

當前博物館教育所應採取的導向——以故宮千禧年宋代文物大展為例

陳 媛

摘要

展覽一向是博物館內最具公眾性，並最具有見度的工作。所以，任何博物館都必然以展覽的溝通為其教育工作之核心。故宮之所以能夠始終維持「365天全年開放」的原則，就是基於它的收藏豐富、它的展覽吸引人，所以能保持年均量接近兩百萬的穩定參觀人次。然而，故宮展覽的呈現一向取決於博物館內部的規劃觀點，而觀眾的參觀經驗則一向被視為純屬外部問題，所以長久以來兩者之間缺乏構成討論的「界面」。

是以，本文將以故宮千禧年宋代文物大展為案例，說明該項展覽所呈現的博物館內部觀點，也說明為了建構博物館與觀眾之間溝通的可能性，故宮教育人員在該項展覽所涉及的教育課題方面所做的努力。同時也將藉由博物館學的理論，討論當前博物館教育應以引發觀眾內在學習動機為導向，使其參觀經驗趨於文化教養的面向，並具有自我成就的回饋價值。當然，在此導向之下所規劃出來的博物館教育工程，才能使觀眾與博物館之間的溝通管道建立更廣泛的可能性。

引言

個人對於博物館教育的認知，是以博物館與觀眾之間應該如何建立彼此溝通的可能性為出發點。這樣的認知固然植基於故宮是一個富於收藏，並勤於展覽的博物館，同時更植基於展覽一向是博物館內最具公眾性，並最具有見度的工作。所以，任何博物館都必然以展覽的溝通為其教育工作之核心。

故宮多年來在博物館展覽方面所做

的努力是有目共睹的，故宮之所以能夠始終維持「365天全年開放」的原則，就是基於它的收藏豐富、它的展覽吸引人，所以能保持年均量接近兩百萬的穩定參觀人次，此其所以故宮是一個名副其實的大眾型博物館。

然而，如果從個人一向所堅持博物館展覽的呈現「既不是學校門牆之內的理論陳述，也不是書籍或影視媒體的傳導，而是博物館經由展覽設計使觀眾所得到的實質參觀經驗」的觀點，來檢視



故宮與觀眾之間彼此溝通的實質，或探討故宮觀眾的參觀經驗，恐怕一時尚找不到具體的答案。沒有答案的原因，在於故宮展覽的呈現一向取決於博物館內部的規劃觀點，而觀眾的參觀經驗則一向被視為純屬外部問題，所以長久以來兩者之間缺乏構成討論的「界面」。

對於上述的認知，個人將以故宮千禧年宋代文物大展（以下簡稱宋代文物大展）為案例，說明該項展覽所呈現的博物館內部觀點，也說明為了建構博物館與觀眾之間溝通的可能性，故宮教育人員在該項展覽所涉及的教育課題方面所做的努力。

本文同時也將藉由博物館學的理論，討論當前博物館教育應以引發觀眾內在學習動機為導向，使其參觀經驗趨於文化教養的面向，並具有自我成就的回饋價值，如此觀眾才會樂於前來博物館參觀，並從參觀的樂趣中逐漸培養出對博物館持續的忠誠度。當然，在此導向之下所規劃出來的博物館教育工程，應該不再局限於博物館的內部觀點，而觀眾與博物館之間的溝通管道，也將能夠建立更廣泛的可能性。

宋代文物大展及其教育課題

「宋代文物大展」是故宮首度結合書畫、器物與文獻等三個典藏單位，將類別不同的藏品，以同一個主題，用聯合陳列的方式所推出的一個形式特殊的展覽。這個展覽所呈現的一方面是故宮三個典藏單位的跨界合作，一方面更是故宮近年來院藏文物中最具規模的一個展覽。至於這個展覽呈現了什麼樣的博物館內部觀點？以下可以分做兩方面來討論。

一、宋代文物大展所呈現的博物館觀點

公元2000年是邁向新世紀的重要時間點（圖1），眾人在期待中帶有一股莫名

所以的興奮與不安，這股情緒或許可以名之為千禧年意識。似乎，故宮也在千禧年意識的驅策下，以公元2000年之交的「漢代文物大展」揭開紀元之始的馬王堆奧秘，以「千禧之夜」敲響世紀之音的倒數計時，而一個接一個的盛大活動中，更於千禧年的春天，推出「千禧年宋代文物大展」。使千禧年的故宮和千禧年的展覽，熱鬧滾滾的一棒接一棒！

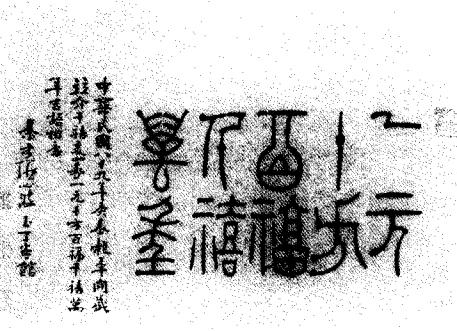


圖1.秦孝公篆書千禧吉語

（一）千禧年與宋代的關係

故宮以號稱世界第一的宋代文物之典藏推出「千禧年宋代文物大展」，充滿難以掩抑的興奮之情。當時擔任院長的秦孝公所持的觀點是：「本院此名寶巨構，又當此第二千禧運會，將繼『漢代文物大展』之後，推出『宋代文物大展』，豈不可謂時乎時乎！大哉大哉！」（秦孝儀，1999）可見，千禧年是推動這個展覽之所以形成的關鍵性「時點」。

至於如何將宋代文物與千禧意識在展覽上做連結？故宮內部的觀點首先聚焦於「精品盡出、展件豐贍」這個面向上。尤其，上溯公元1000年正值宋真宗咸平三年，而真宗與真宗后的坐像俱為故宮珍藏，所以千禧與宋代的關係，除了時間的扣合，舉凡故宮所藏的書畫、器物、圖書皆可以共襄盛舉、互有對映的陳列，足以飽人眼目，蔚為大觀。所



以故宮三個典藏單位，共同為宋代文物大展選出了一百八十九件展品，做為千禧年的最佳獻禮。就展品的數量而言，固然足以彰顯故宮千禧年的文化企圖，而展品之多樣性則促使展覽規模趨於大型化。於是，在千禧年與宋代連結的架構之下，故宮內部對展覽單元與陳列形式的處理，也突破了博物館既有的規制。

(二)展覽單元與陳列形式

「宋代文物大展」的五個單元：「道與藝」、「師法自然」、「樸素之美」、「生活與藝術」以及「文化融合」是根據展品內容的組合性來界定的。由於，這次展出的所有文物，一概使用書畫陳列室(編號201.202.208.210. 212.214陳列室)，以致平日展出冊頁、手卷的空間，需要時也都「釋出」做為器物的陳列空間。

譬如「道與藝」單元內所陳列的帝王像，包括有宋代開國之君宋太祖、第一個千禧帝王宋真宗（與真宗皇后）以及宋理宗的坐像。而宋人馬麟所繪的聖人帝君伏羲像，則因其繪像與理宗之像「竟然可視為同一人」(王耀庭，1999)，所以也與帝王群像並列。此外，故宮所藏的刊本周禮疏、孟子註疏解經等珍貴典籍，由於可以呈現宋代帝王尊崇儒學的風尚，所以也都與帝王群像展陳於同一櫃內，用來佐證宋代重視道統的文化特質。

再如，「師法自然」的單元中，定窯白瓷劃花蓮塘雙鳳碗，不僅與黃色閃玉的小鴨子比鄰陳列，同時又見宋人所繪的一對雪蘆雙雁棲息於蘆叢汀渚之間。於是，宋人表現自然的手法，與其生意盎然的自然情境，得以煥發於同一陳列室之中。上述的例子，足以說明故宮典藏研究人員為關連、組合展覽單元與陳列形式，所付出的無比用心。而故宮文物陳列的習慣，以往一向是書畫、器物、文獻各有其專屬的空間，而少有

相互混合的狀態，此次為了展品內容的組合性，以致於刻意調整展櫃，好讓不同性質的文物並列展出。對故宮內部而言，已屬情況特殊的一種突破。

然而，故宮內部所呈現的具有突破性之陳列觀點，是否能為觀眾所體會？五個單元文物混合的陳列形式是否能避免參觀動線的障礙？而迫於展覽推出的時間壓力，故宮的博物館教育人員雖無法進行前置性的測試調查，但於展覽則積極著手參觀環境的改善措施，以期有助於觀眾的參觀。

二、宋代文物大展所涉及的教育課題

「宋代文物大展」固然有世界第一的精品飽人眼福，但展覽既然是博物館最重要的「公眾產品」(the most important public product that museum creates, Toohey & Wolins, 2000)，如果觀眾無法在參觀環境中獲得適切的指引，那麼不論博物館內部觀點如何聚焦，可能都無法使展覽具有說服力。加以，博物館學習 (Museum Learning) 是一種經驗的漸進與累積。所以，為觀眾建立「認知地圖」(Cognitive map, Falk & Dieking, 1992) 使觀眾有能力去接近一個大規模的展覽，是我們博物館教育人員所必須面對的課題。

於是我們以選用一件宋代文人像做為展覽的指引件，並使「他」在觀眾漸進的參觀經驗中，成為貫串整體參觀環境的認知物件。

(一)參觀環境的認知物件

以宋代文物對觀眾的視覺感知而言，此一文人圖像之被用為認知的指引件，並一再出現於主題看板、語音標示、文人書齋的屏風(圖2)，以及相關文宣物件的封面，其用意在使觀眾看見「他」就會想起「宋代文物大展」。

同時，以圖像輔助觀眾與展覽「掛鉤」的意圖，也應用於展覽的各單元。所以，每個單元的陳列室入口門楣上，





圖2.宋代文物大展為觀眾造設的文人書齋場景

都會見到圖像與文字標題同時並列，以輔助觀眾在參觀環境中，由視覺的導引而認知到涉入的主題。當然，就參觀環境內圖像記憶與認知過程的連結而言，單元入口門楣上的圖像，早已在「宋代文物大展」的主題看板上與觀眾見面。所以，有經驗的觀眾或留心的觀眾，對相同圖像的記憶，會產生經驗累積的認知效果。但是，就一般觀眾而言，更有效的認知其實是一般環境中所習見的識別標記。因此，我們特意在參觀環境的「訊息站」附近，添加了一組陳列室的編號標記。

(二)參觀動線的識別標記

前面提到過，這次所有的展出文物都使用書畫陳列室。但從參觀動線的角度來看，這幾間陳列室的配置其實並不理想。雖然我們以主題看板覆蓋了平日常設的幻燈片牆面，並以陳列室的編號配合圖像及文字標題，做為觀眾的指引。但因為各個陳列室的連通路徑實在太過曲折。尤其，展覽的第一個單元「道與藝」從故宮二樓大廳201陳列室開始後，必需進入202陳列室的北口，才是接續點，如此的參觀動線著實令一般觀眾非常迷亂！

為了替觀眾「解迷」，標示專家王明嘉先生特別設計一組幫助觀眾分辨陳列室方向的識別標記，並將之吊掛在「訊息站」附近，使「宋代文物大展」參觀動線的尷尬儘量減少。就博物館學習的效果而言，有意義的學習必然經過

教育人員將展覽資料處理過，再經由設計才適合呈現給觀眾。所以識別標記之外，「訊息站」與語音導賞的服務，是為了增加觀眾對宋代文物的理解而特別推出的教育設施。以下分別說明規劃這兩項特別設施的用意。

(三)展覽訊息與語音導賞

「訊息站」的設置，是從觀眾的角度去體驗，如何在展覽現場取得宋代文物大展的訊息。因此訊息站的散點佈局是如此的：「觀眾首先面對二樓入口處的主題看板 → 120° 側身後看到「宋代文物大展」的語音導賞服務櫃檯 → 選擇是否享用免費語音導賞系統時 → 仰頭可見服務檯後側一幅配置重要展品的南北宋疆域圖」，由於「訊息站」的語音服務櫃檯處有親切的服務人員，隨時協助觀眾使用語音機，並備有語音導引圖，讓觀眾在陳列室索引語音件。所以，此一櫃檯也有教育諮詢小站的功能。

自從去年3月的「三星堆特展」以來，故宮教育人員逐漸養成特展成立培訓團隊的習慣，以充分的培訓達到訊息共享的目的，並使導覽人能在展覽中扮演稱職的文物導賞角色，當然，這次的「宋代文物大展」也不例外。由故宮展覽組陳韻如、鄭淑芳與陳鳳儀等三位小姐所組成的「師資團」，以彼此接力的方式為導覽人做了五場演講，每場都配合豐富的展品幻燈片、閱讀資料和小組討論。而故宮的義工同仁黃美惠、黃娟娟兩位小姐又再為資淺義工開設書畫、陶瓷的「家教班」，使主題導覽成為大家的學習焦點。因此宋代文物大展的三個月展出期間，故宮每日推出的宋代文物專題的定時導覽，倍受觀眾好評。

專題導覽之外，這次展覽為了訊息傳達的普及化，特別增設語音導賞設施。故宮使用雅凱公司Acoustic Guide語音系統多年，但這一次是觀眾免付費的語音服務。導賞內容包括書畫16件、器



物12件、文獻2件，導賞時間為45分鐘。而「宋代文物大展」語音腳本的撰寫則出自陳韻如、鄭淑芳、許文美、王鍾承等四位之手。王鍾承並負責將宋代展品之圖像整合於南北宋疆域圖內，而許文美則在撰寫語音稿之外，還製作了一份輔助觀眾尋找語音件的導引圖。「訊息站」之設置，就是彙集她們幾位的貢獻，才形成幫助觀眾涉入展覽的一個教育諮詢小站。

本次雅凱語音公司提供100臺機具做語音導賞之用，其使用量的統計，從4月1日至6月30日共計11386人次借用。這個數次顯示大部分的觀眾對於語音導賞本國文物似乎並不熱中，雖然是免付費的服務，但就整體參觀人次的使用比例而言仍然偏低。

就博物館教育的導向而言，這次展覽之所以使用語音導賞系統，有部分的用意是為了幫助青少年理解宋代文物。由於故宮導覽青少年參觀的人力一向不夠，而這次宋代文物展出之精、之美，實在千載難逢。所以，在語音服務推出之前，我們特別找了十位東吳大學文史科系的學生做內容測試，確定一般觀眾對於導賞內容之理解不成問題後，才定稿錄音。

同時，為了青少年學生團體的參觀，故宮特別另行購置互動式語音服務機器三組（每組含40臺接收器、一臺主機），以方便學校老師一面使用語音導賞錄音帶，一面可從旁引導學生參觀。三個月展覽期間，使用過互動式語音機的學校共89校次約3917人次。而故宮輔導學校團體使用語音導賞的作業，從前置通知學校預約，到呂秀玉、王鍾承兩位執行滿意度之間卷調查，算是為這次展覽留下一個較完整的業務紀錄。

由於個人全程參與這次展覽推出前的各項業務，宋代文物展出期間，又經常穿梭於陳列室之中，所以有機會觀察觀眾，也有機會對教育課題的成效做反

省。例如這次「宋代文物大展」參觀動線的尷尬，實導源於故宮文物「專屬陳列室」的傳統格局，平日分門別類的展覽形式，觀眾只要循序「出、入」各陳列室，自然能夠觀覽全局，但在這次展覽中就行不通了。下面即為個人因這次大展所引發而進行思考博物館教育導向的相關問題所獲的「一得之愚」，在此提供大家參考。

傳統的博物館教育導向 ——「說教」

在宋代文物大展的陳列室裡可以聽到很多種聲音——參觀團體雜沓的脚步、藝術史資料的背誦、對展品充滿讚嘆的對白、老師要求學生做學習單等等…不一而足。毫無疑問的，展覽的真相必須在陳列室裡有觀眾的情況下才看得到，而故宮的展覽由於基本上是隔著玻璃呈現文物，所以要求觀眾「用眼睛去看文物」的參觀形式，也就直接的影響到故宮陳列室中博物館教育形式的發展。簡而言之，其發展導向多年來以強調傳統的「說教」方式為主。

所謂的「說教」導向，指的是博物館以教育觀眾為職志，因此把展覽資料視如學校教材般竭盡所能的傳遞給觀眾。在故宮陳列室中，常見的平面「說教」材料，以長篇的展覽總說明，或短篇的展品分說明為最典型。由於這兩種類型的說明文字，皆出自典藏研究的專家之手，所以往往是字字珠璣的文物研究結晶。然而，不容諱言的，觀眾對這些教材往往並不領情。

另外一種頗受大眾肯定的「說教」形式，是由人來導覽文物。由於導覽人所扮演的角色是觀眾與文物之間的溝通者，因此他們在傳遞文物知識的同時，會與觀眾建立一種互動的關係。而大眾之所以肯定這種由人來「說教」的形式，往往也是因為導覽人與觀眾之間互



動關係良好，但如果導覽人令觀眾感覺自己不過是個被動的「受教」者，根本缺乏投入的動機或機會，那麼對觀眾而言，博物館充其量不過是個充滿資料和展品的「教室」——博大精深，但很嚴肅，也很無聊！

當然，以上這些沿用多年的「說教」形式自有其正面的教育價值，放眼國內外藝術史學界多少翹楚之士，都曾在故宮陳列室中獲得啓蒙、反覆學習而終有所成。但以故宮是一個大眾型博物館的定位，在社會急速變遷，各式各樣教育手法不斷翻新的趨勢下，來檢視它與參觀大眾的溝通關係時，「說教」的功能與效果也就有其可被質疑之處。以下試為討論之。

一、教育形式與功能的質疑

首先，針對陳列室中以文字為導向的長篇展覽說明，討論其形式：

以故宮目前陳列室的特性而言，以長篇說明引領觀眾進入展覽已成了一種形式上的定局。典藏研究人員每到準備展覽時，都會嘔心瀝血的寫出一篇展覽總說明，以其為陳列室的「基本配備」；既置於牆面，又印成單張，以供人閱讀。所以，在宋代文物大展時，長達千餘字的展覽總說明被放在「道與藝」第一主題的第一櫃，與帝王群像同列，而儼然有開宗明義之勢，也就是形式上的定局使其然之故。但是，這樣的形式果然就有教育功能嗎？

理論上的驗證，顯示文字與視覺性符號對一般人的吸引力是有限的。戴爾(Dale, 1997)從心理發展的層面比較過人對符號的、圖像的，或互動經驗的認知差異，並將差異程度層級化以後，做出一個呈現難度高低的經驗圓錐表(Cone of Experience)，在圓錐的頂端，也就是難度最高的層面，就是文字符號。

而一項調查觀眾參觀故宮玉器陳列

室的報告，也顯示觀眾花最久的時間去看古代玉作圖、世界玉脈分布圖，以及翠玉白菜、肉形石等名聞遐邇的展品。但是「96%的觀眾不會花3秒鐘以上的時間閱讀展示說明文字看板」(吳春秀，1996)。

個人雖不敢推測類似的調查結果也會在其他的陳列室中出現，但一向是故宮觀眾密度最高的玉器陳列室，在同時具備文字看板、玉作圖、玉脈分布圖的情形下，觀眾的選擇性行為似乎已證實了文字符號對一般人的吸引力確實是極其有限的。

其次，法克等(Falk & Dierking, 1992)在泛論觀眾的博物館經驗時也說過：「90%的人是不看展品分說明的(labels)。即使去看，平均閱讀展品分說明的時間僅10秒而已。而且他們通常是在開始看展覽的30分鐘之內才去閱讀。」而斯威尼(Sweeny, 1992)則更以「博物館不是一本書」提醒博物館從業人員以冗長的展品說明為戒。

可見，博物館文字說明的形式與功能之間，確實存在一些問題，值得所有博物館從業人員進一步去討論，以尋求改善之道。

至於博物館受教人口與效果之間也有連動的關係，下面針對故宮青少年觀眾群的流失，來談談這個問題。

二、受教人口與效果的流失

大體而言，青少年觀眾群來故宮是透過教育局的管道和學校的安排而促成的團體參觀活動。由於故宮陳列室的特性，以及戶外教學的集體規範傾向，使得青少年的參觀絕少鼓勵自主性的個別行為。尤其，參觀環境已然造成的形式定局，和傳統教育觀念所強調的「受教者」循規蹈矩、殷勤向學的態度，似乎唯有合乎行為規範的觀眾，才被認定是好學校和好學生，而其餘的秩序不好、注意力不集中、愛講話…等行為，則一



概被視為表現欠佳。

然而，如果設身處地從青少年的觀點去想想，他們對戶外教學充滿期待，難道是不對的嗎？而到了博物館之後，對新鮮的環境難道不該興奮嗎？至於一旦發現博物館是個充滿資料和展品的「教室」，卻一時無法理解，又豈不是每個「初學者」都會有的感受嗎？所以，最後許多青少年總結故宮的印象是：「博大精深，但很嚴肅，也很無聊！」對於這樣的印象，縱使博物館內部不以為然，但我們是否應該試圖去瞭解他們為什麼會有這樣的想法？

科特勒(Kotler, 1999)從博物館經驗的整體性，指出觀眾在受教之外，其實希望獲得更多其他的滿足感，如果博物館與觀眾的交換過程(the Exchange Process)中能提供觀眾「視覺的、感官的、娛樂的、社交的、學習的、慶賀的、迷人的」各種綜合經驗，那麼，相對的博物館也就能夠從觀眾那裡獲取「支持、收益、贈與」等實質利益。在此，暫且不論博物館要付出甚麼代價才能交換到相對的利益。

但不容否認的，與近年來興建的、其他類型的博物館參觀環境相比較，故宮陳列室所能提供給觀眾的，其實主要偏重在挑戰性極高的視覺經驗而已。因此，多數青少年從故宮的團體「受教」經驗之後逐漸流失掉，也許正是他們長大成人之後，一種具有自主性的選擇。

然而，吊詭的是故宮年均量接近兩百萬的參觀人次中，始終穩定含有大約二十萬左右的青少年團體觀眾群，而他們一代又一代持續不斷的走入又走出故宮的循環性行為，若從科特勒「交換過程」的理論來看，是否青少年人口流失的問題，有部分原因肇端於博物館教育的導向？

當前博物館教育所應採取的導向——「教養」

那麼當前博物館教育所應採取的正確導向究竟如何呢？個人以為應從「教養」著手，應從「教養」收功。

以「教養」為當前博物館教育的導向，是希望博物館能夠不再以陳列室為教室，而更以陳列室為觸動學習動機的環境；不僅重視文物知識的傳遞，而更重視參觀環境的營造。於是博物館能以觀眾的需求為考量，並能以觀眾的教養為取向，尊重觀眾的自主性與個別差異，以「教育是在培養中完成的」耐心和期許，讓觀眾的參觀經驗具有自我成就的回饋價值。

這樣的導向並沒有取代或顛覆既有說教導向的企圖，而只是在原先的教育形式與內容、價值與判斷之外，建議博物館以較為寬容、較多可能性的溝通方式，為觀眾造設較為理想的參觀環境與參觀經驗。

借用《論語·學而》篇孔子「學而時習之，不亦悅乎？有朋自遠方來，不亦樂乎？人不知而不愠，不亦君子乎？」的名言，來架構博物館以教養為導向的觀念，其第一層意義是學而時習之理論在博物館的存在性，其第二層意義是博物館如何以有朋自遠方來的喜悅，進而以人不知而不愠的包容來善待觀眾。以下就觸動學習動機的學而時習之理論、文化教養的面向以及教育工程的建構，來討論這兩層意義。

一、學而時習之理論

所謂「學而時習之，不亦悅乎？」的要義在於反覆學習之後，學習者會有自我成就的感覺。因為反覆學習的經驗，能使學習者將原先無法理解的有所領會，而有所領會的更能有所生發，以致初學者能夠進階，而進階的更願精修，所以學習與成就之間，在學習者身上產生學習效果逐漸增加而回饋價值逐漸增強的良性循環。這樣的良性循環，在許多喜愛故宮文物的觀賞者身上都可



以印證。

但是，學而時習之理論只是一個通則，若以博物館觀眾為具有自主性的學習者視之，要將這個理論運用到博物館教育的領域裡，必然一方面會涉及學習者本身的興趣、能力、經驗等主觀條件，另一方面又會涉及博物館整體環境之客觀條件：能否有助於觀眾引發學習動機、能否建立觀眾自我成就的回饋價值等深層問題。換言之，觀眾是否涉入博物館的學習環境，其實含有許多值得探討的面向。在此，先引用日本與西方學者的研究所得，略做討論。

(一) 首先就學習者主觀條件而言：日本博物館學者並木誠士等(1999)根據法國一位社會學家調查收集法國、荷蘭、希臘等國家「美術館觀眾都具有高學歷」的結論，運用類似的問卷調查方法，長期觀察並分析京都國立近代美術館、兵庫縣立近代美術館、滋賀縣立近代美術館，以及三所東京地區美術館的觀眾屬性，而得到極有啟發性的研究結果。因而也證實美術館觀眾的高學歷屬性，在背景上皆有共通的因素，實與觀眾本身的主觀條件密切有關，例如：

- 24 歲以前來過美術館的觀眾（占被調查九成以上），他們初次到美術館大多是在小時候。
- 學歷越高的觀眾，初次到美術館時都是跟父母去的，並且多數在小學時就已參觀過美術館。
- 美術館觀眾是因為自己有興趣才持續參觀的行為，即使他們的時間、意志都有所掙扎，但依然會選擇到美術館。

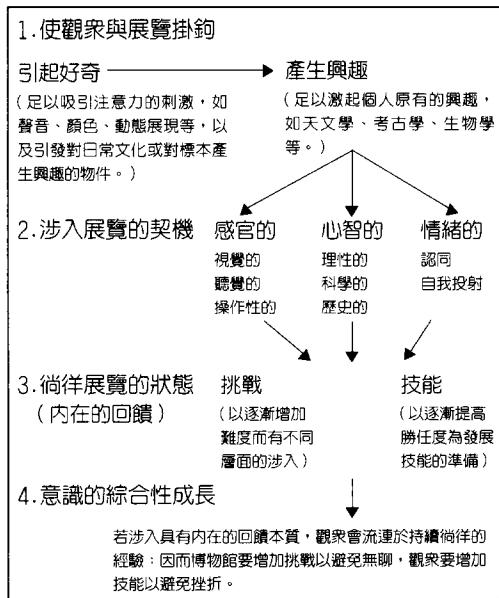
可見，關涉到學習者本身的興趣、能力、經驗等主觀條件時，有些人本來就比較具有這方面的優勢，所以日本學者做了一個頗為合乎情理的推測，認為從小父母就帶小孩去美術館的，由於小

孩在家庭環境與智識追求等方面的受教機會比較多，於是小孩熬過長期教育的能力與意志，繼而使他們能擁有高學歷。

以上的資料，雖然只是日本的一項調查結果，但對於識別他們美術館忠實觀眾的質性是頗有幫助的。當然，更重要的是，本地博物館也需要去分析我們的觀眾在學習條件上的差異，才會真正有助於我們瞭解如何在博物館中發展學習環境的客觀條件。

(二) 其次就博物館客觀條件而言：關於博物館環境如何才能有助於觀眾學習的問題？齊真特密哈利(Csikzentmihalyi, 1995)等透過引發學習者內在動機的研究，提出過一個促使學習效果漸增而回饋價值漸強的概念(表1)。這個概念實有助於個人在故宮宋代文物大展時，去思考如何促使展覽環境的客觀條件有所改善。

表1.博物館環境中透過內在動機所發展的學習使積極涉入展覽成為綜合感官、心智和情緒的成長經驗
(Csikzentmihalyi, 1995)



簡而言之，齊氏概念強調博物館環境的重要，博物館若能以觸動觀眾的學習動機為起點，經由以下四個進程，應該讓觀眾發展具有成長經驗的學習。關於這四個進程的發展步驟是：

1. 觀眾與展覽掛鉤→因好奇而產生興趣
2. 觸動涉入的契機→觀眾因有所感應才會涉入展覽
3. 產生徜徉(flow)的狀態→觀眾應付挑戰的能力增加後，才能產生具有回饋價值的成就感
4. 意識的綜合成長→致使觀眾流連在博物館徜徉的經驗中

反過來說，博物館的客觀條件若無法使觀眾經由感官進入情緒再進入認知的層面，觀眾自然也就難以獲得學而時習之的自我成就感。

上述觀點，若以宋代文物大展為例來檢討，平心而論，故宮對觀眾主客觀條件的考量，尚屬「說教」為主。即使展覽訊息之傳達已利用語音導賞方式，企圖幫助青少年理解宋代文物，但因為拘泥於五個單元的主題界定，在內容的陳述上還無法接近青少年的思維方式和語言習性。而展覽環境即使增添了認知物件與識別標記來幫助觀眾涉入大展，但就整體而言，尚不足以讓多數的觀眾易於循序漸進，概見全貌。

因此，故宮若要推動「教育是在培養中完成的」導向，尤其需要博物館內部以更多的耐心與用心，來期許觀眾在文化教養面向的成長。

二、文化教養的面向

平心而論，學而時習之理論不可能在每個人身上都同樣奏效；因為上智與下愚之間，當然會有極大的差異。只是在建構整個教育工程的最初階段，博物館若能先以觀眾的教養為取向，並尊重觀眾的自主性與個別差異，那麼才真正會以有朋自遠方來的喜悅，進而以人不知而不愠的包容來善待觀眾。

廣泛的說，觀眾來故宮的參觀經驗就是文化教養的經驗。而博物館內部若誠心講究待客之道，自然會關心觀眾的整體參觀經驗舒適與否。蘭德(Rand, 1996)所建議的觀眾權力(The Visitor's Bill of Rights)就具有博物館文化教養的指標意義，值得大家參考。茲簡譯如下：

- 舒適性：觀眾基本需要的滿足包括舒適的廁所、足夠的座椅、飲水飲食設備以及陳列室入口之暢通等。
- 引導性：博物館標識系統清晰。
- 歸屬性：友善的博物館工作人員能舒緩觀眾的不安。
- 愉悅性：展覽與活動皆有趣；展品說明(Tables)不致令人有受挫感。
- 社交性：展覽是觀眾與家人、朋友聚會的舞臺。
- 尊重性：博物館能真正接納觀眾(即使他的興趣與能力有限)，博物館工作人員、展覽以及展品說明都不致(令觀眾覺得在)排斥他。
- 溝通性：觀眾希望展品說明、導覽人員都具有清楚的溝通能力；觀眾也希望能對展覽提出問題或表達不同的意見。
- 學習性：觀眾希望學習新東西，但博物館應該先知道他們怎麼學習，而不要以人潮、噪音和大量的資料干擾他們。
- 選擇性：觀眾希望有選擇性並能在博物館環境中活動自如。
- 挑戰與信心：觀眾希望挑戰適度，才有信心應付自如，並希望博物館提供多樣化的經驗。
- 再生性(revitalization)：如果被博物館深深吸引，觀眾會有徜徉於新鮮的、再生活力中的感受。



而若以宋代文物大展為例來檢視蘭德的建議，那麼故宮陳列室在動線迷亂之外，標識系統不夠清晰、工作人員不盡友善、說教材料對觀眾過度挑戰等障礙，都會影響觀眾的學習情緒。

當然，就故宮的觀眾而言，更重要的是如何進一步培養他們「用眼睛去看文物」的能力，並使他們在眼睛被教養的過程中，因為適度的挑戰而建立足夠的信心，以致終有一天能於故宮陳列室中以欣賞文物為樂。而這樣的願景，將必然是博物館教育工程中需要長期建構的目標之一。

然而什麼才是建構博物館教育工程的基本觀念呢？

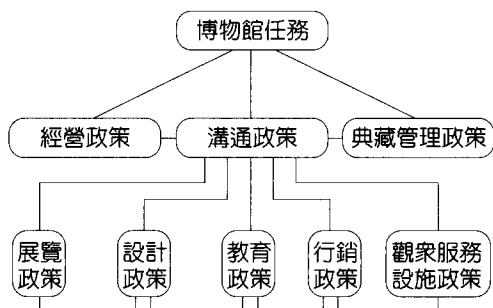
三、教育工程的建構

如果大家都能接受當前博物館應該以教養為導向的建議，那麼個人以為博物館教育的問題，將不再僅止於形式與內容，或節目與活動的討論，而應該從博物館教育政策該如何設計的基本面去構思。尤其重要的是，博物館不能再囿於內部觀點，而要向外界多學習，並儘量吸收具有創意的想法，使教育工程的建構成為博物館團隊共同努力的目標。

胡皤(Hooper-Greenhill, 1994)就指出：「博物館教育政策的設計，會牽涉到整個博物館的政策走向。而教育政策是跟著博物館的溝通政策(communication, policies)發展出來的。」(表2)從英國博物館業務政策的架構體系來看，一個博物館溝通政策的重要性，等同於它的經營政策與典藏管理政策。而舉凡展覽、設計、教育、推廣、服務等各項業務的運動，也都必然涉及博物館對外溝通的立場與觀點，所以，教育政策既無法自外於博物館的溝通政策，亦必須與博物館的典藏、經營管理政策聲息相通。

以英國博物館事業發展的成熟度，來做為建構當前本地博物館教育工程的

表2. 博物館教育政策從博物館溝通政策發展出來的架構表 (Hooper-Greenhill, 1994)



指標，雖難免力有所不逮，但博物館教育人員必須有這樣的識見，才會瞭解自己在博物館的定位。胡皤的觀念中，教育人員被賦與觀眾代言人(audience advocate)的角色，因為教育人員應該是最關心觀眾並最瞭解觀眾需要的人，所以他才有資格為觀眾的權力代言，並為觀眾造設較為理想的參觀環境。

但誠如表2之架構所示，博物館任務(museum mission)的達成，是博物館的溝通政策、經營政策以及典藏管理政策，三者之間總體運作的具體呈現；三者之間的業務關係，必須既有分工亦有合作、既有重疊亦有分屬的同步去進行，博物館的教育工程才有建構的基礎和發展的可能性。

以故宮宋代文物大展為例，如果建構展覽的過程中，典藏人員能在策展之始，就與教育人員形成同步合作的業務關係，那麼博物館內部觀點所導致的參觀障礙，或許可以減少些，而博物館教育人員「修補展覽」的著眼點與著力點，或許可以及早執行，於是觀眾的實質參觀經驗也會更理想些。

個人以宋代文物大展為例，不過以小喻大；如果博物館內部沒有建構教育工程的視野，或大部分的從業人員只專注於專業分工，而自外於觀眾的反應，那麼內部專業愈精研的結果，恐怕只會

導致觀眾更感覺受挫、更被拒於千里之外！

餘言

當故宮在千禧年的意識裡，連續推出多項大型特展與活動時，參與博物館教育的工作同仁，曾以團隊思考的能量去增加觀眾對展覽的理解力。在這樣的過程中，我們固然一方面致力於造設較為理想的參觀環境，以傳達博物館的展覽訊息，同時也更深刻的體認到當前博物館教育的「教養」導向，必須先從傾聽觀眾的聲音做起。

傾聽觀眾的聲音，目的在瞭解觀眾對於展覽的期望與反應。而這項工作除非以專業的觀眾調查與評量做基礎，將無法客觀而準確的分析出調查的結果，也無法讓觀眾感受到博物館真正重視並願意採納他們的看法。

當博物館的財源日趨緊縮之際，個人以為博物館未來的經營趨勢必然要走向「客觀而準確的」去設計服務觀眾的教育工程，才能滿足觀眾的需要，並獲得觀眾的支持。因此從事觀眾調查與評量的工作，是值得所有博物館從業人員予以特別重視的。而國內博物館界若能集眾人之力去傾聽觀眾的聲音，以「教養」做為當前博物館教育的導向，那麼必更將開啓專業研究的一個新領域！

參考文獻

- 王耀庭 1999 宋代文物大展圖錄
(宋馬麟伏羲坐像圖版解說) 臺北：國立故宮博物院 頁408。
- 吳春秀 1996 博物館觀眾研究——以故宮博物院玉器陳列室為例 博物館學季刊 10(4):26。
- 秦孝儀 1999 宋代文物大展圖錄 國立故宮博物院 頁3。
- 並木誠士、吉中充代、米屋優 1999

合編現代美術館學 京都：昭和堂 頁272～276。

- Csikszentmihalyi, Mahaly & Hermanson, Kim. 1995 . Intrinsic Motivation in Museums : Why Does One Want to Learn? In Falk, John H. & Dierking, Lynn D. (ed.), Public Institutions for Personal Learning : Establishing a Research Agenda .Washington, D. C. : AAM & Technical Information Service. p.72.
- Falk, H. John & Dierking Lynn D. 1992. The Museum Experience. Whalesback Books. pp.70～78.
- Hooper-Greenhill, Eilean. 1994. Museum and Gallery Education. Leicester University Press. pp.190～191.
- Kotler, Neil. 1999. Delivering Experience : Marketing the Museum's Full Range of Assets. Museum News, May/June, 36.
- Rand, Judy. 1996. The 227-Mile Museum, or, Why We Need a Visitors' Bill of Rights. Visitor Studies : Theory, Research, and Practice, Vol. 9, pp.25～26.
- Toohey, Jeanette M.,& Wolins, Inez S. 2000. Beyond the Turf Battles : Creating Effective Curator-educator Partnerships. In Joanne S. Hirsch & Lois H. Silverman (ed.), Transforming Practice Selections from the Journal of Museum Education 1992～1999. Museum Education Roundtable, Washington. p.99.

作者簡介

本文作者現任國立故宮博物院登記組副研究員兼組長。

