

# 從「米芾的書畫世界」

林品樺

## 談博物館網路科技之應用趨勢

國立故宮博物院繼去年「Old is New」故宮形象廣告得到「繆思獎」(MUSE Awards)「推廣宣傳類金牌獎」後，再度於今年獲得繆思獎金牌獎的殊榮。本年推出的參展作品，是由國立故宮博物院書畫處在二〇〇六年度所製作的主題網站「米芾的書畫世界」(www.npm.gov.tw/mifu)，得獎項目為「線上傑出(Online-Presence)」金牌獎。

「米芾的書畫世界」以特殊的介面設計，呈現北宋書法家米芾的創作經歷與人生過程；除了提供清楚的作品賞

析，並將米芾三十九件作品的所有字跡筆畫一一分解，集成可搜尋、比對之資料庫。由於此創新的製作成果，使「米芾的書畫世界」獲得評審的高度讚許，他們認為：「網站的優美加強其主題，並且從其知識性、視覺設計和聽覺效果，突顯不同的感受。內容敘事無縫地交織在充滿詩意的時空地圖中，配合精妙的Flash和視覺設計，不致令人感到壓迫，聲音和視覺的輔助在體驗時，增加穩定的感受。」(圖一)

相較於往年，「米芾的書畫世界」所獲得的「線上傑出」獎項，是繆思獎今年首度出現的類別。以往繆思獎獎項分類，是以作品的屬性為區分，而非以表現手法為依據，例如二〇〇六年的藝術類得獎項，得獎作品之表現方式便

不盡相同。但今年繆思獎卻有了新的參賽方式，為了讓參賽者能夠更適切地找到報名項目，繆思獎讓參賽者自行填寫作品呈現方式的類型，評審再從兩百多件世界各地之參賽作品所填寫的作品描述，區分出十個比賽類別。這十個類別分別為：視聽導覽、延伸體驗、遊戲、互動式導覽台、說明互動裝置、多媒體裝置、線上傑出、公開與新發展、教育與推廣、影片和Jim Blackaby創新獎。「米芾的書畫世界」所報名之繆思獎，究竟為何在今年產生如此大的轉變，可先從繆思獎的本身來談起。

### 「繆思獎」以及「媒體與科技委員會」

「繆思獎」，隸屬於美國博物館協會中的「傑



從「米芾的書畫世界」談博物館網路科技之應用趨勢



圖一 「米芾的書畫世界」於2007年得到美國「繆思獎」線上傑出獎

出專業委員會」(Standing Professional Committees, SPCs) 旗下之「媒體與科技委員會」(Media and Technology Committee - M&T) 所舉辦的年度獎項。媒體與科技委員會，是美國博物館協會與媒體科技的連結，它致力於媒體科技之定義、檢驗、支持與提出使用方式，幫助博物館能藉由媒體科技的操作，迎合各種觀眾的需求。每年媒體與科技委員會，為了支持各項設計活動，推動發展博物館媒體與科技的視野，舉辦了眾多研討活動，「繆思獎」即是其一。配合一年一度美國博物館協會的年會，媒體與科技委員會同時舉辦各式的議題討論，該年度議題往往與目前博物館界的潮流發展有關，如今年的討論議題中，有一項是「創造綠色博物館——建立博物館永久社群」，明顯看出與當前的關心議題潮流不謀而合。

自一九九〇年起至今，繆思獎已舉辦十八屆，獎項也逐漸朝向專業化發展，檢視近年得獎的繆思獎網站，可歸納出幾項特點：

### 一、著重使用者體驗

胡柏·格林希爾(Hooper-Greenhill)在《邁向未來的博物館》一書中提到，博物館應從以收藏為導向的型態，轉變為以觀眾為導向的型態<sup>(註一)</sup>。當網頁已逐漸成為博物館和觀眾最常接觸的媒介，博物館製作的網頁也應慢慢轉往提供觀眾趣味的方向前進，而非只是知識的輸出與資訊的拼貼。如二〇〇五年得到科學類榮譽獎的美國自然史博物館(American Museum of Natural History)所製作的網站「Ology」<sup>(註二)</sup>，即一明顯例子。它配合時下小朋友喜歡蒐集「遊戲卡」的概念，將各個子題呈現之知識內容的關鍵字，做成一張張可以蒐集的「遊戲卡」。學得越多，蒐集的卡片便越多。這個網站是特別針對美國七至十一年級的學生所製作的網站，提供使用者個人化的紀錄，增加學習機會去探索更多的知識<sup>(註三)</sup>。

### 二、符合主題的視覺設計

各式各樣琳瑯滿目的博物館網站陸續出現後，從近幾年

的「繆思獎」得獎網站，可發現其呈現方式逐漸化繁為簡，盡量不讓觀眾在實體博物館中會出現的「博物館疲倦(museum fatigue)」症狀，也出現在瀏覽博物館網站的時刻。「如要評估博物館網站，可從介面的安排及設計的效果、資訊轉換的效能（例如下載速度）與資訊轉換的效果（例如資訊的正確性）來檢視」〔註四〕。以二〇〇五年藝術類金牌獎的作品：

「Cycles: African Life Through Art」〔註五〕為例，便能明顯發現博物館在製作主題網站時，對於使用介面的精心安排，乃是以符合非洲意象的主題視覺設計貫穿整個介面，讓使用者不至於其中迷失，亦可讓使用者清楚地明白他們在網站中的哪一個部分〔註六〕。

### 三、提供多元服務：

博物館乃一社教機構，參觀者眾多，點閱博物館網頁的觀眾亦然，但瀏覽博物館網頁的觀眾，並非存在於實體博物館中，他們屬於未知的一群。因此，為了讓不同的族群可以順利瀏覽，博物館在網頁的

設計上，有一些服務已經成為「基本配備」。如二〇〇六年獲得藝術類銅牌獎的「Street to Studio: The Art of Jean-Michel Basquiat」〔註七〕，在首頁便提供英語、西班牙語服務，點進去之後，網站的影音內容豐富，亦提供各種討論區、寄送卡片以及線上遊戲的服務，讓使用者願意持續點閱網站內容，並鼓勵使用者互相交流與討論。為了增加瀏覽博物館網站的「黏性」，讓使用者停留時間更長，多元服務有其必要性，提供的多元服務越多，觀眾得到的滿意經驗也隨之提升〔註八〕。

### 博物館科技發展的運用趨勢

由前所述，可發現博物館的科技潮流，其實與科技產業趨向多元化需求的發展方向，關係密切。「繆思獎」獎項的改變，也與數位產品日趨多樣有關，可從新推出的「互動式導覽台」略見端倪。此外，博物館所製作的數位內容，亦推陳出新，不斷有新的嘗試與突破，提供給使用者更多豐富的

資訊，並且帶給使用者愉悅的體驗。那麼在未來，博物館運用網路科技的趨勢，究竟會朝什麼方向邁進？「媒體與科技委員會」委員丁維欣表示，「在未來，『繆思獎』更看重的是科技和服務對象之間的關係，以及製作出來的成品究竟如何與觀眾產生互動。」

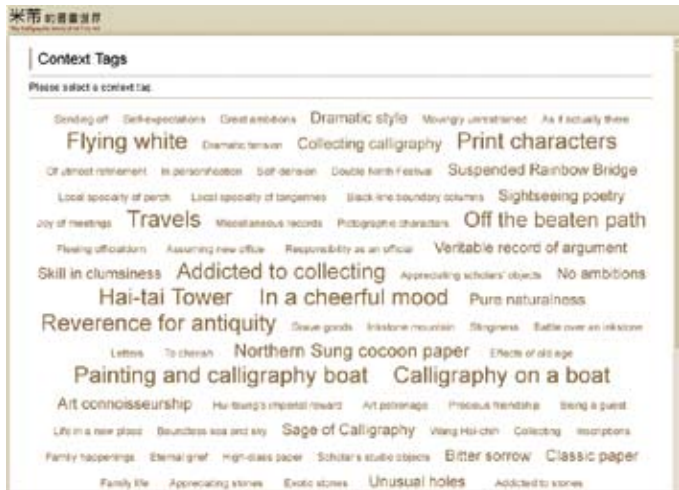
### 數位博物館2.0

我們從「繆思獎」近幾年得獎作品的取向，再配合目前網路發展的趨勢來思考，科技的發展其實是一班沒有終點的列車，如果博物館希望能夠順利搭上這班列車，而非只是在後頭追趕，除了在館內的資訊系統設備規劃上要符合一般大眾的標準，在軟體內容創造上，也必須打破以往的思維。以目前來說，Web 2.0無疑地是博物館在做網路發展上的利器。

過去，在網路世界中，「內容」主宰一切（content is king），但是到了Web 2.0的時代，「連結與社群」才真正握有主導權（connection and community is king）〔註九〕。

簡言之，Web 1.0與Web 2.0兩者的差異在於，前者僅僅將知識內容作重組，把內容數位化後，「出版」於網路上，使用者處在一個被動與接收的位置；後者卻鼓勵使用者與網站主體處於平等的地位，並看重網路使用者的社會價值，發掘多元族群的需求，希望減少階級的藩籬，以及努力與網路使用者培養長久良好的關係。

Web 2.0的應用工具繁



圖二 「米芾的書畫世界」英文版網站所提供的英文情境標籤

多，目前最為人熟知的方式以「部落格 (blog)」居首，因此已經有不少的博物館開始建立屬於自己的部落格，提供使用者發表意見與溝通的場域。除此之外，美國國家藝廊 (National Gallery of Art) 透過網路下載廣播 (Podcasts) 的方式，將館藏作品的圖片與內容，傳送到使用者的 iPod 裡，目的便是希望吸引年輕族群可以多加利用美術館 (註十)。其他如共筆系統 (Wiki)、合眾標記 (social tagging) 與網站內容即時更新訂閱服務 (RSS) 等應用項目，已逐漸廣為博物館界使用，透過 Web 2.0 等多樣工具，使用者在利用博物館所提供的網路服務時，也可以有較多更為便利的選擇。

以「米芾的書畫世界」為例，網站將情境標籤 (Context Tags) 的服務，應用於作品集 (Gallery) 裡。(圖一) 目的即希望使用者在瀏覽米芾的作品前，若對於米芾沒有任何想法，無從點選作品時，不妨可以先點選情境標籤的選項，透過趣味性的文字分類，導引

使用者去點選符合作品內容所傳遞出來意涵。另外，網站提供書跡單字的查詢，讓使用者可以從某個單字欣賞不同作品的書寫方式，提高使用者繼續點閱的興趣，這些都是符合目前潮流的一些表現手法。(圖三)

### 結論

十年前的網路使用者，只能在博物館的網站上，得到「開放時間」、「交通位置」等資訊，而現在的網路使用者，卻可悠遊其中，得到數以萬計的文字資料與圖片影像。「當未來無所不在 (ubiquitous) 的博物館出現時，應該會如傅柯所言，將是個廣泛的物質文化資料庫，在任何地方皆可運作」(註十一)。的確，當越來越多資訊載具結合無線網路 (wireless) 的功能，讓人隨時隨地吸收資訊，數位博物館的功能亦會更為成熟與多樣，但無論科技如何進步，唯有將使用者的需求放於心裡，時時關注使用者的喜好，才能有效地將博物館的核心價值推廣出去。吸引更多



圖三 可從作品直接點選「字跡排比」功能

注釋：

1. Hooper-Greenhill, E. (1994). Museum education: past, present and future. In Roger Miles and Lauro Zavala, (eds.), *Towards the Museum of the Future: New European Perspectives*. (pp.133-146) London/New York: Routledge.
2. American Museum of Natural History. <http://www.ology.amnh.org/>
3. Herminia Wei-Hsin, Din (2006). Play to learn: exploring online educational games in museums. *International Conference on Computer Graphics and Interactive Techniques*. No.13. New York: ACM.
4. Lynne Teather and Kelly Wilhelm (1999) "Web Musing": Evaluating Museums on the Web from Learning Theory to Methodology", in *Museums and the Web 1999 Papers*. Archives & Museum Informatics, 1999. at <http://www.archimuse.com/mw99/papers/teather/teather.html>
5. Indianapolis Museum of Art. <http://www.ima-art.org/cycles/>
6. Worth a Scroll. Autumn 2005. *Museum Practice*. p63.
7. The Brooklyn Museum <http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/basquiat/street-to-studio/>
8. Johnson, Neal B. (2000). Tracking the Virtual Visitor: A report from the National Gallery of Art. March/April 2000. *Museum News*.
9. von Appen K., Kennedy B. and Spadaccini J., Community Sites & Emerging Sociable Technologies, in J. Trant and D. Bearman (eds.). *Museums and the Web 2006: Proceeding*, Toronto: Archives & Museum Informatics, published March 1, 2006 at <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/vonappen/vonappen.html> editor's note. URL corrected Jan. 21, 2007
10. Springer, J., and P. White, Video iPods and Art Education. In J. Trant and D. Bearman (eds.). *Museums and the Web 2007: Proceeding*. Toronto: Archives & Museum Informatics, published March 31, 2007 at <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/springer/springer.html>
11. Sumption, K., In Search Of The Ubiquitous Museum: Reflections Of Ten Years Of Museums And The Web, in J. Trant and D. Bearman (eds.). *Museums and the Web 2006: Proceedings*, Toronto: Archives & Museum Informatics, published March 1, 2006 at <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/sumption/sumption.html>

多「看不見的使用者」願意來  
實體博物館參訪，博物館的資  
源才能更有效地分享給社會大  
眾。

誌謝

本文之撰寫承蒙美國博物館協  
會「媒體與科技委員會」委員  
丁維欣教授於內容上的指導。



更正啟示

為考量天候及場地因素，國立故宮博物院為慶祝光輝十月及故宮院慶，所舉辦之「國立故宮博物院故宮出版品、書畫複製品及藝術文物商品促銷活動」改於10月5日至7日（星期五、六、日三天，上午9：00至下午17：00）在本院圖書文獻大樓一樓舉行，所有產品，物超所值，售完為止。歡迎共襄盛舉，踴躍前來搶購，以免向隅。