達、去反思當前社會議題的詮釋或再詮釋，進圖驅使博物館成為當前社會發展的促進者。日前臺灣甫落幕的「太陽花學運」、「不要核四，五六運動」以及「反迫遷、護樂生」遊行，我們身處於社會運動風起雲湧的當下，應以何種話語舉措回應社會、建立對話，「臺北宣言」的昭然若揭，已然成為 21 世紀博物館正視當今社會議題之必然。

臺灣創價學會至善文化會館至 8 月 31 日止配合展出《博物館的社會行動》特展。



《博物館的社會行動》展場一隅

本文作者為中華民國博物館學會執行秘書

亞洲首辦！9月國際博物館協會行銷與公關委員會接棒在大臺中召開

文／陳柔遠

五月臺北甫落幕的國際博物館管理委員會暨國際人權博物館聯盟 2014 臺北年會，九月國際博物館協會行銷與公關委員會 (ICOM MPR) 接棒在大臺中召開，是該委員會首度離開歐美、選擇亞洲臺灣辦理年會，亦是文化部 2014 臺灣博物館年度盛事之一。本屆年會特別與國立自然科學博物館及輔仁大學博物館學研究所共同合辦，即以「博物館品牌建構：重新定義 21 世紀的博物館」(Museum Branding: Redefining Museums for the 21st Century) 為主題，冀圖拆解「品牌」的原有意涵，反身以觀眾視點及公共價值，重新定義 21 世紀博物館的當代角色。

ICOM MPR 2014 臺灣年會自 9 月 2 日起於臺中國立自然科學博物館揭開序幕，分別以「品牌個案研究」、「利用公共價值建立品牌」及「藉由洞悉觀眾打造品牌」為子題探悉 21 世紀博物館如何對應於當前環境的瞬息萬變，抑或新科技的導入應用，反身定義本世紀博物館品牌的當代意涵，去深掘博物館可彰顯之公共價值；另首次規劃「品牌建構」創意擂台單元(Flash session)，徵集兼具創意及新意的博物館品牌建構案例，探尋當代博物館品牌與公共價值之交集及可能性。

本次年會共徵集 27 篇來自不同國度地域、規模類型個異的博物館品牌經驗故事及思維突破，另特別邀請來自巴西的資深媒體人及品牌溝通專家 Luis Marcelo Mendes 解析「博物館與品牌建構的愛恨糾葛」，並在此次年會籌辦的同時，發放“Museum branding: where are you?” 網路問卷，即時彙整博物館同業對品牌建構的想法及態度；此外，來自荷蘭的阿姆斯特丹國家博物館 (Rijksmuseum) 公關與行銷部門主任 Marjolijn Meynen 分享該館歷經十年館



MPR 文宣圖

舍整修，如何由內而外打通溝通渠道重新賦予阿姆斯特丹國家博物館新價值、新品牌及當代意涵，終在 2013 年重新開幕，令人耳目一新。

除了為期二天的研討會議程，本屆年會主辦單位中華民國博物館學會與協辦單位臺中市政府文化局悉心規劃「發現臺中」城區文化漫步及「前進臺北」文化參訪，近身體驗臺灣博物館之專業發展、城市魅力及人文之美，活動內容，精采可期。

“Museum branding: where are you?”

網路問卷鏈結 <https://reprogram.wufoo.com/forms/museum-branding-where-are-you/>

ICOM MPR 2014 臺灣年會網路報名自即日起至 8 月 1 日止，額滿截止。

詳情點閱活動官方網站：

<http://www.icommpr2014.org.tw/tw/>

本文作者為中華民國博物館學會執行秘書

「神品至寶」赴日展 國立故宮博物院馮明珠院長專訪

主訪 撰文／蘇育曄



國立故宮博物院馮明珠院長於7月2日接受本刊專訪時所攝／郭沛一 攝

編按：

1. 國立故宮博物院（以下簡稱故宮）馮明珠院長赴日主持「台北 國立故宮博物院—神品至寶—展」開幕儀式後，接受本刊專訪。
2. 據故宮表示，截至7月7日〈翠玉白菜〉在東京國立博物館（以下簡稱東博）展期結束，「神品至寶展」參觀人數已突破15萬人次。
3. 專訪提問者為中華民國博物館學會（以下簡稱問）；回答者為故宮院長馮明珠女士（以下簡稱答）。

問 首先恭喜故宮，也恭喜馮院長！「台北 國立故宮博物院—神品至寶—展」已於6月24日在日本東博順利開展。能否談談就您所了解的，日本民衆及臺灣民衆的普遍反應？

答 這次赴日的「神品至寶展」是自1970年代以來，故宮文物首次出訪亞洲國家。展覽開展的第一天，東京氣候不穩定，下著大雨，但是日本民衆仍然撐著傘在雨中排隊2個多小時，就是為了一睹〈翠玉白菜〉及故宮文物的風采。截至7月2日為止，「神品至寶展」每天平均有一萬以上的參觀人次，足見展覽受到日本民衆歡迎的程度。

同時對故宮而言，則是要面對故宮最具人氣國寶的〈翠玉白菜〉及〈肉形石〉兩件明星展品首次借展國外，我們應當如何因應？其實故宮同仁一直想給自己一個挑戰，如果〈翠玉白菜〉與〈肉形石〉不在本院陳列室展出，我們該如



「神品至寶」海報／國立故宮博物院提供



「神品至寶」日文圖錄／國立故宮博物院提供

何滿足觀眾排隊看〈翠玉白菜〉的需求？最後決定推出「每週鉅獻」，分階段展出祝福考生、寓意吉祥的〈珊瑚魁星點斗盆景〉；期盼國家長遠、強盛、太平的〈金甌永固杯〉與〈玉燭長調燭臺〉；以及巧雕作品〈西洋雕木高足套杯〉，見證西方工藝品的巧藝。推出「每週鉅獻」後參觀民眾接受度也很高，顯示除了〈翠玉白菜〉與〈肉形石〉之外，故宮的其他典藏一樣能成為新的明星展品。

問 故宮此次赴日特展為故宮文物出訪亞洲國家的首例，能否請教院長，為何我們直至 2014 年才有這個「首例」？能否與我們談談其中的甘苦？又，故宮已多次舉辦國際的主題文物展或交換展，能否請馮院長跟中華民國博物館學會的團體會員，分享辦理這類型需要出國的主題文物展或交換展需要注意什麼？

答 故宮文物出訪的兩大要件，一是必須全銜載示「國立故宮博物院」；二是具備「司法免扣押」相關條款。司法免扣押的涵義為「保護博物館的展件在展覽期間，受到法律保障，防阻不必要的干擾」。此一作法不光在歐美地區行之有年，我國也在 80 年代就由新黨立法委

員陳癸淼先生（前國立歷史博物館館長）推動，2002 年制訂「文化藝術獎助條例」，並通過了「司法免扣押」條款，這也是為何近年來臺灣觀眾能在包括故宮等臺灣博物館欣賞到來自歐美各國展覽之因。日本在 2011 年 3 月間通過「海外美術品等公開促進法」，為故宮文物赴日展開拓了一條康莊大道。而此次展覽實質的協調磋商、選件、簽約耗時 3 年多，即便到了開展前一刻，負責的同仁們也都是繃緊神經，辛苦的過程就是為了想辦好這次展覽。

本院執行國際交流展，選件原則除了展件本身的狀況要健康（適合展覽），運輸、保險等都必須事前未雨綢繆仔細規劃外，對口借展博物館也必須為同等級的博物館，保障展出時文物安全；而策展團隊的選件和規劃，也一定要能配合展覽當地國情與民情，才能使觀者感動。

問 此次「神品至寶」最後共選有 231 組件展品，能否請問馮院長，有哪些展件是日方特別要求的？這些展件的特性如何？

答 這次神品至寶展，中日雙方在選件上除了廣受矚目的〈翠玉白菜〉及〈肉形石〉



於東京國立博物館設置的「故宮文創精品專區」／國立故宮博物院提供

外，更精選了包括瓷器、漆器、玉器、繪畫、書法、織繡、古籍等共 231 組件展品。日方相當重視中華文化對日本大和文化的深刻影響，因此選件時都由兩國文化交流角度切入。東博錢谷館長致故宮〈開幕式·特別觀覽會邀請函〉中也提到「……為了解我國獨立文化之形成緣由，深刻地瞭解其淵源的中華文化，甚為必要。」此次借展展品中的〈定武蘭亭真本卷〉、〈明皇幸蜀圖〉、〈寒食帖〉以及多達 15 件的漆器及 20 件的織繡品等，都可對應現今日本社會中仍普遍的書道（書法）、漆器、織繡工藝，甚至民間傳說等。

問 這次展覽除了故宮典藏文物外，故宮的文創商品也一起赴日。請問赴日的文創商品哪幾件是我們故宮的主打品項？到目前為止，日本民衆反應最熱烈，最喜歡的有那些？

答 文創商品同時展售，是以往故宮文物赴歐美展覽時所沒有的。此次我們帶領故宮文創行銷處主導製作的出版品、衍生性商品及六家品牌授權合作廠商進駐東博，設置 10 坪大的「故宮文創精品專區」，主要目的就是展現臺灣多元文化創意的軟實力。同時故宮晶華餐廳也與日本東京五星級的首都東急大飯店合作推出「國寶宴」，充分展現臺灣的精緻美食文化。



觀楓圖屏風 國寶 室町一安土桃山時代 狩野秀賴作 東京國立博物館藏／國立故宮博物院提供



於東博「故宮文創精品專區」展售之各式文創商品／國立故宮博物院提供

故宮與法藍瓷雙品牌人氣商品翠玉白菜椒鹽罐／國立故宮博物院提供

臺灣的文創商品非常受到日本民衆歡迎，如本院複製書畫、汝窯、文具、生活用品，以及法藍瓷翠玉白菜造型的椒鹽罐等；有些商品來不及進貨，我們另外提供郵購的方式供民衆訂購。

問日方的回饋展「日本美術之最」特展將於2016年10月，於「國立故宮博物院南部院區：亞洲藝術文化博物館」展出；是否可以請您為臺灣的民衆簡略的介紹該展覽？以及此次回饋展，國立故宮博物院又是如何選擇回饋展展件？

答回饋展「日本美術之最」是在促進兩國文化交流及互惠與對等的原則下選件，最後我們自東京國立博物館及九州國立博物館選出了共150組展件，其中有68件為日本的國寶或重要文化財，例如12世紀日本平安時代〈孔雀明王像〉、16世紀日本室町至安土桃山時代〈觀楓圖屏風〉、〈檜圖屏風〉、18世紀日本江戶時代〈八橋蒔繪螺鈿硯箱〉、14世紀鎌倉時代的〈太刀〉及15世紀室町時代〈周茂叔愛蓮說〉圖軸等都是國寶級文物。回饋展將在2016年10月座落於嘉義縣太保市的「國立故宮博物院南部院區：亞洲藝術文化博物館」展出。這次回饋展我們也將尋求航空公司、媒體、企業等的贊助，讓這一次的借展不僅僅是限於博物館

之間的交流，更擴大為臺灣與日本，甚至是中華文化與日本文化的交會。

除了「日本美術之最」回饋展外，我們也已與美國舊金山的亞洲藝術博物館簽訂備忘錄，其餘像是加拿大、澳洲、法國等國的博物館也都陸續洽談中。期望未來國人能繼續透過臺灣博物館與國際博物館間的交流，一窺世界上各國藝術、歷史、文化的精華。

本文作者為中華民國博物館學會秘書



馮明珠院長（右二）與〈博物館簡訊〉採訪團隊合照；左起為國立歷史博物館研究組研究助理陳嘉翎、國立歷史博物館典藏組組長暨中華民國博物館學會秘書長楊式昭研究員、中華民國博物館學會蘇育曄秘書／郭沛一 攝

城市公共文化需要睿智的文化支點

文／陳燮君

城市公共文化需要睿智的「文化支點」。「文化支點」凝聚了文化睿智、體現了文化力量、守望了精神家園、凸顯了文化氣象，也表達了文化真誠，演繹了文明時空，吞吐了文化創造，維繫了思維方式和生活方式。博物館正是城市公共文化的「文化支點」。

一、突破觀念的瓶頸

我們要把博物館事業的發展，置於觀念更新的時代大背景下。這個觀念更新的時代大背景就是實現中華民族偉大復興的中國夢，扎實推進文化體制改革和文化發展，加強戰略思維和頂層設計，注重以文化人、以文育人，加快構建公共文化服務體系，更好地滿足人民群眾的精神文化需求，善於從中華優秀傳統文化中汲取營養。要講清楚中華文化的歷史淵源、發展脈絡、基本走向，講清楚中華文化的獨特創造、價值理念、鮮明特色，增強我們的文化自信、價值觀自信。要深入實施中華文化傳承工程，認真汲取中華文化的思想精華、道德精髓，使中華傳統美德實現創造性轉化、創新性發展。要廣泛開展中華優秀傳統文化的宣傳普及活動，在國民教育中增加優秀傳統文化內容，更好地用中華優秀傳統文化滋養人們的心靈、陶冶道德情操。

聯繫博物館事業的發展實際，觀念的更新需要聚焦。一是重視「精神家園」的重振。文化是民族的血脈，是人民的精神家園。要加強社會主義核心價值體系建設，宣導富強、民主、文明、和諧，宣導自由、平等、公正、法治，宣導愛國、敬業、誠信、友善；全面提高公民道德素質；讓一切文化創造源泉充分湧流，使全民族文化創造活力持續迸發；科學認識上海這

個「文化碼頭」和「文化源頭」；培養綜合性文化大家。二是關注文化民生。我們應以高度的文化自覺和文化自信，著眼於提高民族素質和塑造高尚人格，致力於開創全民族文化創造活力持續迸發。要以人為本，力求務實，關注百姓的民生除了注目於衣食住行，還要涵蓋對文化民生的積極應對與有效提升，應該讓美學在「城市大課堂」中佔有一席之地，讓博物館真正成為城市公共文化的睿智的「文化支點」。三是維護市民的文化權益。上海正逐步邁入城市全面轉型的發展新階段，「四個中心」建設與文化發展的融合互動正日益強化，上海城鄉居民的文化需求進入了快速增長期。因此，要不斷滿足人民群眾日益增長的精神文化需求，著力提高城市文化軟實力，為上海城市經濟社會發展提供強大的思想保障、精神動力、智力支援和核心驅動。作為上海市重要的文化視窗，上海博物館有館藏文物百余萬件，國家一級、二級、三級品超過 14 萬件。「十二五」後期，上海博物館將更進一步地行使好作為上海城市文化視窗的重要職能。要切實做好博物館免費開放工作，進一步深化開放服務的內涵，實現公共文化服務的「三貼近」，不斷提高策劃展覽和服務觀眾的水準，著力增強展覽的文化震撼力、藝術感染力和歷史穿透力，同時以公共講座、普及讀物等為平臺，努力為公眾提供更多樣、深入的文化服務。作為全國 8+3 家「中央與地方共建國家級重點博物館」之一，經過幾年的共建實踐，上海博物館認識到，必須建立正確的服務社會的意識、定位準確突出特色、注重管理和改革創新，才能繼續保持並不斷提高我館的運營能力和建設水準，保證館的事業健康持續發展。2012 年，上海博物館獲評「全國最具創新力博物館」，這對上博未來的事業

發展提出了新的要求，今後，上海博物館將從機制創新方面入手，著重在社會教育、資訊化建設、文化創意開發等領域，著眼於出成果、出人才，不斷提升博物館事業發展的創新能力。

上海博物館在回顧總結 60 年發展歷程的基礎上，正在探索連接明天的「博物館文化」的十大新理念：

一是「以物為重+以人為本」，博物館必須確立「以人為本」的理念，才能進一步維護人民群眾的基本文化權益，才能使觀眾樂於走近博物館、走進博物館，才能使「以物為重」的博物館更好地發揮「物」的重現歷史、展示文明、傳播知識、教化心靈的作用。

二是「以史為鑒+拓展未來」，我們從博大精深、源遠流長的中國古代藝術中走來，對創造明天燦若星河的文化藝術理應承擔起「中國古代藝術博物館」的責任。

三是「中國古代藝術博物館+數字博物館」，近年來，上海博物館重視網路基礎平臺的建設、數位化文物資訊管理系統的營建、上海博物館網站的完善，下一步將加快館藏古籍善本數位化進程，以網路應用為前提，爭取早日構建「數位上博」。

四是「人事管理→人力資源管理」，文博行業人才培養有自己的特殊性，上海博物館將以事業發展為中心，推動人事制度改革，為博物館事業的發展提供有力的人力資源支撐。

五是「城市的視窗+城市的課堂」，博物館是城市的視窗，歷史的發展、社會的進步又要求

博物館成為城市的課堂，多年來，上海博物館舉辦了多種類型的學生活動，使其更深刻地感受民族精神的豐富內涵，認識傳統文化的價值，增強對民族文化的歸屬感和認同感。

六是「安全保衛→平安建設」，近年來，在這一理念的導引下，上海博物館的人防、物防、技防有機結合，安全防範系統正逐步向數位化、網路化、智慧化、集成化發展，「平安建設」尚在充實更大的綜合性內涵。

七是「外事工作→文化交流」，努力以展覽為抓手，促進中外文化交流；以文物研究為媒介，發展博物館的海外之友；建立長期合作機制，促進博物館的隊伍建設和業務建設。

八是「禮品製作→文化創意開發」，博物館文化商品不僅是一種商品，更是文化傳播的載體，藝術品公司既是上博服務平臺的延伸，也是展覽教育領域的拓展，更是博物館文化影響力的重要組成部分。

九是「保管展示捐贈品→善待收藏家」，上博一直感恩歷史、善待收藏家，為收藏家解決實際困難，努力把博物館辦成收藏家「最值得信賴的家」。

十是「博物館管理理論研究→博物館學的理論探索與實踐」，在回顧總結 60 年發展歷程基礎上，從管理實際出發，昇華管理理論研究，從博物館學的高度，進行理論創新，反哺新的實踐，充滿文化自覺和文化自信地去迎接更加輝煌的明天。

二、積累創新的智慧

在上海博物館建館 60 多年的發展歷程中，經歷了五個階段：1952 年至 1959 年為建館創業階段，至 1959 年 8 月上博遷入河南南路 16 號中匯大廈前，館藏文物達 11.2 萬件。1959 年至 1978 年為跌宕起伏階段。1972 年上博恢復開放，率先把綜合陳列改為專題陳列。1978 年至 1992 年為改革開放初見成效階段。1991 年國家文物局在上博召開全國博物館工作座談會，重點介紹上博陳列和管理經驗。1993 年至 2001 年為新館建設迅速發展階段。2002 年至今為「世紀創新」階段。

在上海博物館的成長中，逐步積累了創新的智慧：博物館的建設，應該重視記憶、啟動記憶和延伸記憶；博物館在重視物質文化遺產的同時，還應重視非物質文化遺產的研究和展示；今天在強調民族性、個性的同時，還應當具有全球視野；在資訊時代，不僅強調文物的展示，還要思考怎樣處理好實物和虛擬、現實與虛擬之間的關係。博物館在多樣文化的挑戰中，更應保護民族文化的個性。博物館在全球化的整合中，更應遵循自身的發展規律。博物館在新媒體時代的引領下，更應關注博物館文化的強化，提升博物館的學習能力。

在未來事業發展中，上博將積累新的創新智慧：1、開風氣之先，處同行前沿。城市需要寧靜，城市需要文化風景。國家的未來，城市的未來屬於青年，青年的遠行需要文化相伴、文化支撐。有的城市十年十年看，有的城市五年五年看，有的城市一年一年看；有的城市只有小動靜，沒有大動靜；有的城市表面動靜不大，但正在孕育深刻的變化，甚至巨變……其中很重要的是「文化問題」。上博要積極開風氣之先，處同行前沿。

2、推進三大傳統功能的現代化。收藏徵集保管功能、研究功能和社會教育功能是博物館的三大傳統功能。近十年來，上海博物館在三大傳

統功能的踐行方面有了「現代化」的理念追求和實踐推進。「三大傳統功能」的現代化是指利用高新技術的收藏徵集保管功能、形成學科優勢的研究功能、面向現代社會的社會教育功能。

3、努力建構「3 + 1」展覽模式。展覽是上海博物館業務工作的有機組成，是「博物館文化」中堅守和創意的重要體現。在近年來上海博物館的展覽探索中，努力建構起了「3 + 1」展覽模式。「3」是世界古代文明系列展、邊遠省份文物精品展、特別文物系列專題展；「1」是指館藏文物珍品展。

4、構築全球視野，加強文化交流。上海博物館 60 周年系列活動的成功舉辦充分展示了全球視野對於博物館事業發展的重要性和必要性。未來，上博將進一步以學術交流為主線，拓展與國際博物館界的全面接觸與交流，開闢中國文化在海外傳播的新途徑。

5、重視人才培養和隊伍建設。近年來，上海博物館針對文博行業人才專業化程度高、培養週期長、實踐性強等特點，逐步確立了「以人才培養為切入點，緊緊圍繞博物館事業發展和業務建設，推動人事制度改革」的基本指導思想，並在工作實踐中全面加以落實，實行定編、定崗、定職、定責的「四定」工作，實行全員聘用合同制，探索「社會化用工」，積極向人力資源管理轉型。

三、敞開「課堂」的大門

上海博物館歷來重視做好公共文化服務工作，尤其強調充分發揮自身平臺優勢，敞開「課堂」的大門，為上海的中小學校提供優秀的傳統文化與藝術素養教育資源。

2013 年，上海博物館舉辦了近 200 場講座，其他各類文化活動百餘場。經過多年打造，上博講座已成為上海乃至全國具有影響力的文化品牌，形成了包括「特展講座」、「開放的藝

術史」、「交通中西」、「致偉大的傳統」、「設計中國」、「匠作中國（內含布文化、紙文化、木文化、中國民藝等系列）」、「館藏文物精品系列講座」、「九州文華」、「博物館與世界古代文明」等不同主題的子系列。上博將之與文化活動、教育讀物出版、新媒體、未成年人教育等方面兼融思考，進行資源整合，收到了令人矚目的效果。以匠作中國中的「紙文化」系列講座為例，邀請 40 餘位一流學者參與，從造紙印刷到書籍版本，乃至於當代的民間工藝和面向未來的紙的創意設計，成功演繹了「一張紙能有多少文化積澱，一張紙能有多少文化創意」的「紙文化活動」的核心策劃思路。從講座到已經出版的《紙》和將要出版的《紙向何方——紙文化講座集》，然後是 2010 年開始的「紙文化」系列文化活動，2012 年在上海多所中學舉辦的紙文化校園展覽，將出版、學校教育、媒體宣傳、文化活動和與時俱進的學校展覽相結合，開創了上博教育展覽的新模式。2013 年開始設計製作的「紙文化」文化包和 app 應用，上博把每一個系列講座做成平臺，將研究、傳播和教育融為一體，努力將博物館變成了城市課堂。

在文化教育這一大環境中，博物館應該敞開大門，成為學校課堂教育的一個重要輔助部分，充分發揮「感觀教育」的優勢，將激發參觀興趣作為展示的重要任務，著力發掘、重現文物原本就有的鮮活生命，以興趣作為學習的動力，從而將被動的「教育」過程轉變為主動的「學習」過程。要很好地實現這一點，必須更好地發揮教師的作用，因為教師比博物館更加熟悉學生，只有當廣大教師掌握了有關知識，能夠得心應手地利用博物館的資源，文化資源才能真正轉化為教育的資源。因此，上海博物館近年來格外重視做好教師研習會和教師會員的工作，除舉辦教研會、講座、考察等各類活動外，與上海市教委合作舉辦教師利用博物館的培訓班，為基地學校提供文化實踐和藝術體驗機會，共同開展博物館與學校教育課題研究；與相關

教師合作，在博物館展廳內開展「博物館中的歷史課」，上博還在 6 所基地學校舉辦校園展覽，獲得了教委和宣傳部的高度認可。

在國家高度重視公共文化服務、重視提高學校人文素養教育的今天，我們認為，博物館在國民教育中應該佔據更加突出的地位，與此相對，中小學校也應更加積極主動地借助博物館平臺，利用其豐富的資源優勢，使得學生更多地接受藝術薰陶，提高審美和人文素養。如何進一步敞開「課堂」的大門，我們形成了新的思路：一是在中小學校與博物館之間建立對口/定點聯繫機制，增加博物館展覽進校園的內容與頻率，同時加強對教師的文博素養培訓，以此實現對博物館文化資源的更加有效、合理的利用；二是在中小學校教材內容中增加有關博物館及美術館相關領域的知識點，尤其是關於傳統文化與藝術審美的內容，引導學生更加積極地探求傳統，感悟藝術；三是中小學校可在課外學習板塊中加設「文博興趣班」，將文博素養也列為衡量學生綜合素質的要素之一，從而提高學生對文博教育的重視。希望通過以上三種方式的有機結合，真正打造出「文博課堂」，切實有力地為推動教育事業科學發展貢獻力量。

本文作者為上海博物館館長

銅與瓷的交輝—江西文物精品展

Splendor of Bronze and Porcelain: Exquisite Artifacts from Jiangxi

文／張毓婷

2014 7.5 - 8.31

國立歷史博物館 3 樓展廳

主辦單位 江西省博物館、國立歷史博物館、財團法人鴻禧藝術文教基金會

江西省位於長江中下游的南岸，是江南文化的西陲代表。早期以中原地區為統治核心的各朝代政權，從長江以北往南看，江西正好位在長江的右半側，因此稱此地區為「江右」。唐玄宗開元年間設置「江南西道」，意為位於江南的西部地區，其後皆以「江西」作為這個地方的行政區名。唐代詩人王勃〈滕王閣序〉中即盛讚江西：「……襟三江而帶五湖，控蠻荊而引甌越。物華天寶，龍光射牛斗之墟；人傑地靈，徐孺下陳蕃之榻。雄州霧列，俊彩星馳。臺隍枕夷夏之交，賓主盡東南之美。……」由此可知，江西自古便因地理位置適居江漢、三苗、中原、太湖等周圍幾大古文明圈的中間地帶，文化內涵因是極為豐富。晚近以降，隨著境內多項重大考古發現，諸如大洋洲鎮出土 3000 多年的青銅器，以及仙人洞遺址挖掘到 2 萬多年前的陶器碎片……等等，更顯示該地區在華夏文化發展中佔有不可忽視的地位。

本展覽將呈現江西省多間博物館、考古所的典藏文物精華。展品共計 120 餘組件，以青銅和瓷器為大宗，最古可追溯到史前時代的陶器文明，及上古時代的青銅工藝，乃至各知名窯址所燒製出品的陶瓷器，又以瓷都重地景德鎮最具代表，同時，尚有精雕細琢的玉石器和巧奪天工的金銀器。再者，書畫展品中，明末清初「四僧」之一的朱耷（即「八大山人」），獨創以形寫情、逸氣橫生之作；而清初作為「江西畫派」領導人物的羅牧，其山水畫風格筆意空靈、韻味悠長，畫面中處處流露天真平淡的文人精神，均可見該地區文藝成就斐然。

這次難得的兩岸文藝交流機會，特別感謝江西省博物館協調商借展品，及財團法人鴻禧藝術文教基金會的協力促成。希冀透過此一精美展覽，提供大眾一睹江西文化發展的瑰麗風貌，並進一步對中華文化的形成產生深刻的理解與認識。

本文作者為國立歷史博物館展覽組研究助理

元 青花雲肩牡丹紋帶蓋梅瓶



商 獸面紋鳥耳扁形夔足青銅鼎



個人入會申請表

學會審核紀錄欄
會員資料編號：

申請加入 <input type="checkbox"/> 一般個人會員 <input type="checkbox"/> 學生會員 (請檢附當年度有效之學生證影本)				
請將以下灰欄項目中願意授權本會製作會員通訊錄等通信用途之個人資料打勾 (V)				
V	姓名	中：	英：	
	性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	生日	年 月 日
	服務機構			
	職稱			
	專業領域			
	欲參與之專業委員會 (請勾選, 至多兩個)	<input type="checkbox"/> 博物館展覽委員會 <input type="checkbox"/> 博物館視聽多媒體委員會 <input type="checkbox"/> 藏品安全與維護委員會 <input type="checkbox"/> 博物館管理委員會	<input type="checkbox"/> 博物館教育委員會 <input type="checkbox"/> 專業人才培訓委員會 <input type="checkbox"/> 行銷與公關委員會 <input type="checkbox"/> 兩岸博物館交流發展委員會	
	電話	()		
	手機			
	傳真	()		
	E-Mail			
	聯絡地址	郵遞區號：_____		
本人_____不同意公開以上項目任何聯絡資料(除姓名外)。				
本人_____同意公開以上勾選之資料，授權本會用於製作會員通訊錄及各團體會員館博物館相關展覽與活動訊息之聯絡。				
簽名：_____				
日期：_____				
一、請簡述申請加入本會目的：				
二、能否簡短寫下您的博物館經驗(如：現職與博物館相關?)				
三、您希望學會提供哪些服務(請依 123 等優先順序表達您的需求)				
<input type="checkbox"/> 提供各類專業資訊 <input type="checkbox"/> 出版專業書刊 <input type="checkbox"/> 舉辦專業培訓課程				
<input type="checkbox"/> 提供專業諮詢服務 <input type="checkbox"/> 建立博物館認定程序				
<input type="checkbox"/> 其他 _____				
註：申請學生會員者請檢附當年度有效之學生證影本。				



中華民國博物館學會

中華民國博物館學會《博物館簡訊》廣告刊登辦法

《博物館簡訊》總發行量：800本。

發行方式

每季三、六、九、十二月發刊。

1. 紙本 / 免費提供本會會員。
2. 紙本 / 訂閱戶。
3. 電子檔 / 免費官網上供線上瀏覽下載。

發行對象

中華民國博物館學會個人 / 團體會員、全國各類博物館、美術館及藝文空間之管理人員及專業人員，博物館相關產業之教育人員、公關行政人員，及關心博物館教育、藝術行政、文化政策等，對博物館發展有興趣之社會大眾。

出版品規格

A4 (21cm x 27cm)全彩，共48頁。

刊登辦法

(一) 廣告刊登申請流程

填寫〈廣告委刊單〉申請刊登廣告 ➤ 審核通過後學會通知，請於時限內繳交廣告刊登資料 ➤ 確認廣告刊登排版 ➤ 付款。

1. 隨時可申請，學會審核通過，始可刊登。
2. 截稿時間：每季1/25、4/25、7/25、10/25前提供廣告資料，含文字或圖片。
3. 排稿確認：每季2/15、5/15、8/15、11/15前提供排版內容確認。

(二) 付款方式

1. 廣告付款，請於廣告刊出前付款(委刊合約另行外)，以郵政劃撥方式、匯款或轉帳方式匯款。
2. 付款完成需掃描或傳真收據給本會，始完成付款流程。

(三) 廣告價目表

版位	廣告尺寸	定價(NT\$)
彩色封底	21 x 27cm	30000
彩色封底內頁	21 x 27cm	20000
彩色內頁(全頁)	21 x 27cm	10000
彩色內頁 二分之一(橫)	21 x 14cm	5000

詳細刊登辦法及疑問，請洽本會秘書處簡訊編輯 [02]2361-0270 轉702

E-mail: service@cam.org.tw