

認識自我、拓展視野、形塑未來—— 博物館改變個人與世界的潛能

■ 林慧嫻

國際博物館協會（International Council of Museums，簡稱 ICOM）將「博物館的力量」（The Power of Museums）定為 2022 年國際博物館日（International Museum Day）的主題，期勉博物館跨出傳統功能，發揮更大的社會影響力。自新冠肺炎疫情爆發以來，博物館界遭逢巨大改變，部分博物館面臨財務危機，必須裁員、調整組織，並繼續面對經營發展的困境；部分博物館在疫情期間轉型，積極投入社會救濟，致力社區重建；部分博物館呼應「黑人的命，不容踐踏」（Black Lives Matter）等社會運動，鼓吹族裔平等（圖 1），為人權運動而努力；甚至在近期俄羅斯入侵烏克蘭的事件中，博物館也採取行動，為國際正義發聲。（圖 2）博物館界已經證明，即使遭逢世紀大疫情新冠肺炎之考驗或戰爭的威脅，博物館仍然努力蛻變重生，致力發揮改變個人與世界的力量。

觀眾心目中的博物館存在價值

然而，在大部分觀眾的心目中，博物館的存在意義與價值又是什麼呢？是否認同博物館具備改變個人與群體的力量呢？以下即依據 Wilkening 顧問公司（Wilkening Consulting，以下簡稱 Wilkening）近年接受美國博物館協會（American Alliance of Museums，簡稱 AAM）委託所進行的觀眾調查結果，分析觀眾心目中的博物館存在價值。

Wilkening 受 AAM 委託，每年為美國國內的博物館 / 美術館進行觀眾調查。2018 年針對參觀藝術、歷史、科學類等不同類型博物館的 6,153 名參觀者進行問卷調查，並同時請受訪者試想如果有一天博物館不再存在，將對個人與群體產生什麼影響。雖然調查的時間是在新冠肺炎疫情爆發之前，大部分觀眾對於博物館是否存在應尚無切身的急迫感，難以想像博物館



圖1 紐約市布魯克林美術館（Brooklyn Museum）在推特及博物館官網呼籲停止壓迫攻擊亞裔族群。取自該館推特帳號：<https://twitter.com/brooklynmuseum/status/1372270455596404744>，檢索日期：2022年3月19日。



圖2 ICOM公開譴責俄羅斯入侵烏克蘭的行為取自ICOM Instagram官方帳號：<https://www.instagram.com/p/CaXXxCCKrZJ/>，檢索日期：2022年3月10日。



圖3 觀眾留言提到博物館「教育觀眾」、「拓展觀眾視野」等關鍵字。© Wilkening Consulting, LLC. Design courtesy of longnamedgirl design. Illustration: shutterstock/NotionPic

真的會面臨難以為繼的經營困境，然而在疫情爆發二年多後重新回顧觀眾在 2018 年的留言，檢視觀眾心目中期待、肯定的博物館存在價值，仍然是提醒博物館從業人員在疫情中、疫後繼續發揮潛能的動力。下文即就 Wilkening 已公佈的觀眾留言，結合 Wilkening 於 2018、2021 年為 AAM 進行的其他觀眾調查結果進行分析，探討博物館對於觀眾而言究竟有何意義與功能。

博物館是個人與家庭的重要學習資源

Wilkening 雖然尚未公開全部的觀眾留言，但自 2019 年以來，該公司已經陸續在推特帳號上隨機選樣公佈部分留言，至 2022 年 2 月 28 日止共發佈了 884 則。留言中較頻繁出現的關鍵字可以分類為 12 種主要類別，以下即藉出現比例較高的幾種類別分析博物館對觀眾的重要性，而這些觀眾心目中的博物館存在價值，其實也即是博物館改變個人與世界的力量之所在。意見取樣來自美國的博物館觀眾，固然無可避免地反映出特殊地域性的觀眾特質與需求，然而仔細閱讀觀眾留言，他們的意見其實表述了不同區域博物館的共同理念，因此應仍

足以證明博物館的普世價值。

分析 884 份留言中反覆出現的 2,124 個關鍵字，其中最頻繁出現的五種類別依序為增長知識/教育學習、家庭/兒童、歷史/保存過往、拓展視野/多元觀點、情緒反應這五類。首先，2,124 個關鍵字中有 20.9% 提到了與增長知識、教育、學習等直接相關的關鍵字（圖 3），表示博物館是提供新知的重要資源。其中部分留言提及了博物館與其他學習機構的差異，亦即博物館可以刺激大腦不同部位的思考、激發創意（圖 4）與想像力，又因為博物館強調動手操作、多感官體驗，以獨特的沉浸式展示方式

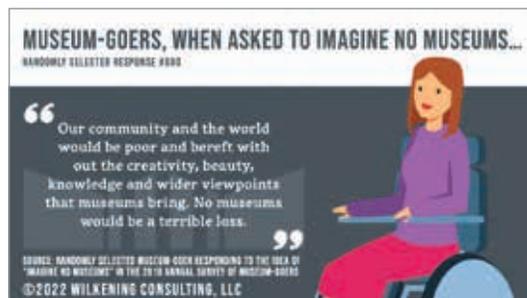


圖4 觀眾留言提到博物館「激發創意」等關鍵字。© Wilkening Consulting, LLC. Design courtesy of longnamedgirl design. Illustration: istock/SpicyTruffel & shutterstock/NotionPic



圖5 觀眾在沉浸式展覽中與展品互動 數位資訊室提供

詮釋展品（圖5），因此觀眾得到的教育體驗與學校教育、閱讀書本等經驗截然不同。博物館的教育功能，除了是個人觀眾最常提到的關鍵字，也是家庭觀眾重視的博物館價值，排序第二的關鍵字即為家庭/兒童，佔所有關鍵字的15.5%。觀眾最常提到博物館對於教育下一代的重要性，是與家人（圖6）、博物館工作人員或其他參觀者互動，安全與安心的社交娛樂場所，是寓教於樂、讓兒童開心成長的機構（圖7），也是記憶中兒時與家人共度快樂時光的場域。

以上這些觀眾留言中對於學習成長、與他人互動、博物館參觀環境與展示方式的關注，其實也正好呼應了博物館學者Falk和Dierking觀察分析觀眾參觀行為後提出的博物館經驗互動模式，亦即博物館參觀經驗是在個人、社交



圖6 親子觀眾參觀本院展覽 作者攝



圖7 博物館是寓教於樂的學習機構 南院處提供

與環境脈絡下共構而成，博物館參觀除了產生個體的獨特學習經驗，也因為在博物館中與他人的互動、博物館的展示環境與多元展示媒介的輔助，而交織出更豐富的體驗，使博物館參訪迥異於其他學習經驗，而博物館也因此成為無可取代的教育資源。



圖8 觀眾留言表達對歷史紀錄喪失的憂心 © Wilkening Consulting, LLC. Design courtesy of longnamedgirl design. Illustration: shutterstock/Gurza

博物館保存過往、拓展視野、培養多元觀點

排序第三的歷史／保存過往這組關鍵字，佔所有留言關鍵字的13.9%。（圖8）博物館對於理解現在、形塑未來的重要性固然也出現在部分留言中，但是出現的比例遠低於歷史／保存過往這組關鍵字。觀眾在留言中常常提到不正視歷史、不保存過往可能導致的後果，擔心今人將無以從前人的智慧或過去的錯誤中學習，而容易造成自我意識高漲，失去反思自省的能力。觀眾也表達了對學校歷史教學時數不足的憂心，因此更期待博物館繼續扮演保存歷史、負擔歷史教育的責任。

排序第四的關鍵字組合是拓展視野／多元觀點，有10.3%的關鍵字提到博物館豐富了觀眾的生命，帶領觀眾拓展視野（圖9），探索不同



圖9 觀眾留言提到「拓展視野」 © Wilkening Consulting, LLC. Design courtesy of longnamedgirl design. Illustration: shutterstock/Olga 818

時空領域的未知世界，也培育多元觀點，讓觀眾學習以同理心與同情心包容不同意見，理解共融共好的重要性。其中也有部分觀眾特別提到博物館為「近用性」（accessibility）付出的努力，肯定博物館提供友善服務、排除身心障礙與社經地位等各種障礙、公開典藏資源、開放展品，讓所有人皆可以親近博物館資源。

以上四組關鍵字關注的是博物館的功能。排序第五的關鍵字則是觀眾的各種情緒反應，佔 9.5%，是部分觀眾對於博物館不再存在的這個假設性議題有比較強烈的反應，因此在留言中表露心理衝擊，以傳達博物館具備無可取代的重要性。觀眾最常提到的情緒關鍵字是悲傷（圖 10）和失落，表述如果不能繼續利用博物館資源，人生將變得灰暗，日常生活也索然無味。

除了以上五組較頻繁出現的關鍵字類別之外，有 8.6% 的關鍵字與社區相關，因為博物館既是敘述社區歷史的場域，可以培養居民對社



圖10 觀眾留言提到「悲傷」 © Wilkening Consulting, LLC. Design courtesy of longnamedgirl design. Illustration: shutterstock/Gurza

區的歸屬感，也是豐富社區生活的關鍵。部分觀眾甚至表示，如果所處社區的博物館消失了，將考慮移往他處居住。7.4% 的留言關鍵字提到藝術類博物館的價值，觀眾認為欣賞精彩的藝術品或從事藝術創作具備療癒的功能，藝術類博物館也是研究藝術創作技法及啟發靈感的重要資源。約 3.8% 的關鍵字與科學類博物館有關，觀眾認為科學博物館提供的動手做經驗是有效益的科學教育方式，對兒童教育至為重要，

也認為博物館保存的多樣性物種，可以教育大眾物種多元、環境永續的重要性。此外，有 3.1% 的關鍵字提到娛樂、有趣、好玩，認為博物館是與家人朋友共處的好去處，驗證博物館既是非正式教育機構，也是寓教於樂的社交娛樂場所。2.9% 的關鍵字提到了旅行與觀光，這些觀眾會為了參觀博物館特別造訪博物館所在地，或是將參訪博物館列入旅遊的必須行程，因此，如果博物館不復存在，將影響觀眾的旅遊行程與意願；而博物館也是重要觀光資源，可以吸引觀光客，對於社區經濟發展有貢獻。

總之，上述觀眾的留言反映博物館對於學習、家庭教育、開拓視野、培養多元觀點、啟發創意、凝聚社區、娛樂等的貢獻，肯定博物館具備教育、社交與娛樂功能，是個人成長、家庭活動與社區營造的推手，也具有經濟及社會影響力，是觀眾認可的博物館功能與價值，其實也彰顯了博物館改變個人、社區與人類社會的力量所在之處。

觀眾心目中的博物館五大影響力

以上分析係根據觀眾 884 則留言中反覆出現的 2,124 個關鍵字，反映的是針對「如果有一天，博物館不再存在」這個試想題寫下留言的部分觀眾之意見，或不足以呈現 2018 年時所有接受 Wilkening 問卷調查觀眾的反應，因此以下再參考問卷調查數據，更進一步分析以上所列的關鍵字類別，對於大部分觀眾而言，是否也是博物館的重要意義與價值。

從 2018 年的問卷調查數據可知，博物館最重要的五大影響力，按觀眾勾選次數排序，依序為增長知識、引起好奇心、拓展視野、培養多元觀點與同理心，以及啟發創造力，其中有高達 74% 的觀眾認為「增長知識」是博物館

最重要的影響力，次高者為引起好奇心，共有 66% 的觀眾勾選，其次為拓展視野（61%）、培養多元觀點與同理心（43%）、啟發創造力（37%）。在前文的留言關鍵字分析中，增長知識也是各類別關鍵字中最頻繁出現者，顯示提供新知確實是大部分觀眾普遍認可的博物館功能，而好奇心、拓展視野、培養多元觀點、啟發創造力也是留言中頻繁出現的關鍵字，而此四項影響力其實也皆與學習成長息息相關，再度證明博物館的教育/學習功能對觀眾而言，其重要性凌駕其他功能。

受訪民眾高度肯定的「增長知識」，其實植基於對博物館的專業、學術與獨立客觀之信任。根據 2021 年 5 月 Wilkening 受 AAM 委託進行的民眾信賴度調查，發現博物館受民眾信賴程度高於其他的非營利組織、媒體、政府等個人/機構，甚至高於其他研究者及科學家，博物館受民眾信賴程度僅次於民眾的至親好友，而且差距微小。民眾信賴博物館的原因包括博物館展示的是真實物件，並基於事實與證據進行研究詮釋，而且獨立客觀、不受特定政治立場左右。這項信任植基於博物館長期努力建立之信譽，是博物館的重要資產，也是其他機構/個人難以企及的高度信賴，既是觀眾對於博物館的期待，也是博物館的力量之所在。

博物館改變世界的力量

以上觀眾勾選的博物館五大影響力其實皆與個人或群體的教育學習相關，然而博物館界近年的共識卻期許博物館除了教育功能之外，亦須調整政策目標、改變論述，更加強調博物館改變世界的動能。首先，博物館專家 Stephen E. Weil 曾以「如果博物館的營運不是以改善人類生活為終極目標，又如何贏得公眾支持呢」，

主張博物館應以改變個人與群體的生活為核心價值。英國博物館協會（Museums Association，簡稱 MA）鼓吹「博物館改善生活」（Museums Change Lives）（圖 11）運動更已行之有年，MA 盤點了博物館的潛能，認為博物館除了教育



圖11 MA鼓吹「博物館改善生活」運動 取自MA官網：<https://archive-media.museumsassociation.org/26062013-museums-change-lives.pdf>，檢索日期：2022年3月14日。

功能，還具備提升身心健康與幸福感、追求平權共融、與觀眾共構優質生活環境等影響力。近年博物館界也開始討論「自我覺察」的博物館（Mindful Museum），期許博物館不再以參觀人數、經營績效等傳統的量化指標為營運目標，而開始追求自我覺察後的新價值——人際連結、跨域合作、人權提升、政策透明、社區營造、環境保護、永續發展等以改善人類生活、改變世界為己任之理想與指標。AAM 2021 年出版的《趨勢觀察》（*Trends Watch*）則呼籲博物館積極面對因疫情而加劇的資源分配不均與不公，參與社會改革，採取行動縮小貧富差距，及賦能弱勢與邊緣群體。2022 年 ICOM 為國際博物館日主題「博物館的力量」則設定了三大目標：永續、創新、教育，其中第一個目標之永續經營，亦即博物館承擔追求經濟與社會平



圖12 親子觀眾參觀本院兒藝中心共同探索展覽、拓展視野，也是親子共遊的美好記憶。 作者攝

權、保護生態環境等使命，也同樣是鼓勵博物館跨出傳統功能，為營造公平正義的美好未來及環境永續積極行動，發揮更大的社會影響力。

以上這些新的價值與目標，雖然是觀眾留言中較少出現的關鍵字，或觀眾調查中較少勾選的博物館影響力，但其實仍有 2.1% 的留言關鍵字提到博物館形塑未來的功能，亦即觀眾或許無法精準指出博物館對於未來有什麼影響力，但是至少有部分觀眾肯定博物館在展示過去的同時，其實也同時在溝通、形塑未來願景。而以上這些目標也並非夸夸之言，博物館界已經開始採取行動，將理論付諸實踐。MA 每年頒發獎項予推動「博物館改善生活」成效卓著的博物館，ICOM 也在 2018 年組成「永續經營工作小組」(The ICOM Working Group on Sustainability)，

呼籲博物館以實際的行動投入消弭經濟社會不平等、保護環境資源、創造優質生活環境等任務。這些博物館社群的登高一呼，仍有待更多的博物館一起積極推動。而博物館也需肩負溝通之責，讓觀眾理解當代博物館的使命，並加入推動變革的行列，讓觀眾因親近博物館而認識自己、拓展視野(圖 12)、培養同理心，與博物館一起為包容異己、共融共好、改善社會現況、保護環境、改變世界而努力。如此，當代的博物館固然具備無限潛能，擁有觀眾的信賴，足以發揮不同層面的影響力，其實尚有許多未完的任務，須以持續不輟的堅持與投入，才能為個人、群體，也為未來的世代塑造美好的願景。

作者任職於本院行銷業務處

參考書目：

1. Center for the Future of Museums. *TrendsWatch: Navigating a Disrupted Future* (2021). Arlington, VA: AAM, 2021.
 2. Falk, John H. and Lynn D. Dirking 著，林潔盈等譯，《博物館經驗》，臺北：五觀藝術管理，2001。
 3. ICOM. "Working Group on Sustainability Mandate 2020-2022." Accessed March 24, 2022. <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/12/WGS-Mandate-2020-2022.pdf>.
 4. Janes, Robert R. "The Mindful Museum." *Curator: The Museum Journal* 53, no. 3 (2010): 325-338.
 5. Janes, Robert R. and Gerald T. Conaty. "Introduction to Looking Reality in the Eye: Museums and Social Responsibility." In *Museum Without Borders: Selected Writings of Robert R. Janes*, edited by Robert R. Janes, 210-221. New York: Routledge, 2016.
 6. Museums Association. "Museums Change Lives." Accessed March 15, 2022. <https://ma-production.ams3.digitaloceanspaces.com/app/uploads/2020/06/18145451/28032017-museums-change-lives-11.pdf>.
 7. Weil, Stephen E. "Museums: Can and Do They Make a Difference?" In *Making Museums Matter*, 55-74. Washington, D.C.: Smithsonian Institution Press, 2002.
 8. Wilkening Consulting. "Impact 2018. Why Do Museums Matter?—Introduction." October 15, 2018. Accessed January 28, 2022. <https://www.wilkeningconsulting.com/datamuseum/impact-2018-why-do-museums-matter-introduction>.
 9. Wilkening Consulting. "Museums and Trust." Accessed January 28, 2022. <https://www.aam-us.org/wp-content/uploads/2021/09/Museums-and-Trust-2021.pdf>.
 10. Wilkening Consulting. @SusieWilkening Twitter. Accessed February 28, 2022. <https://twitter.com/susiewilkening>.
-