

## 書評：

### 《打造感動博物館：吳傳治個案研究》 于文正、宋曜廷 著

黃雅雯

南華大學美學與藝術管理研究所研究生

作者：于文正、宋曜廷

出處：《博物館學季刊》第 20 期（3）

出版日期：民國 95 年 7 月

頁數：頁 51~78

## 前言

身為一個非營利組織，並強調教育、服務性與社區互動性強的現代博物館，在面對社會各層面變化的衝擊，其營運上常面臨著許多經營困難。伴隨觀光、文化創意產業等文化政策之推行，兩者的結合似乎可為博物館在經營上帶來一股新契機，但卻也容易導致整個展館向商業嚴重傾斜，展示深度不足。

## 簡介

此研究針對國內經營地方文物館的吳傳治先生進行個案研究，透過分析他所經營的兩個場館－「香蕉新樂園」<sup>1</sup>與「台灣故事館」，瞭解吳傳治使用了那些獨特的概念與操作方式，活化了文物展示的館場，營造出能感動人的展覽空間，並於文化與商業之間取得平衡。結果發現，吳傳治將展示與商業要素成功地做結合，並設計參觀者的「人－境互動行為」，讓這些因素共同塑造出一個擬真的展示空間，從而達到感動人心的效果，且又能藉由商業營收維持館場的營運。

## 評論

面對著台灣如雨後春筍般的各類型博物館、地方文化館的出現，在政府財政緊縮，卻又需面對各種休閒娛樂競爭的同時，商業行銷的導入，是許多博物館藉以讓場館能夠繼續維持運作的策略，但這樣的現象也深深衝擊了博物館本質上的認定，無法符合人們對博物館的想像。在新博物館學思維之影響下，館場的詮釋

---

<sup>1</sup> 「香蕉新樂園－人文生活館」於 2001 年 8 月開幕，2001 年 12 月獲故宮博物院評定為地方私人博物館，2004 年通過國家文化藝術基金會「生活創意產業」認證。

由過去對「物」的重視，轉向對「人」的關注；如何吸引觀眾走進博物館，並延續其忠誠度？如何藉由行銷、觀眾分析等因素探討，以提升參觀人數？這些都是現今博物館從業人員所致力探究的問題。作者以文物展示館場如何吸引參觀者，以及文化價值與商業經營如何達成平衡二問題，作為研究之目的。在為期兩年半的調查中，以敘事研究法輔以參與觀察研究法，探討非博物館專業領域人員的吳傳治，如何憑藉自己對博物館的認知概念，創造出既能擁有營業佳績，且能深獲文化界認可的博物館。

此研究者的學術背景為心理學，透過吳傳治生命故事文本的分析，進而發掘其勇於學習、挑戰，與想要「分享」人格特質，希望藉由藏品引起他人感動，是他不同於其他收藏家的設館動機。經由其成長過程與生涯發展的瞭解，可發現「本質不變，但其它曾面可以非常多樣」、「尊重人」、「做不帶給人壓力的東西」等與眾不同的想法與視野，為他建構出經營館場的重要概念與操作手法。這樣的基礎，正呼應了新博物館學所強調的「以人為本」的觀念，與後現代社會中流變、多元的特質；在解構的時代中，知識的觀念在博物館中正在改變，博物館正以積極創新的方法去建立一種自覺的眼光。博物館的學習是與物件互動和建構知識；博物館也尊重每一個觀眾的需要。人從物件之歷史性、社會性以及文化的脈絡中習得價值、知識，並對現代人產生意義；同時也是觀察和了解我們的世界的一種方法。若從心理學的觀點，由於人在休閒時是處於感性心靈的運作狀態，因此吳傳治既能清楚認知拉近展品與觀眾心理距離、離釐清博物館的本質，是故他便能營造新的展示空間時，輕易的操作這幾項要素。

### 概念的萌發：案例一「香蕉新樂園：春露懷舊商店街」

在第一個研究案例——「香蕉新樂園」中，吳傳治以「共同演出一場戲」作為展示呈現的主要概念，透過擬真創意，讓展示立體化，將自己對博物館的認知概念投輸於該館。傅科(Foucault)認為現代博物館的功能是研究和用實物去說明物件的社會及文化脈絡，同時促進物件與人之間的關係。因此，博物館變成了物件的說故事者(storyteller)——回答與物件相關之「什麼人」(who)、「是什麼」(what)、「在那裡」(where)和「怎麼樣」(how)等等問題<sup>2</sup>。因此藉由故事體推動博物館的展覽設計，是吳傳治借由這樣的觀念呈現，引發民眾對博物館產生共鳴的成功手法。

<sup>2</sup> 摘自網站 [http://web.tnua.edu.tw/~museum/advice\\_02\\_a1.htm](http://web.tnua.edu.tw/~museum/advice_02_a1.htm) 「博物館與劇場的本質」，徐淑惠。

## 概念的突破與完成呈現：案例二「台灣故事館」

由於經驗的累積與不斷的學習，「香蕉新樂園」所面臨的「教育」與「展示」層面上的困難，在新館設立的同時也獲得了突破，從其操作過程中，不僅能看到吳傳治在主題概念上將「觀光、文化、藝術、餐飲」作為主題設定的新創意，也能從其敘事分析中窺探出吳傳治對當今文化觀光政策的獨到見解。國家或地方歷史的層次感是可藉由觀光來讓人們有進一步的認識，但並非是被建立在吃喝玩樂的訴求上，否則又會再次淪於表象式的文化包裝上。

### 感動的展示空間經營概念

從香蕉新樂園「共同演出一場戲」的展示概念，到台灣故事館將「觀光、文化、藝術、餐飲」做結合的突破概念，作者從研究中將吳傳治在個案中所使用的經營策略進行分析，歸納出以下策略元素：在展示策略中，吳傳治運用當地常民文物、展示立體化、空間做舊之方式，在商業策略部份，則是商品文化化、低調化、融入場景，並將二者結合後，進而打造出一擬真空間；在工作人員的角色扮演下，使用參觀者行為「人境互動」的技術，讓觀眾參與擬真過程，進而建構出感動的展示空間之經營概念架構。對應著胡塞爾(Husserl)的三維界域，觀眾在時間界域、空間界域、意義界域的三維現象中，經驗到最獨特的存有形式，其意識流對展示內容的觀感，不斷在時間界域上流動、創造、回憶，在空間界域上擴散、馳騁、轉渡，進而肇成意義界域上的豐富變化。這種時光錯落往往誘發觀眾對於藝術之美、科學之真、宗教之善產生時光無限的體驗，觀眾每一個傾刻的意義製造(meaning-making)都是那麼獨一無二，如此時空經驗上的特殊經歷，正是觀眾喜歡上博物館的真正原因<sup>3</sup>。

當博物館脫離過去那個高文化的養殖場，成為一個詮釋與溝通的交流場域，觀眾已不再只是觀看的群眾，而是獨立思考的行動者。吳傳治利用劇場化的氛圍，營造出讓觀眾自發參與其中的學習環境，藉以達到博物館教育供能。誠如布雷西特對戲劇的想法主軸，相信戲劇有其教育作用，其間離效果的運用，所建構出史詩劇場的宏觀視野，對照來思索博物館展示設計的應用創造，能明顯感受到作者意旨的感動的展示空間概念中，讓展場除了是一種理性的敘事之外，也能藉由藝術的形式、效果，空間中營造的氛圍、真實物件的靈光，在感性上衝擊群眾的知覺，透過意象式的展示藉由間離手法產生感受力量，將觀眾轉向一種非線性跳躍的詩性思考，此時，文字說明已不再是那麼重要，反而是讓觀眾擁有一種遊戲式

<sup>3</sup> 整理自劉家秦，《邁向博物館界域—以胡塞爾現象學之界域論述當代博物館參觀本質的可能性》，台南藝術學院博物館學研究所碩士論文，2003年，43~51頁。

的自由，但卻又能藉由誘發與刺激，使其反思其中之深遠意義。博物館展示和戲劇作為一個敘事的再現文本，雖然在表現、認知上不同，但同樣都是一個真實與虛構的相互辯證過程，在杜威（J.Dewey）強調經驗對教育之重要性的同時<sup>4</sup>，吳傳治藉著擬真空間與人境互動模式，經由其臨場性感受效果觸動觀眾心智思考，從「做中學」中致使博物館的教育功能得以彰顯，達成文化價值與商業經營間的平衡。

## 結語

透過作者對吳傳治在博物館的經營策略之分析，清楚地將吳傳治藉由人們對共同生命經驗回憶的激發，引發特定時空情感，延伸藏品價質，以溫和的方式達到潛移默化的歷史陳述，提供我們一個重新看待生活事物的機會；這樣的觀念經由研究者做出清晰的歸納，提出了「感動的展示空間經營概念」，而這也正是博物館這種文化機制能夠發揮效用，形成其永恆魅力之處。雖然每個場館皆有其獨特性，本身遭遇也有所不同，但透過此研究案例，當今博物館在平衡當代的消遣性格與心智啟發活動時，或許能提供一個讓我們重新思考的入口。

## 參考文獻

- 1、許瑞容，《博物館展示的本質—以布雷希特的戲劇理論觀點出發的展示美學》，徐純出版，2004年，77~120頁。
- 2、劉家蓁，《邁向博物館界域—以胡塞爾現象學之界域論述當代博物館參觀本質的可能性》，台南藝術學院博物館學研究所碩士論文，2003年，43~51頁。
- 3、財團法人國家藝術基金會網站，  
[http://www.ncaf.org.tw/news/index\\_news.asp?ser\\_no=173](http://www.ncaf.org.tw/news/index_news.asp?ser_no=173)
- 4、台灣香蕉新樂園—人文生活館網站，  
<http://www.vernaldew.com.tw/html/homepage.htm>
- 5、徐淑惠，「博物館與劇場的本質」，台南藝術大學博物館研究所網站  
[http://web.tnnua.edu.tw/~museum/advice\\_02\\_a1.htm](http://web.tnnua.edu.tw/~museum/advice_02_a1.htm)。

---

<sup>4</sup> 整理自許瑞容，《博物館展示的本質—以布雷希特的戲劇理論觀點出發的展示美學》，徐純出版，2004年，77~120頁。