

Museum 2.0概念的可能性與真實性 ——由博物館觀點探討Web 2.0與社群 媒體之應用及問題

吳紹群¹

摘要

自從 Web 2.0 的技術如 Flickr、Blog、Wiki、Youtube、Facebook、Second Life、RSS 等大量出現以來，博物館界也導入了 Web 2.0 技術，開始探討社群媒體應用的可能性，甚至出現了“Museum 2.0”一詞。但 Museum 2.0 究竟是博物館應用資訊科技的新概念、新階段，抑或僅是個曇花一現的流行語？其中關鍵便在於 Web 2.0 技術在博物館應用上的理念為何，同時也和博物館的經費、人力、技術等現實條件有關。本文首先分析 Web 2.0 概念以及 Museum 2.0 議題；其次，將國外博物館在 Web 2.0 應用上的案例，歸納為藏品內容的組織、展覽及教育活動的延伸、觀眾參與的擴大等三類；第三部分則探討博物館在應用 Web 2.0 技術上能否切合博物館的理念，也討論博物館導入 Web 2.0 的困難與挑戰；最後則總結 Museum 2.0 概念的條件和障礙，並對國內的博物館在 Web 2.0 的應用上，提出若干建議。

關鍵詞：博物館、Web 2.0、資訊、社群媒體、博物館 2.0

前言

近年來，Web 2.0 的技術和應用開始大量出現並被引進各個領域，而 Web 2.0 的核心精神「社群媒體」(social

media) 也逐漸為許多博物館所認識，並開始探索其應用上的潛力。社群媒體對產業界的影響極大，自從此一觀念被提出、相關的應用陸續被開發出來之後，立刻被各行各業所吸收、運用，甚至據

¹ E-mail: friendseek2000@gmail.com; diglib@hotmail.com

以創造出新的商業模式。任何可能應用到網路資源的產業，舉凡入口網站、購物網站、遊戲網站、網路頻道、搜尋引擎等，莫不積極建置 Web 2.0 的應用功能，而社群媒體的特性也開始融入使用者的資訊行為與生活行動之中；光是在 2006 年，在 Google 中以 Web 2.0 作為搜尋關鍵字，便出現六億九千萬個搜尋結果（龔仁文，2006）。

同樣的，博物館在這一波 Web 2.0 的浪潮中也沒有缺席，隨著各種 Web 2.0 的技術如 Flickr、Delicious、Blog、Wiki、Youtube、Facebook、Second Life、RSS 等大行其道，許多國外的博物館都已有具體的應用案例和討論開始出現，甚至這兩三年來在博物館界的文獻和相關討論中，也開始出現了“Museum 2.0”此一新詞彙（Bearman, 2006）。但是，值得注意的是，博物館熱切的投入 Web 2.0 技術的應用，必須要能真正切合博物館的任務與本質，不能只是盲目追逐科技潮流，否則新科技的應用終將淪為曇花一現的專案或是缺少實質參與的表面工作；而博物館在推動社群網路概念時的態度則更為重要，博物館不僅要有發展策略，更必須注意科技與博物館、科技與觀眾之間的關係，不能使科技的應用和博物館的脈絡脫節（Russo and Peacock, 2009）。

因此，Museum 2.0 究竟是博物館應用資訊科技方面的新概念、新階段，抑或變成一個曇花一現的流行語（buzzword）？其中關鍵便在於 Web 2.0 技術在博物館應用上的深度與應用的理念為何，同時也與博物館的經費、人力、技術等現實條件有關，這些問題都是博物館在推動 Web 2.0 應用時值得思考並探討的，也值得博物館界進一步研究討論，尤其國內的博物館目前在 Web2.0 科技的應用上尚在起步階段，在借鏡國外經驗的同時，更需要思考許多科技應用在博物館上的本質問題，才不致於造成科技應用

的失敗並造成資源的浪費。本文首先分析 Web 2.0 的概念以及 Museum 2.0 議題的相關討論；其次，以歸納分析的方法，將目前國外的博物館在 Web 2.0 上的應用，以博物館活動的觀點，歸納為藏品內容的組織和傳布、展覽及教育活動的延伸、觀眾互動和參與的擴大等三大類，並介紹相關案例；第三部分則探討各種博物館在應用各種 Web 2.0 技術上，是否能切合博物館的理念、落實觀眾和館員的參與，而非僅是導入炫目科技，此外也討論博物館導入 Web 2.0 的現實困難與挑戰；最後則總結 Museum 2.0 概念成真的條件和障礙，並對國內的博物館在引入 Web 2.0 的應用上，提出若干建議。

Web2.0 概念與 Museum2.0 議題

一、Web 2.0 的概念

Web 2.0 並非新的技術標準，而是一種網路應用觀念的突破。Web 2.0 的概念源自於 O'Reilly 與 MediaLive 兩家科技公司在 1996 年所舉辦的一場研討會，在會議中，O'Reilly 公司的創辦人歐萊禮（Tim O'Reilly）預言，未來網路世界的運作型態，將由現有的 1.0 世代網路走向 2.0 世代。而新世代的網路一般認為有以下幾個重要的特點（張淇龍、卜小蝶，2006；尹思哲，2007）：

- （一）以 Internet 為主要平臺，而非 PC
- （二）透過內容和服務整合，使各種小規模的網路化商業模式得以運作
- （三）軟體或系統可以跨平臺、跨系統
- （四）網路傳播效應是建立在使用者的參與和分享架構之上
- （五）允許分散、獨立的開發者
- （六）雙向互動

由以上所羅列的 Web 2.0 的特徵可知，Web 2.0 打破了過去由上而下的、單向的、單一標準的、大型資訊公司或機

構主導的網路環境，走向「分散開放」、強調「集體智慧」。在 Web 2.0 的概念之下所出現的各種新應用，大多一反過去 Web 1.0 時代以資訊物件為主軸、強調單向資訊供給的作法，具有重視微內容、以人為中心、重視價值、強調使用者參與架構、雙向交流互動以及提供共同創作平臺，賦予廣大使用者一個開放、自由創作、創造共同價值的空間等特徵（張淇龍、卜小蝶，2006）。雖然 Web 2.0 此一名詞被提出來的時間並不久遠，但 Web 2.0 所蘊藏的協力式精神，早在 Web 創建之時，便已被 Web 之父柏納李（Tim Berners Lee）所提出。柏納李認為，Web 最原始的精神之一，便是提供一個雙向的、能輕易編輯的、讓所有人可以在其上閱讀和書寫的網路空間，只是現在經由 Blog 等 Web 2.0 應用讓 Web 的原始願景得以更為彰顯而已；柏納李甚至認為，Web 2.0 其實和 Web 1.0 並無太大不同，因為 Web 2.0 所使用的各種標準，都是由在 Web 1.0 上的人所創造出來的（Anderson, 2006 ; Lawson, 2005）。

換言之，在上一世代的網際網路，雖然其原始願景已有協力精神在內，但受限於商業模式或軟硬體價格等因素之故，主要的服務方式仍是單向的，網路是由各個伺服器（Web server）所組成，由伺服器管理內容並單向的提供資訊給位在客戶端（client）的使用者，廣大的使用者只能被動地接受資訊；但在 Web 2.0 的世代，網路服務是雙向、多向的，使用者不只能取用資訊，還能創造內容並彼此交流分享，使用者自己成為網路內容構成的一角（尹思哲，2007）。所以，《時代雜誌》（Time Magazine）在 2006 年推選年度風雲人物時，破天荒的以「你」（You）為年度風雲人物，意謂著每一個在社群網路上貢獻內容、形成新世代網路空間的平凡大眾，已經經由「參與」改寫了資訊世界的樣貌

（MacArthur, 2007）。

因此，許多針對 Web 2.0 的探討，大多會特別重視 Web 2.0 的「公共參與」特性，將此概念視之為一社群網路（Social Network），也有人將之稱為「社會網」（Social Web），認為 Web 2.0 此種新興的網路媒體，將能促成新的社會關係，造成新的社會現象（李士傑，2007）。也有人將 Web 2.0 的應用以「社群媒體」（Social Media）稱之，以突顯 Web 2.0 的公共參與特性。但值得注意的是，「社群網路」和「社群媒體」二者雖然都具有公共參與的精神在內，但二者所指涉的重點仍有些許不同。「社群網路」的內涵較偏向個人或組織的人際網絡關係、人際節點（node）分布等現象，而「社群媒體」的意義則是偏重於探討社群互動所使用的媒介特性為何；雖然二者在定義上有所差異，但同樣都具有公共參與的特性，也同樣受到 Web 2.0 特性的影響而有了不同於以往的新發展。本文因重點在於探究 Web 2.0 應用於博物館的現象，較偏向特定媒體的應用問題探討，故採用以「社群媒體」一詞作為討論博物館應用 Web 2.0 問題時的主要詞彙。

二、Museum 2.0 概念的出現

從 Web 2.0 的技術和觀念開始大行其道以來，許多需要應用資訊科技進行服務工作的各類機構紛紛在其名稱上冠以“2.0”的字樣，如圖書館界在多年以前便有許多關於 Library 2.0 的討論。博物館亦復如此，在 2006 年由博物館與檔案資訊組織（Museum and Archives Informatics）所舉辦的“Museum and Web”研討會中，與會的專家學者正式提出了“Museum 2.0”的概念，而許多博物館學界的期刊文獻中也開始陸續有人使用 Museum 2.0 此一詞彙（Bearman, 2006 ; Simon, 2007）。但是，Museum 2.0 究竟是一個具有創新意義的新概念，還

是僅僅是一個追逐潮流的流行語，仍有待實務發展的檢驗。某些專家認為，Museum 2.0 一詞絕非追逐時髦的流行用語，而是一個在博物館應用資訊科技上的新階段，對博物館的服務和發展具有重大的意義。綜合而言，各方專家認為，博物館在引進 Web 2.0 或是社群媒體技術之後，可能的應用範圍與能為博物館帶來的優勢，有以下數方面：

(一) 博物館應用社群媒體，可改變博物館展覽和教育活動的型態及模式

在博物館實務上，Web 2.0 科技的應用，對博物館展覽和教育工作有相當直接的助益。首先，在工作實務上，RSS、Blog、Facebook、Flickr、Wiki、Youtube 等 Web 2.0 科技，目前在國外的展覽和教育活動實務上都已有大量的應用實例。這些實例顯示，Web 2.0 科技的應用，擴大了博物館在各種展示和教育活動設計上的選擇，讓博物館的展覽和教育活動在設計上更豐富、更有彈性，使得博物館的資訊科技應用不再只停留於館藏數位化的成果展示平臺或館務活動的公告（葉貴玉，2009；朱曉俐，2009）。而且，博物館將 Web 2.0 應用在和觀眾直接接觸的展覽和教育活動上的另一重大優勢，就是讓博物館有機會可以改變、擴大觀眾的博物館經驗。在博物館學領域裡，博物館經驗（museum experience）是一個極為重要的課題。支持博物館採用 Web 2.0 概念的人士認為，Web 2.0 的運作型態如能應用於博物館領域，將能提供觀眾一種不同於傳統的博物館經驗（Spadaccini, 2006），而 Web 2.0 的社會性、多管道參與等特徵，使得觀眾在接觸博物館展覽或教育活動時，不僅可以接收博物館提供的內容，還能針對主題內容將個人的看法或創作回饋給博物館，更能和其他觀眾互相討論；此外博物館也可以依據觀眾的檔案或紀錄，提供個人化的展示、教育、資訊等

服務。這些都可以增強觀眾個人的博物館經驗（Yasko, 2007; Simon, 2007）。

支持博物館大膽採用 Web 2.0 概念另一重要的理由，是認為 Web 2.0 能改變傳統博物館展覽和教育活動的學習模式。傳統上博物館的展覽、教育活動，其與觀眾之間的溝通模式，是經由專家研究之後再以一套完整的展覽或教育活動傳達給觀眾；此種溝通模式是單向的、權威的，而且觀眾在學習上也較缺乏主動參與。而 Web 2.0 雙向交流、共同參與的特性，則可以讓觀眾主動參與博物館的知識建構，並提供機會讓觀眾和博物館進行文化性和學術性的對話，不再只是被動接受博物館傳遞的知識，還能為博物館館藏知識增值，使得博物館的公共意義更為顯著。而 Web 2.0 提供博物館建立一個可以讓觀眾進行反省、對話、創作、發問、討論的空間，建立主動學習的管道，對於改變博物館學習的進行模式有極大的潛力。這些特性，正好和強調博物館應和觀眾共同建構意義的後現代博物館（Post-Museum）概念有相通之處（朱曉俐，2009；Russo, Watkins et al., 2006；吳國淳，2007）。

(二) 可吸引年輕族群參與博物館活動、擴大博物館的觀眾群

社群媒體的大行其道，改變了社會各階層成員在溝通、交友、娛樂等方面的行為模式。尤其，使用社群媒體已成為年輕世代的生活方式之一，根據國內商業趨勢調查機構的調查，目前國內國中生、高中生使用部落格和 Facebook 等社群媒體的比例已接近六成，而且使用 Facebook 的比重還有上升的現象（TNS RI, 2010）。博物館必須適應、瞭解年輕世代使用社群媒體的生活方式，才能進一步設計出吸引觀眾參與的展覽和教育活動，達成博物館的使命。因此，也有學者專家指出，將社群媒體的概念引進博物館，不僅具有改變博物館溝通模式

和學習模式的意義而已，更重要的是博物館要能洞察新科技為社會所帶來的生活型態改變，進一步調整自身應用資訊科技的方式以吸引觀眾，尤其是年輕世代觀眾的參與（Yasko, 2007）。

（三）可作為博物館群眾關係經營的一環

Web 2.0 由於具有公共參與的特性，而有些 Web 2.0 平臺更經常成為意見彙集和公眾討論的平臺（如 Blog 或 Twitter）。因此，有些博物館界人士認為，社群媒體的特性正可作為博物館對外溝通、進行群眾關係經營的一個良好平臺。博物館可經由社群媒體對外互動、回應議題、溝通爭議或觀念，甚至爭取支持，達成群眾關係經營上的各種重要目標（Bethke, 2007）。

博物館應用 Web 2.0 技術實例

目前國內各博物館在應用上尚處於起步階段，除了少數博物館曾進行實驗性的計畫以外，尚無大量的案例。而國外情形則有所不同，目前國外有許多博物館紛紛開始應用各種 Web 2.0 科技，應用的策略和工具則各有不同之處；而許多針對 Web 2.0 應用的探討，多半是以特定的 Web 2.0 科技為探討焦點，鮮少以博物館活動的角度來分類 Web 2.0 的應用狀況。個人認為，如果以博物館的數個主要核心活動來分類、歸納 Web 2.0 技術的應用方向，應可概分為藏品內容的詮釋、展覽及教育活動的延伸、公關及觀眾參與的擴大等三大類。

一、藏品內容的詮釋

由於 Web 2.0 可以擴大博物館觀眾的參與，因此許多博物館在規劃應用 Web 2.0 之時，多半會先嘗試將其應用在展覽或教育活動上。但事實上，Web 2.0

強調雙向互動和集體智慧的特性，也可以應用在博物館藏品內容的組織上，此一應用領域與傳統博物館的典藏管理和登錄反而比較有關係。例如，劍橋大學的人類學與考古學博物館（University of Cambridge's Museum of Archaeology and Anthropology，簡稱 MAA），便曾推動名為“Blobjects”的計畫，應用 Web 2.0 的社會標籤（social tagging）功能，邀請具有相關知識的觀眾，針對博物館藏品目錄裡的各種物件，以自己的語言為每一個物件下標籤加以描述（Srinivasan et al., 2009）。而類似的、更有名的計畫，則是由大都會美術館、古根漢美術館等多個博物館合作的“Steve.museum Project”，同樣是請觀眾以自己的語言為博物館的館藏下標籤進行描述，並將觀眾所提供的標籤用語加以收集、處理，希望博物館在對物件進行登錄描述時，除了使用專家的專業語言以外，還能應用這些觀眾常用的語彙，以幫助觀眾在查詢文物資訊時，能更容易用通俗的用語查詢到所要找的資訊（Chun et al., 2006）。MAA 的 Blobjects 和 Steve.museum Project，都是應用了 Web 2.0 的通俗分類（folksonomy）概念，希望經由觀眾常用的語言來描述博物館館藏物件，以呈現物件的不同描述角度、讓物件資訊更易於被一般大眾查詢。

而除了 Social Tag 以外，另一常被應用在物件典藏管理上的 Web 2.0 技術，便是 Flickr，尤其是擁有大量影像藏品的博物館來說，Flickr 除了可以讓觀眾下標籤進行描述以外，Flickr 也提供了簡單的管理功能，具有基礎的影像管理、編輯、權限管理能力，也可以作為簡單的影像藏品管理工具。

二、展覽及教育活動的延伸

由於 Web 2.0 強調交流和參與，具有公共特性，因此，許多 Web 2.0 的科技經常被直接應用在博物館的展覽或

教育活動上，作為博物館展覽及教育計畫的一部分。例如紐約現代美術館（MoMA）在 2006 年的一次展覽中，便應用了 Youtube 平臺的功能，鼓勵觀眾先從 MoMA 的網站上下載一段多媒體素材，然後觀眾可根據展覽主題加以編輯、創作新的影片，然後上傳至 Youtube，並開放觀眾對所有上傳的影片進行投票（Yasko, 2007）。此類的應用，不僅可以使觀眾用不同的方式參與展覽活動，更重要的是可以使觀眾也成為展覽創作過程中的一份子。

除此以外，例如在英國的 Science Museum Object Wiki 計畫，則是應用了 Wiki 語言平臺，企圖應用 Wiki 的「共筆」特性，讓觀眾能針對展覽中的各種物件寫下自己的看法、感覺，並在博物館的 Wiki 平臺上發表（Looseley and Roberto, 2009）。而在美國也有博物館展覽應用了 Wiki，例如明尼蘇達歷史學會（Minnesota Historical Society）的“MN 150 Wiki”，便是期望能經由 Wiki 平臺讓觀眾交流該地區的歷史記憶（Baker et al., 2009）。而美國的大屠殺紀念博物館（Holocaust Memorial Museum，簡稱 USHMM）則是在該館所舉辦的達佛地區（Darfur）種族屠殺事件的展覽期間，應用了 Second Life 的技術，讓觀眾可以用化身的方式，在虛擬環境中參觀、聆聽、體驗與展覽主題有關的導覽解說和相關情境（Swiader, 2007）。

除了應用 Youtube、Wiki 和 Second Life 以外，目前國外的博物館在展覽上應用 Web 2.0 科技，已經發展到將 Web 2.0 結合行動通訊服務，讓觀眾在參觀展覽的同時，可以立即應用身邊的手機，將自己參觀的心得、對展覽內容的看法，用手機加以記錄上傳至博物館，例如渥克藝術中心（Walker Art Center）的“The Walker’s Art on Call”便曾試圖進行此類的服務。甚至有專家提出，未來博物館的觀眾在遺址或古蹟旅遊時，博物館可

以利用 GPS 系統，定位觀眾的位置，並傳輸該遺址或社區的歷史或文化知識給身在該地的觀眾（Dowden and Sayre, 2007）。

三、公關及觀眾參與的擴大

Web 2.0 的觀念和技術，除了可以直接應用在展覽活動以外，許多博物館開始積極發展 Web 2.0 的應用，有時未必與特定的展覽活動有關，而是將 Web 2.0 技術視之為可擴大觀眾參與博物館活動的工具，使用 Web 2.0 技術來加強觀眾與博物館館藏、館藏知識，乃至於與博物館之間的關係。例如，布魯克林博物館（Brooklyn Museum）便曾應用 Facebook 所提供的使用者開發工具，設計了一套名為“ArtShare”的 Facebook 應用套件，讓 Facebook 的使用者可以在自己的 Facebook 網頁中放進自己喜歡的博物館館藏照片；如此一來，若有喜愛相同博物館館藏的網友，便可以經由 Facebook 形成具有相同藝術愛好的人際網絡和社群。此外，布魯克林博物館還嘗試使用 RSS 發布博物館動態和消息給觀眾，也使用 Twitter 來發布博物館館藏特色和重要、有趣的消息或知識（Bernstein, 2008）。布魯克林博物館的這些嘗試，未必和博物館的特定展覽活動有關，也未必是特定教育活動的一部分，但的確可以用來擴大博物館觀眾的參與。至於 Web 2.0 技術中較早出現的 Blog，則早已有許多的博物館採用作為和博物館觀眾對話的橋樑，也可作為觀眾彼此之間討論的論壇。

但值得注意的是，以上博物館在應用 Web 2.0 的方式上，未必會採取固定的應用模式，其所採取的 Web 2.0 技術是會重複、交錯應用的。有些博物館會同時採用多種的 Web 2.0 技術，而且即使各個博物館採用相同的 Web 2.0 技術，也會有不同的應用策略和目的。舉例來說，某個博物館可能會應用 Facebook 作

為擴大觀眾參與的橋樑，但另一博物館卻可能應用 Facebook 去設計一個「粉絲專頁」作為宣傳特定展覽之用；又如某個攝影博物館可能會用 Flickr 作為影像管理的工具，但另一博物館卻可能會將 Flickr 當作線上展覽的工具；又如某一博物館可能會用 Blog 作為公關和宣傳展覽之用，但該博物館也可能同時使用 RSS 或 Twitter 宣傳同一個展覽活動。質言之，博物館在使用 Web 2.0 的科技上，是極具有彈性的，可以視博物館活動和業務的需要作不同的規劃和應用。表 1 便整理出各種 Web 2.0 科技及其可能適用之博物館活動。

博物館應用 Web 2.0 的困難與挑戰

由前述各個博物館應用 Web 2.0 的案例可知，Web 2.0 的技術相當多元，博物館所能應用的方向也各有不同。因此，博物館在應用 Web 2.0 技術之時，應審慎思考各種 Web 2.0 技術的特質，並衡量博物館自身的館藏特色、營運方式、資源條件等各種因素，使科技的應用真正切合博物館的經營脈絡和需要，而非盲目追隨新潮的科技。

雖然，前一章節已經提及，許多的博物館都已經開始將 Web 2.0 導入博物館工作或服務之中，但是博物館應用

Web 2.0 科技並非只要建置就一定可以順利運作，在導入或使用的過程中，博物館仍有可能會面臨各種層面的困難和挑戰。這些困難和挑戰，經分析之後，可約略歸納為博物館本質層面的挑戰、觀眾參與的問題、工具技術層面的考量、法律組織及投入資源層面等四方面：

一、對博物館本質層面的挑戰

(一) 物件知識的真實性與權威性

博物館在傳統上，向來在提供具權威性和真實性的文化知識上扮演重要的角色；但 Web 2.0 的精神是開放的、公眾參與的、是允許觀眾對物件或物件知識提出意見和自己的創作的，基本上對於博物館的文化知識提供者角色是具有挑戰性的。博物館在引進 Web 2.0 後，如何和觀眾在進行對話的同時，也能維持自身在提供文化知識上的重要角色，將是一大考驗 (Russo et al., 2006)。

(二) 工作性質上的調整

基本上，傳統博物館的展覽、教育活動，乃至於對文物的研究，都是以一種經過設計的 (designed)、完成到某一種狀態下的 (completed state) 情形之下，才會將成果化為各種展覽或教育資訊提供給觀眾。但 Web 2.0 卻不然，Web 2.0 是高度動態的，而且是經常改變、持續互動的。因此，負責博物館工作的研究

表 1. Web 2.0 科技及其可能適用之博物館活動

應用之層面	博物館活動	可應用之 Web 2.0 技術	實 例
藏品的詮釋	登錄編目 典藏管理	Social Tag、Flickr	Blobgects
展覽及教育 活動的延伸	展覽 博物館教育	RSS、Facebook、Twitter、 Blog、Wiki、Second Life、 Youtube、Flickr	MN 150 Wiki
公關及觀眾 參與的擴大	博物館行銷 觀眾關係經營	RSS、Blog、Twitter、 Facebook	ArtShare

員、策展人、設計師等專家，在 Web 2.0 環境下，可能必須為觀眾的參與挪出一定的空間 (Simon, 2007)，而且也需要有因應觀眾意見和需求而不斷和觀眾對話、互動的心理準備。

二、觀眾參與上的問題

(一) 觀眾的多樣性

Web 2.0 著重使用者參與，但博物館的主要使用者——觀眾，其形態和背景是非常多樣的，動機各有不同，對資訊科技的接受程度和素養也各有差異，甚至也有觀眾完全不想使用社群網路軟體 (Russo and Peacock, 2009; Simon, 2007)。博物館在選擇 Web 2.0 技術時，須考量觀眾的特性，規劃最適當、最方便觀眾參與的應用方案。

(二) 觀眾參與的意願

應用 Web 2.0 最常遭遇的問題之一，便是觀眾參與的比率太低。國外有些博物館應用 Youtube 的案例顯示，觀眾參與的情形並不理想，上傳影片的觀眾不多，瀏覽影片並發表評語的情形也不踴躍 (Alexander et al., 2008)。如何將嚴肅的博物館知識經由 Web 2.0 工具促進觀眾參與並引發興趣，實為一大考驗。另外，國外的經驗也顯示，其實大多數的網友會主動在 Web 2.0 平臺上發表言論、提供創作的，比例其實很低，博物館必須注意可能百分之 80% 的意見或創作其實都只來自 5% 的觀眾的參與 (Spadaccini, 2006)。

(三) 觀眾意見參與之品質與價值衡量問題

Web 2.0 鼓勵公共參與，博物館在應用上有時也鼓勵觀眾使用 Web 2.0 留下心得、意見、標籤，乃至於自己的創作。但是觀眾所提供的各種心得、意見、標籤、創作，有時內容毫無意義，與博物館或文物知識並無關聯，無法發

揮進一步的作用，亦無保留的價值。例如國外有博物館提供觀眾 Wiki 平臺發表心得，但留言多半言不及義；而國內及國外的博物館在應用社會標籤的經驗也顯示，觀眾所提供的標籤不見得有用 (Looseley and Roberto, 2009; Srinivasan et al., 2009)。因此，博物館對於觀眾的心得、意見、標籤、創作應如何管理並使用，也需要審慎斟酌。

三、工具技術層面之考量

(一) Web 2.0 工具選擇上的適當性

Web 2.0 的工具極為多樣，雖然大部分都具有「社群媒體」的核心特性，但各種 Web 2.0 工具卻都具有不同的特質，博物館在應用上需要小心選擇，因為某些工具並不見得適合用來傳達特定型態的博物館知識或博物館資訊。例如國外某些博物館的例子顯示，RSS 和 Twitter 由於字數限制和瀏覽型態特殊的緣故，觀眾有時可能會看不懂博物館用 RSS 或 Twitter 所傳送給觀眾的長串文字訊息；而有些 Web 2.0 的服務則有其特性，較適合擁有特定類型典藏品的博物館，例如 Flickr 可適用於擁有大量照片或攝影作品的機構，而 Second Life 則可應用於需要以敘事方式展出或模擬體驗的博物館。

(二) 技術條件的考量

Web 2.0 的技術來源極為多樣，雖然目前大部分的 Web 2.0 服務多半免費，但這些免費的 Web 2.0 服務軟體，多半架設於網路上而非博物館自己的系統中，博物館如果要進一步客製化相關的功能，或取得觀眾使用相關的統計都非常不便，有些免費的 Web 2.0 軟體平臺還會有容量等特殊限制，甚至有些免費的社群網站其使用者權限管理較不公開，使用者的權限可能會因不明因素而被停權，導致已上傳的資料一併損失。因此，博物館在應用 Web 2.0 上，

需考量成本、目的、任務、安全性、便利性等因素，選擇是否要建置自身的系統，或是採用免費的 Web 2.0 工具（Greenfield, 2008; Yasko, 2007），而如果要採用免費的 Web 2.0 服務，也應考慮是否需要自行備份相關資料。

四、法律、博物館組織及投入資源層面之考量

（一）法律問題

博物館應用 Web 2.0 工具，尤其是博物館將館藏物件用 Web 2.0 工具去散布，或是鼓勵觀眾上傳影音創作，都需要注意有否違反智慧財產權相關法令。而觀眾透過 Web 2.0 工具發表意見或提供資訊，也要注意有無侵權或是侵犯隱私等問題（Kelly and Oppenheim, 2009）。

（二）博物館組織適應的問題

博物館如果要開始推動應用 Web 2.0 技術，必須在分工及組織上有明確的策略，尤其許多 Web 2.0 技術對於博物館人員而言，需要花相當的時間去瞭解其原理，如果博物館人員要實際製作、設計 Web 2.0 的應用內容，則更需要相當大的心力來學習，因此在組織分工及團隊合作上宜有良好的規劃。國外部分專家也指出，許多博物館在推動 Web 2.0 時，常常是由博物館中的資訊部門或媒體部門來主導，缺少整體性的思考（Simon, 2007; Alexander et al., 2008）。如果博物館在發展社群媒體應用的相關計畫時，過於偏勞資訊技術部門或媒體人員，不僅會發生勞逸不均的問題，也會使得博物館的 Web 2.0 應用無法融入展覽、教育活動的內涵，難以充分發揮博物館的整體價值。

（三）資源投入及維持之問題

博物館採用任何的新科技，無論如何都需要充足的經費、人力、技術支援、

行政支援。Web 2.0 在博物館的應用亦然，如果沒有足夠的資源投入，Web 2.0 和社群媒體的應用在博物館也很難維持長久（Kelly and Oppenheim, 2009）。表面上，大多數的社群媒體網站都是免費，只須與現有網路資源接合便可運作，但實際上博物館應用 Web 2.0 時仍有許多隱藏成本。例如，需要有人力去回覆、管理、經營社群網站，要有推動團隊和政策，在技術上如果要應用 Youtube、Flickr 或引進類似 Second Life 的 3D 虛擬社群，更需要先擁有處理多媒體的軟硬體設備和虛擬化技術。博物館如果經費及人力有限，在推動 Web 2.0 的應用上就必須採取較能節省資源的途徑來規劃。尤其我國大部分的博物館人力和經費均相當不足（梁光余, 2003），但 Web 2.0 和社群媒體的經營卻需要長時間的維持才能見到成效，如何使博物館能在有限的人力和經費資源之下，成功維繫 Web 2.0 或社群媒體專案的運作，使其不致於因補助或專案計畫的結束而無法持續運作，需要規劃者在推動之初即開始作審慎的思考。

結語

雖然 Web 2.0 的應用在各行各業蔚為風潮，但博物館應用 Web 2.0 的最主要目的，並不是為了追趕潮流，而是為了應用 Web 2.0 來達成博物館的核心使命。傳統上，博物館的主要業務包括了蒐藏、保存、展覽、研究，並以教育為主要目的，而 Web 2.0 的特質也和博物館的公共性有所契合。Web 2.0 雙向互動、參與和分享、協力共創等特質，正可以體現博物館的公共性，博物館可以利用 Web 2.0 促進觀眾和博物館之間的互動和交流，讓博物館能有機會重新組織藏品和研究的內容，以創新的展覽和教育活動型態，經由博物館的 Web 2.0

服務，和觀眾在公共領域進行開放的交流對話，以達成博物館的教育、擴大參與等多重目標。

綜合上述對博物館應用 Web 2.0 的困難之分析可知，博物館在規劃應用 Web2.0 之時，可能會遭遇的困難和挑戰是多面向的，有來自博物館內部和外部的各種問題；這些問題包括了博物館本質層面的問題、觀眾參與上的問題、工具技術層面的問題、法律及博物館組織層面的問題、投入資源的問題等等。總體而言，博物館引進 Web 2.0 技術，不能只由追求最新技術或追趕潮流的心態來思考，應當在應用 Web 2.0 技術之前，便要審慎思考自身博物館的館藏特性、工作宗旨、資源條件等問題，選擇最適合的方式引進 Web 2.0 技術，並以適當的途徑規劃其營運方式。

尤其，博物館負責規劃 Web 2.0 應用的人員必須瞭解，各種社群媒體只是博物館應用 Web 2.0 的工具，其主要重點仍在於其背後的協力、共創精神，故博物館在應用 Web 2.0 時，不能只注意到社群媒體的工具特性，而忽略了如何以社群媒體的協力共創精神來達成博物館的任務。換言之，Web 2.0 的核心精神在於「社群」，技術之應用猶在其次；如果博物館要使 Museum 2.0 的口號成真，成為一個能落實觀眾參與的博物館，就必須以「如何落實博物館社群參與」的角度來作思考、真正實踐博物館的公共參與特性，而非僅作技術面的規劃。在此根據國外博物館應用 Web 2.0 上的經驗和各種可能遭遇的問題，對於國內博物館在應用 Web 2.0 上提出若干建議：

一、由博物館特色、觀眾特性、博

物館功能及目的、資源多寡、回應方式等多種角度，為應用 Web 2.0 科技的問題進行規劃，而非只以技術面角度思考。尤其須注意應用 Web 2.0 時所可能帶來的隱藏性成本和不預期的負面意見，並應以政策形式，將博物館推動 Web 2.0 所須面對的各種問題和回應方式、長久推動所需的資源、紀錄保留的規則等議題，均予以周全的規劃，不應在沒有全方位的規劃或政策之下便貿然推動。

二、可考慮以合作或是聯盟的方式推動，聯盟中的大型博物館可以為小型博物館提供技術人力、軟體資源、規劃策略上的協助。

三、在經費及資源不足的情形下，除了可使用網路上已有的 Web 2.0 軟體平臺以外，也可以考慮引進開放原始碼（open source）的 Web 2.0 軟體平臺，既可享受免費的優點，又可以將平臺置於博物館的管理之下，不必受制於網路上的 Web 2.0 系統。

四、博物館在應用 Web 2.0 技術之前，可就自身博物館的狀況，為博物館應用 Web 2.0 可能會遭遇到的困難和風險進行評估，並注意博物館工作人員之專長、組織分工的適當性，以及對博物館觀念和文化上的衝擊等問題。如此方可使推動時的阻力和風險儘量降低。

誌謝

本文初稿及部分構想，曾於「博物館 2010：21 世紀的博物館價值與使命」國際學術研討會中宣讀，參考與會同道所提出之建議，經增補修改後發表於此，特此申謝。另感謝審稿委員之詳細斧正。

參考文獻

- 李士傑，2007。Web 2.0 與公共參與，*研考雙月刊*，31(3): 81-92。
- 尹思哲，2007。Web 2.0 大引爆，頁：1-15。臺北：天窗出版社。
- 朱曉俐，2009。Web 2.0 在博物館之應用，頁：1-26。元智大學藝術管理研究所碩士論文，未出版。
- 吳國淳，2007。博物館學習之詮釋及溝通內涵探究，*博物館學季刊*，21(4)：81-88。
- 張淇龍、卜小蝶，2006。淺談 Web 2.0 與通俗分類於圖書資訊服務之應用，*圖書與資訊學刊*，57: 74-93。
- 梁光余，2003。公立博物館的人力策略，*博物館學季刊*，17(4): 97-103。
- 葉貴玉，2009。跨越時空的博物館學習，*博物館學季刊*，23(3): 69-78。
- 龔仁文，2006。Web 2.0，頁：1-20。臺北：財團法人資訊策進會創新服務研究所。
- Alexander, C., Burnette, A., Dark, D., Hart, D., Rossi, J. and Minor, N., 2008. Beyond launch: Museum videos on Youtube. *In: Jennifer Trant and David Bearman (Ed.)*, 2008, *Museum and the Web 2008 : Selected Papers*, pp.49-58. Toronto: Archives and Museum Informatics.
- Anderson, N., 2006. Tim Berners-Lee on Web 2.0. Retrieved February 27, 2011, from <http://arstechnica.com/business/news/2006/09/7650.ars> .
- Baker, T., Hoover, J. and Sherman, R., 2009. Collaborative history: Creating (and Fostering) a Wiki community. *In: Jennifer Trant and David Bearman (Ed.)*, 2009, *Museum and the Web 2009: Selected Papers*, pp.47-59. Toronto: Archives and Museum Informatics.
- Bearman, D., 2006. Museums and the Web 2006: Sessions. Retrieved February 27, 2011, from <http://www.archimuse.com/mw2006/sessions/index.html#EVT125000299> .
- Bernstein, S., 2008. How do we go from here: Continuing with Web2.0 at the Brooklyn Museum. *In: Jennifer Trant and David Bearman (Ed.)*, 2008, *Museum and the Web 2008: Selected Papers*, pp.37-48. Toronto: Archives and Museum Informatics.
- Bethke, L. A., 2007. Constructing Connections: A Museological Approach to Blogging, pp.2-10. Unpublished Master Thesis, University of Washington, Seattle.
- Chun S., Cherry, R., Hiwiller, D., Trant, J. and Wyman, B., 2006. Steve.Museum: An ongoing experiment in social tagging, folksonomy, and museum. *In: Jennifer Trant and David Bearman (Ed.)*, 2006, *Museum and the Web 2006: Selected Papers*, pp.23-42. Toronto: Archives and Museum Informatics.
- Dowden, R. and Sayre, S., 2007. The whole world in their hands : The promise and peril of visitor-provided mobile devices. *In: Herminia Din and Phyllis Hecht (Ed.)*, 2007, *The Digital Museum: A Think Guide*, pp.35-44. Washington D. C.: AAM.
- Greenfield, D., 2008. Youtube to MuseTube: Now we have Web 2.0 tool, how do we use them. Retrieved October 19, 2009, from <http://www.archimuse.com/mw2008/papers/greenfield/greenfield.html> .
- Kelly, B. and Oppenheim, C., 2009. Empowering users and institutions. Retrieved October 19, 2009, from <http://www.ukoln.ac.uk/web-focus/papers/cultural-heritage-online-2009/>.
- Lawson, M., 2005. Berners-Lee on the Read/Write Web. Retrieved February 27, 2011, from

- <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4132752.stm> .
- Looseley, R. and Rattle, F. R., 2009. Museums and Wikis: Two cases studies. *In: Jennifer Trant and David Bearman (Ed.), 2009, Museum and the Web 2009: Selected Papers*, pp.37-46. Toronto: Archives and Museum Informatics.
- MacArthur, M., 2007. Can museum allow online users to become participants ? *In: Herminia Din and Phyllis Hecht (Ed.), 2007, The Digital Museum: A Think Guide*, pp.57-66. Washington D. C.: AAM.
- Russo, A. and Peacock, D., 2009. Great expectations: Sustaining participation in social media spaces. *In: Jennifer Trant and David Bearman (Ed.), 2009, Museum and the Web 2009: Selected Papers*, pp.23-36. Toronto: Archives and Museum Informatics.
- Russo, A., Watkins, J., Kelly, L. and Chan, S., 2006. How will social media affect museum communication. Retrieved October 19, 2009, from <http://eprint.qut.edu.tw> .
- Swiader, L., 2007. Promotiing social change through technology. *In: Herminia Din and Phyllis Hecht (Ed.), 2007, The Digital Museum: A Think Guide*, pp.157-166. Washington D. C.: AAM.
- Simon, N., 2007. Discourse in the blogosphere : What museum can learn from Web 2.0. *Museum and Social Issue*, 2(2): 257-274.
- Srinivasan, R., Boast, R., Becvar, K. M. and Furner, J., 2009. Blobjects: Digital museum catalogs and diverse user communities. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(4): 666-678.
- Spadaccini, J., 2006. Museums and Web 2.0. Retrieved October 19, 2009, from <http://www.ideum.com/chin/museums-web2.pdf> .
- TNS RI, 2010. 網路行為調查 . Retrieved January 20, 2011, from <http://www.tns.global.com.tw/default.htm> .
- Yasko, J., 2007. Museum and Web 2.0. *Museum News*, July/August Issue: 42-47.

收稿日期：2010年11月24日；接受日期：2011年4月8日

作者簡介

本文作者現為國立故宮博物院教育展資處助理研究員、輔仁大學圖資系進修推廣部兼任助理教授。

Feasibility and Authenticity of Museum 2.0: Web 2.0 and Social Media Applications and Issues from the Viewpoint of Museums

Shao-Chun Wu*

Abstract

Web 2.0 applications, such as Flickr, blogs, Wiki, Youtube, Facebook, Second Life, and RSS, are being implemented by museums. This has led to discussions regarding the feasibility of social media applications and the coining of the term “Museum 2.0”. Is “Museum 2.0” a new concept or new phase in the application of information technology or is it merely a short-term buzzword? The key point is the philosophy behind Web 2.0 technology in museum applications and related issues such as funding, human resources, and technology. In the first part of this study, Web 2.0 concepts and Museum 2.0 topics are introduced and analyzed. In the second part are examples of Web 2.0 applications which are divided into three categories: organization of collection content, extension of exhibition and educational activities, and expansion of audience participation. The third part focuses on the suitability of Web 2.0 applications in light of the philosophy of museums, as well as the difficulties and challenges of applying Web 2.0 to museums. Finally, we propose some recommendations regarding Web 2.0 applications for museums in Taiwan.

Keywords: Museum, Web 2.0, Information, Social Media, Museum 2.0

* Assistant Research Fellow, National Palace Museum, Department of Education, Exhibition and Information Service; Adjunct Assistant Professor Fu Jen Catholic University, Department of Library and Information Science; E-mail: friendseek2000@gmail.com; diglib@hotmail.com