

# 拉近「人」與「物」的距離——談博物館互動式展示

何來香

互動式展示的概念及應用，

無法任由一個個體獨自完成，

它必需建立在團隊合作的基礎上，

才能真正拉近觀眾與物件的距離。

## 前言

據香港文匯報八月二日的報導指出，將於今年九月份開幕的香港迪斯尼樂園，以台灣旅客反應最為熱烈。新鮮、好玩、刺激的印象，使它未開幕就獲得大眾的青睞。與大多數的觀眾對博物館的期許，尋求驚喜、興奮，脫離一成不變的生活，極為相似。

但是各個博物館的類型、成立的目的，以及觀眾的組成都不盡相同，因此在展示內容、方法、引用的材料及資源上亦有分別，博物館要如何運作才能符合觀眾的期許？無可避免的，所有的博物館都必需透過「展示」這個媒介與觀眾溝通，誘導觀眾與「物件」心神領會，達到博物館「學

習」、「休閒」，甚或「娛樂」目的。本文以筆者參訪及參與的博物館展示為例，看互動式展示如何滿足觀眾對博物館的期許，並打破觀眾與博物館間的藩籬。

## 以展示為媒介的博物館學習

博物館中的學習可分為兩大類型：正式的學習與非正式的學習。正式的學習是指有事先計劃的學習目標，解說導覽、研習教室、演講、研討會等正式的教育活動；非正式的學習則意指觀眾沒有引導，隨興的參觀、任意走動、觀賞、操作展示或閱讀展示說明等。也就是說非正式學習透過展示這個元素，提供了觀眾與物

件對話、互動、直接接觸，甚至觀賞及參與藝術創作的機會，是博物館有別於學校教育之處。

Hein在〈建構式主義博物館〉一文中提出：「當考量博物館觀眾的年齡層之廣，建構式主義特別適合當做博物館

教育的基石。」  
建構式主義強調博物館應提供一個讓觀眾自主探



圖一 舊金山亞洲博物館教育資源中心（杜逢瑀攝）



圖二 國立故宮博物院之「閱讀中國書畫」教育推廣區，提供觀眾中國書畫的延伸學習（作者攝）

索及發現的學習環境。同樣地，日本京都國立近代美術館主任研究員河本信治亦認為美術館應放棄「教育、指導人們」的自主性立場，應讓人們能自發性的利用美術館資源學習。因此，與觀眾直接接觸的展示環境及手法，也就更形重要。

除了在展示環境上，強調由觀眾

自主學習，博物館設立的教育資源中心，因不受保存及空間大小的限制，更能以互動式展示，補充原展示不足之處。例如：舊金山亞洲博物館二〇〇三年成立的教育資源中心（Education Resources Center，圖一），提供觀眾不同的學習資源。如學習包、藝術圖書，以及書法練習；台北故宮二〇〇五年重新規劃完成的「閱讀中國書畫」教育推廣區（圖二），位於繪畫及書法陳列室之間，觀眾可以選擇在參觀前後，以觸摸及閱讀的方式，深入了解中國書畫。營造的寧靜氛圍及特別設計的大坐椅，適合家庭觀眾一同學習。

### 觀眾行為與博物館展示

行為研究在商品市場的重要性，決定一個商品是否應該推出，或推出後是否為消費市場接受。同樣的，二十世紀後半，博物館界在籌辦展示時，也開始將眼光放在觀眾行為研究上。美國博物館展示協會在一九九五、一九九七、一九九八、一九九九

年期間，曾針對三十家以上的博物館調查，發現各博物館均一致認為觀眾是它們的首要考量，也積極進行觀眾研究來支持博物館的展示策略。而在中東，以色列博物館（The Israel Museum）持續多年的「觀眾參觀路徑」研究，也發現兒童及成人觀眾對展示環境都深感興趣。顯見觀眾行為研究與博物館展示息息相關，是博物館籌備展示及評量展示是否為觀眾理解及鑑賞的基礎。

### 博物館展示的特性

觀眾的多樣性，使博物館的展示呈現不同的面貌。展示是博物館與觀眾主要的溝通媒介，同時也是博物館學習的塑造者，更是將物件呈現給大眾的化妝師。展示可以是靜態的陳列，也可以是結合多媒體及教育活動的展演；從考量文物安全到情境的營造；從單純的典藏到觀眾教育；從單向的灌輸到互動學習，甚或結合劇場經驗。它們彼此之間相互交叉應用，形成一個網絡，在潛移默化中加深觀

眾的學習。展示特性雖在不同類型的博物館中略有不同，但大多具備了以下的特質：

### 「觀眾導向」的展示

大英博物館 (The British Museum) 闡述其教育的宗旨是「為不同年齡層，不同興趣的大眾，提供廣泛的學習經驗。」說明該館所關注的是觀眾群，而非個別的觀眾。博物館的觀眾群，約可分為三大類：一般大眾、學校師生及家長、專業人士。但是各觀眾群甚至是個體，參觀博物館的目的殊異，有的單純以觀賞、學習為主，也有以休閒、娛樂為目的。因此，博物館應提供適合不同觀眾群的展示，吸引觀眾進入博物館。

### 從「物」到「人」的展示手法

從陳列「物件」為主，到服務「觀眾」，博物館展示有了截然不同以往的面貌。二次大戰以後，隨著經濟的復甦，博物館也快速成長。以日本為例：在七〇至八〇年之間，先後就有將近五百座博物館成立。各博物館以新穎活潑的展示主題及方法，做為

吸引觀眾的手段。

在美國，服務觀眾的觀念也深深的影響博物館展示，如筆者今年五月參觀印地安納波里斯兒童博物館 (Children Museum Indianapolis) 以下簡稱CMI) 的「櫻花學校」特展，該展以六個單元介紹日本文化，包含日本小學教室以及五個不同年級小朋友的家。公寓客廳、賣湯豆腐的商店、和室及小女孩的房間呈現出不同的生活形態。觀眾可以自由選擇體驗各個主題，從玩布袋怪獸、彈電子琴、扮家家酒，甚至進入廚房幫忙 (圖三)，從互動中認識日本文化。在這裡，「觀眾」成為「參與者」，不再是被動的接受訊息。

### 為什麼是互動式展示？

互動式展示並不侷限於運用高科技資源的展示，它泛指可以引發參與者學習及感動的展示手法，其目的是塑造一個利於學習、增進體驗的情境。

西雅圖美術館在觀眾參觀展示後的四十八小時進行調查，發現其中只有百分之十的觀眾能記得他們所「閱讀的」，百分之二十記得「聽過的」，百分之三十記得「看過的」，但卻有百分之九十會記得他們「動手做的」展覽，與藝術學習成效圖 (圖表二) 相似。在該表中，參與戲劇活動、遊戲及模型的方式、真實的體驗是最具成效的學習方式。也就是說，感官的參與程度愈高，學習的成效愈好。

因此互動式展示，包含所有可以



圖二 在OMI的櫻花學校展區，觀眾成為參與者。(作者攝)



圖表一 藝術學習的金字塔 (Patty William提供)

引發視覺、聽覺、嗅覺、觸覺等感觀反應的展示機能，它提供觀眾更多參與樂趣、學習經驗及管道，是博物館與觀眾雙方需求的交集。

## 互動式展示的應用範圍

習慣於靜態陳列方式的策展人員，也許會質疑：互動式展示是否適合展示珍貴物件？當展示場地及經費

受限時，它又當如何被應用？互動式展示是否會使展示空間太花俏或喧鬧？或互動式展示只適合應用在兒童及科學類的博物館？

然而，互動式展示的應用範圍包含語言文字、參與、多媒體及動手 (Hands-on) 等多元的學習方式。博物館在籌劃展示時，可考量其展示性質、預算及物件安全，決定使用的比例及程度。

## 友善的語言文字

展示說明文字，猶如給了物件聲音，讓它介紹自己，進而與觀者產生互動。沒有適切的文字說明，即便是珍貴的歷史物件，也只能像啞啞的骨董一樣。芝加哥美術館二〇〇三年推出的「臉、地域、內在空間」展覽，將展示文字區分為二種：「觀看文字」，用來鼓勵觀眾仔細觀察作品；「討論文字」，用來刺激親子或師生之間的討論；「說明文字」，提供歷史與內容資訊，協助觀眾觀察與討論；三者相輔相成，讓觀眾藉由思考及彼此討論，認識展品。如果展示的对象是

兒童，採用的敘述文字除簡單易懂外，更需具有趣味性及啟發性。如CMI，就採用問與答的方式刺激家庭觀眾一同學習。(圖四)

## 彈性的敘述手法

英國國家畫廊 Michael Cassin 指出，一個好的展覽和陳列應該具有令人興奮的元素，不僅策展人員感受得到，同時將其轉化並呈現給觀眾。好



圖四 CMI博物館以簡單的遊戲問答方式介紹恐龍，也是互動式展示的一種。(作者攝)



圖六 「福爾摩沙—十七世紀的台灣、荷蘭與東亞」展之船艙區  
(林姿吟提供)



圖五 芝加哥美術館「臉、地域、內在空間」展之日本版畫單元中，觀眾可以喬裝版畫中的人物 (Patty William提供)

的展示像魔術師，將原本毫不起眼的物件重置回歷史現場或與當代文化結合、比較。但是，仍有不少的歷史物件的展示，常以年代、功能或結合二者的方式靜態陳列，一再重覆的展示手法及空間，極容易造成觀眾的「博物館疲憊」。

### 戲劇性的展示手法

結合戲劇性的展示手法，能有效引導觀眾關心特別的議題，並進而了解展品的內容。特別是在兒童博物館中，劇場的運作被證實為有效的教育工具。例如芝加哥美術館於二〇〇三年的「臉、地域、內在空間」展之日本版畫單元中，設計了一個日式的歌舞劇舞台，供觀眾喬裝打扮成版畫中的人物(圖五)。透過「角色扮演」鼓勵觀眾做他們自己，藉此了解其他不同的文化、生活與信仰。另外，國立故宮博物院於二〇〇四年舉辦的「福爾摩沙—十七世紀的台灣、荷蘭與東亞」特展，入口處設置的甲板、船艙、海潮聲，讓觀眾彷彿置身在十七世紀的海上(圖六)，為接下來的參觀預

作暖身。

### 多媒體的輔助

就歷史性的展示而言，多媒體可以是一部影片，將物件放置回歷史、文化的脈絡中；在自然科學的展示中，多媒體則可以將深奧難懂的物理現象，轉化成容易理解的影像或遊戲。多媒體也可以是聲音、燈光，或其所營造的氛圍。台北故宮在二〇〇二年舉辦的「也可以清心—茶器·茶事·茶畫」特展中，企劃了一部宋代點茶動畫影片，將繁複的點茶過程及宋代的人文生活，以淺顯易懂的動畫呈現。另外，3D立體特效則能將肉眼不易觀看的物件，抽絲剝繭，呈現在觀眾的面前。

### 參與式的設計

從靜態的展示，到結合活動及戲劇的展演，觀眾不再被動的「觀賞」展示，而能進一步的「參與」展示。自一九六〇年代開始，在世界各地的博物館，動手的互動式體驗，提供觀眾一個全新的探索。在CMI陰森森的埃及館內，筆者在專人引導下，將來

子伸入木乃伊模型的鼻孔內，清理死者腦部，過程令人毛骨悚然。同樣的，座落於台北市區的樹火紀念紙博物館，也有一處供觀眾製紙的工坊；南韓國立民俗博物館的傳統技藝展示間裡，當代的手工藝家，定時示範及教導觀眾如何製作韓國民俗生活用品；台北故宮「福爾摩沙」特展，則透過氣孔的設計，讓觀眾從嗅覺上認識東西方貿易中的主要物產—香料（圖七）。這些都是應用參與式設計的展示例証。

## 結論

上述有關互動式展示的概念及應用，無法任由一個個體獨自完成，它必需建立在團隊合作的基礎上，才能真正拉近觀眾與物件的距離。自一九八二年以來，由芝加哥費式自然史博物館（Field Museum Natural History）發起的製作群策展觀念，強調以團隊模式進行規劃

與執行。製作群策展方式在展示籌設初期，即同時納入研究人員、教育人員、設計人員，三者經過充分的溝通與協調所完成的展覽，不僅有利節省經費，更能籌辦出符合觀眾導向的展示。反觀國內，有不少的展示案例仍是由研究人員規劃展示主題後，再交由館內或館外的設計人員規劃硬體，開展後，教育人員再根據展示主題籌劃相關的教育活動。這種直線式的策展方式所完成的展示，往往難以跟上觀眾導向的潮流，恐怕是國內博物館必須面對與調整的課題。



圖七 觀眾透過嗅覺認識東西方貿易的商品—香料。（林姿吟提供）

## 參考書目

1. 洪楚源編譯，〈互動式展示的規劃〉，《博物館學季刊》，一一（二），一九九七。
2. 許功明，〈博物館的展演及其理念〉，《博物館學季刊》，一一（四），一九九八。
3. 黃明月，〈博物館與自我導向學習〉，《博物館學季刊》，一一（四），一九九七。
4. 曾瑞蓮，〈魔術師的袋子裡有什麼？—記國立科學工藝博物館開館巡迴親子活動〉，《博物館學季刊》，一一（四），一九九八。
5. 劉德祥，〈對數線性分析法在觀眾研究上的應用〉，《博物館學季刊》，一七（一），二〇〇三。
6. 河本信治，〈漂流教室：一八位中學生所策辦的一八個展覽〉，《美術館教育國際研討會論文集》，二〇〇三。
7. Jean Sousa，〈裝置即詮釋：臉、地域、內在空間〉，《美術館教育國際研討會論文集》，二〇〇三。
8. Michael Cassin，"The Educator as Exhibitionist: The Museum and the Need of the People". *Annual conference Jerusalem*, Israel, 15-22 October 1991.
9. Mihaly Csikszentmihalyi, "Insights Museums: Visitors • Attitudes • Expectations", *Notes on Arts Museum Experience*, The J. D Paul Getty Trust, 1991.
10. Ayala Gordon, "The Educational Exhibition in the Art Museum, The Museum and the Need of the People", *Annual conference Jerusalem*, Israel, 15-22 October 1991.
11. Ghislaine Lawrence, "Rats, street gangs and culture: evaluation in museums", *Museum Language-Objects and Texts*, edited by Gaynor Kavanagh, Leicester University Press, 1991.