

媒介轉換

淺談N世代中博物館的新面向

文·圖／耿鳳英 國立臺南藝術大學博物館學與古物維護研究所所長

在網路無遠弗屆的影響力及不可限量的未來裡，21世紀因數位科技的關係，正快速地改變我們的生活及以往的教育形式，博物館組織結構也開始產生變革，在分工制度分明的博物館組織之中，以往教育歸教育、展覽歸展覽的狀況已經落伍，網路科技使各種領域之間產生相互關聯，不再是單打獨鬥。因此，博物館既有的經營模式顯然不合時宜，如何突破與靈活地應變，才是今後發揮N世代中資源共享最大的效益。

前言

媒介轉換這個題目可以談的範圍似乎很廣！最常被提起的像是：著作權問題、媒材運用、文學寫作、電影及數位科技等，本文將要探討的是數位科技的網路展覽部分。以「媒介」觀之，最早是指透過第三者使雙方關係產生關連性的人、事、物，今日應可定義為促使事物之間產生關係的物質；而「轉換」則是將聲音、圖像或原文等資料，以另一種方式呈現，像電腦可判讀的形式是使用一連串的0與1的組合，透過轉換將各種資料以暗碼的形式傳輸。從「媒介轉換」的角度來說，數位化就是將原有媒介（如文字、器物）轉變成僅以電腦判讀形式的訊息呈現¹。

21世紀數位化時代的來臨是一股銳不可擋的趨勢，它不僅為各行各業在便利性、快速或經濟等層面造就驚人的效益，也對人類的行為模式產生重大影響。以最普及的電子產品「手機」來看，如今人手一機的情況已明顯改變人們的溝通方式，同時其開發技術日新月異，手機已猶如可以隨時待命的行動資料庫，形成一種隨時隨地皆能獲取資訊與學習的行動模式（耿鳳英，2012）。在這種情勢下數位化突顯了兩種特色，一是它能消除不同媒介之間不相容的障礙，將所有的資訊匯集，達到讓使用者

快速、便捷、共享知能的效益；二是可匯集不同媒介上的知識，亦將不同領域、不同時空、不同語言文字，以及不同文化與社會背景等資訊一起匯集²。以此為前提下，數位化能為博物館的發展帶來什麼樣的變化？博物館以陳列物件傳達知識並提供觀眾學習的機會，然而現今許多博物館面臨地處偏遠、文物缺乏及空間不足等困境，為了克服這種困難，適時地提供觀眾適當的學習環境與體驗，這也就是近年來許多博物館致力於運用數位化科技，協助落實博物館各項功能，完成寓教於樂的目的和社會教育推廣的使命。

另一方面，透過新的雲端科技處理匯集後的知識，不只提供各種檢索、參照和比對的服務，更進一步提供一個可供使用者編輯、整理、分享等無窮運用的契機；也賦予這樣的機制一個新興的名詞：「雲端策展」，將既有知識的匯集，重新詮釋產生新的知識載體，不僅增加了匯集的內容、知識蘊藏的創造力，也讓利用的方式產生更多元的潛力，這對當下整個社會教育和生活文化的既有通路，造成極大的影響性。對於博物館作為實現社會普及教育的非制式學習場域而言，雲端策展正是透過數位化的服務，達到隨時隨地皆可參與，並可自由自在整合資訊和分享資源，產生有別以往新的

學習方式，應是當下最合乎及實踐博物館社會教育使命的一大利器。

策展外一章——雲端策展

「策展」(Curation)，這個廣泛使用於美術館與博物館展示專業領域的詞彙，近年來更成為數位時代新興的顯學。什麼又是雲端策展？雲端策展是利用網際網路的技術，將數位內容透過雲端運算³處理，也就是將文字、圖像或影片等資料透過搜尋、整理、組織將內容匯集，以再利用的方式將平台匯流之後分享出去，以數位策展的概念達到更有效率的匯整與傳播，成為相較於傳統媒體更廣的傳播行為與更快速的影響力，真正達到實質的媒體使用權力⁴。例如YouTube中已有非常多的內容和資訊，如何整理這些龐大的資料將其有系統的組織再利用，成為雲端策展的重要價值之所在。

布烈松(R.Bresson)曾提到：「影像就像字典裡的文字一般，只有在彼此的關係中才有力量。」這段話最顯著的例子就是「電影不是以影像來表現，而是以影像與影像之間的關係來表現」(G.Betton著、劉俐譯，1990)。從這樣的觀念來看數位媒體策展，正是將媒介的匯流、內容的匯流及平台的匯流三方面，透過彼此之間的關連性而匯集。而這裡的策展人，應可分為個人與團隊兩種運作方式，前者

有如臉書(Facebook)透過個人將資料建置與上傳；後者有如粉絲團由各個粉絲共同組構成的一個專屬資訊網，透過主題性的方式匯集資訊。匯集的通路系統如果形成，就會變成一種活的成長方式，匯集的內容不只多元也更為豐富，因而使得應用上產生更多創新的知識與價值，而這樣的平台亦可提供使用者編輯、彙整與再組織的機制，得以滿足個人量身訂作媒體使用的願景。

N世代⁵的大躍進

數位科技進步之神速日新月異，往往令人望塵莫及，對於當下民眾生活環境的影響，亦產生許多重大的改變，這也帶給人們在面對環境變遷的同時，透過它能夠擁有更多的契機與無限想像的未來。特別是網際網路與虛擬世界的可能性，讓人與人之間不再受限於時空阻隔的互動關係，而有了截然不同的溝通與連繫的新模式。好比即時影像的傳輸，可以在千里之外即時即地對話，讓地球真正成為一個地球村的觀念，更讓資訊可以有共享的新機制。而雲端策展即是一種「分享行為」，像臉書中每個人都是提供者也是分享者，這樣延續方式會持續累積與成長，參與的使用者越多，資訊傳播與分享的速度就越快，以至於生生不息。

今日的博物館，已經從傳統被定位為賞

1. 參考自[http://content.teldap.tw/index/?p=152\(2013/2/27\)](http://content.teldap.tw/index/?p=152(2013/2/27))

2. 參考自[http://cdp.sinica.edu.tw/project/O1/2_1.htm\(2013/2/28\)](http://cdp.sinica.edu.tw/project/O1/2_1.htm(2013/2/28))

3. 雲端運算是從網絡、虛擬應用程式演進到軟體應用上的服務，是一種新的運算方式，可讓使用者不受時空的限制，透過各種連線裝置存取應用程式。這些應用程式置於資料中心內，可動態提供並共用運算資源，以達到有效的經濟利益。

4. 參考自[http://www.slideshare.net/unclegalic/ss-9967902\(2013/2/28\)](http://www.slideshare.net/unclegalic/ss-9967902(2013/2/28))

5. N世代是指Network(網路)的世代。

析、學習、求知的場域，轉變為現在人們願意前往休閒、娛樂、約會、用餐、買東西的新場所。在這樣的趨勢下，博物館也開始重視本身公共服務的特性，其中「客製化」與「量身訂作」的概念開始出現在博物館的觀眾服務之中。以美國自然史博物館於2000年建置的Ology網站⁶為例（圖1），其主要對象是以服務7歲~12歲的兒童為核心，以「每個人都想知道一些事情」（Everyone wants to know something）為設計理念。透過利用人類與生俱來的好奇心，為兒童建置一個專屬的數位空間，在這裡孩子們可以自由探索及參與，與一般學習模式最大的不同在於他們擁有主動性，得以從最好奇且有興趣的角度、透過遊戲中來學習（耿鳳英，2012）。

Ology網站以兒童最熟悉或相當喜愛的蒐集卡片行動展開（圖2），讓孩子去蒐集不同的「學習物件」（learning object）。透過蒐集「學習物件」的方式，可以延伸成讓孩子自行發展出自己有興趣的研究主題。更重要的是，這個網站讓使用者能夠建立自己想要的「學習物件」清單，讓使用者有一個擁有、參與的機會，而後可以隨心所欲地加以結合或重新安排，進而建立一個屬於自己的知識資料庫（葉貴玉，2009：71-72）。

另一個例子為大英自然史博物館達爾文中心第二期空間工程「繭」（Cocoon），在它標榜沒有嚮導也能展開前所未有的自然科學互動體驗展示中，觀眾可以免費挑選一張專屬的Nature Plus卡，之後在「繭」展場參觀過程中便可運用掃描機，以卡片蒐集關於展覽的資訊，這張卡片於離開博物館後能夠繼續於線上使用，也就是說觀眾擁有主導權，於博物館中



圖1 美國自然史博物館Ology網站首頁。
（資料來源：American Museum of Natural History：Ology <http://www.amnh.org/explore/ology>）

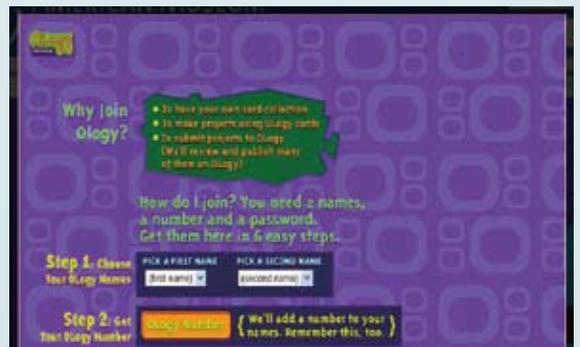


圖2 Ology網站登入頁面，說明可蒐集卡片展開個人研究主題的建置。
（資料來源：American Museum of Natural History：Ology <http://www.amnh.org/explore/ology#http://www.amnh.org/ology/members/o3MemberHome.php>）



圖3 「繭」展場中的掃描機。
（資料來源：Natural History Museum：Cocoon Highlights <http://www.nhm.ac.uk/visit-us/darwin-centre-visitors/cocoon-highlights-slides/index.html>）

蒐集想要的訊息與知識，建立專屬的資料庫⁷（圖3）。

這其實就是一種雲端策展的概念，提供一個平台讓資源整合，讓使用者有更多普及化的機會，以及參與分享的機會，達到更多及更好的循環使用的契機。且還可以為使用者量身訂作專屬的環境，讓使用者可以自由地在網路上選擇自己想要參與及學習的個人清單。這也是網路資源近年來一直獨領鰲頭，擁有新的風貌與價值的重要因素。

結語

然而，網路或數位化終究還是一種工具或是手段，它可以活化學習的機制，讓呆板的學習變得生動活潑；也可以突破局限，讓文物不再獨尊；它甚至可以是超越跨界的演出，超越年齡、國界、語言及文化。但從另一個角度觀之，對真實物件的震撼與實體物件所傳達的溫度與質感，是博物館的優勢，因此不論是多麼尖端的數位化科技運用，對於人與人之間的互動終歸是空的、沒溫度亦不具任何生命體的場域。不過，或許真正數位化（虛擬）的概念中，其目的是在突破既有文物的框架，輔助真實物件所無法傳遞的複雜性。兩者間的結合，才是對所有大眾生活與學習有突破性及有利的結果。因此，博物館的下一步應該像雲端策展一樣，從數位資源提供者的角色，進一步讓使用者能夠建置一個屬於個人的行動智庫，就像企業的客製化服務一般，為觀眾量身訂作適合自己專屬

的環境，才是數位化學習落實於博物館社會教育推廣使命的絕佳結果，而以人為本的服務核心，更應是數位化學習當仁不讓的職責，也是創造更多與觀眾互動新契機的不二法門。

網路的利用改變了人與人之間的距離，且解決僵化教育的問題，創造一個兼具遊戲與學習、個人與團隊的使用平台，而博物館人最需要自我提醒的是，知識的應用是掌控在使用者的手上，不是在博物館。學習是需要有彈性、有說服力的，而且確實是有道理可循的（葉貴玉，2009：72）。在網路無遠弗屆的影響力及不可限量的未來裡，21世紀因數位科技的關係，正快速地改變我們的生活及以往的教育形式，博物館組織結構也開始產生變革，在分工制度分明的博物館組織之中，以往教育歸教育、展覽歸展覽的狀況已經顯得落伍，網路科技使各種領域之間產生相互關聯，不再是單打獨鬥。因此，博物館既有的經營模式顯然不合時宜，今後如何突破與靈活的應變，才是發揮N世代中資源共享最大的效益。☒

參考書目

- G. Betton著、劉俐譯，《電影美學》，台北：遠流出版公司，1990。
- 耿鳳英。〈E-Learning—超越時空限制的學習〉，第五屆博物館研究雙年學術研討會「想的與跳的：博物館中的教與學及其超越」，2012。
- 葉貴玉。〈跨越時空的博物館學習——丁維欣教授訪談紀錄〉，《博物館學季刊》第23卷第3期，2009年，頁69-78。

6. American Museum of Natural History(2003). Ology. Retrieved from <http://www.amnh.org/ology>

7. Natural History Museum(2003). Cocoon. Retrieved from <http://www.nhm.ac.uk/visit-us/darwin-centre-visitors/cocoon/index.html>