

出國報告(出國類別：考察)

觀摩維多利亞與艾伯特博物館服裝展示廳  
之科學意涵和設計概念

服務機關：國立科學工藝博物館

姓名職稱：展示組約僱技術員 洪莞嬪

展示組研究助理 郭世文

派赴國家：英國倫敦

出國期間：102年5月28日至6月4日

報告日期：102年7月15日

## 摘要

為辦理本館服裝與紡織廳展更新建置案，102年5月28日至6月4日獲得同意出國參訪英國倫敦維多利亞與艾伯特博物館，因該博物館所設置之服裝展示廳一直以來深受世界各地參觀民眾推崇，而且也是許多時尚設計師取得創意靈感的來源。

另5月30日也與維多利亞與艾伯特博物館策辦展覽同仁，進行約1個半小時的討論會議，從中了解許多國外博物館策展經驗，以及展示設計教育的理念，非常值得本館參考學習。出國參訪期間也利用機會再到倫敦各博物館參訪，期能擷取各博物館展示與活動規劃優點，並結合本國在地文化，期能推出具臺灣特色的服裝紡織展示廳。

## 目次

壹、計畫緣起.....	4
貳、計畫依據.....	4
參、計畫目的.....	4
肆、預期成果.....	4
伍、行程安排.....	4
陸、參觀紀要.....	5
柒、心得與建議.....	17
捌、參考文獻.....	19

## 壹、計畫緣起

觀摩英國維多利亞與艾伯特博物館(Victoria and Albert Museum，以下簡稱 V&A)服裝展示廳之科學意涵和設計概念。

## 貳、計畫依據

依據行政院 101 年 9 月 27 日院臺教字第 1010057765 號函，以及教育部臺人(二)字第 1010184122 號函核准本出國研究計畫，且本案經核定執行預算新台幣 13 萬 5 佰元整。

## 參、計畫目的

食、衣、住、行等生活中的科學為本館展示教育的重點之一，本館四樓服裝與紡織廳(以下簡稱紡織廳)之更新作業自五年前便逐步展開，分別 97 年及 100 年針對不同重點完成委託研究報告，102 年便開始著手辦理展廳更新細部設計規劃作業，期融合相關領域的學者專家之研究，透過有趣多元的多媒體互動與展示，便於民眾能深入了解臺灣百年來服裝演進歷史與當代的生活樣貌，以及紡織與布料科技相關發展知識概念。

據了解 V&A 乃英國最著名的博物館之一，藏品總數約 300 萬件，其中也包括服飾和紡織品等。該館所設置之服裝展示廳一直以來深受參觀民眾推崇，且展廳規劃重點在於希望民眾能從展覽中了解相關社會文明發展和進步軌跡，此與本廳更新目標一致，因此擬藉本次出國計畫以汲取英國各博物館之寶貴經驗，了解國外博物館展覽活動有關科學意涵、整合技術和評估標準，整理出可資應用的原則與建議，作為策劃本館展廳之參考。相信未來服裝紡織廳展示內容之全面更新，將是本館落實「生活科技化，科技生活化」的又一具體成果，不僅提升大眾進入本廳參觀及學習的興趣，更將發揮推廣科普教育功能，進而有助於本館營運績效之提升。

## 肆、預期成果

- 一、參訪學習國外博物館展覽設計規劃概念，並整理出可供應用之原則與建議，作為策劃紡織廳更新建置之參考。
- 二、打造具特色之全新展廳，並結合活動設計與規劃之藍圖，以增加未來民眾參觀及學習的興趣，落實推廣科普教育功能，期提升本館營運績效。

## 伍、行程安排

日期	參訪地點
05.28(星期二)	啟程(高雄→英國倫敦)
05.29(星期三)	大英博物館、倫敦兒童博物館
05.30(星期四)	維多利亞與艾伯特博物館
05.31(星期五)	維多利亞與艾伯特博物館
06.01(星期六)	時尚和紡織品博物館、設計博物館、泰特現代美術館
06.02(星期日)	倫敦科學博物館、自然史博物館

06.03(星期一)	回程(英國倫敦→高雄)
06.04(星期二)	回程(英國倫敦→高雄)

## 陸、參觀紀要

### 一、維多利亞與艾伯特博物館(Victoria and Albert Museum，簡稱 V&A)

V&A 館藏品來自世界各地，豐富多樣，約有三百萬件之多，跨越了人類創造史，涵蓋了每個藝術學門，足以稱為最重要的藝術設計史博物館。

據資料顯示，V&A 十分關注歐洲服裝的演變，收藏品更囊括各世紀時期的服飾，其中不乏歐洲時裝最具影響力和前瞻性的作品，博物館更是多次舉辦推出各種服裝主題的展覽與活動，因此，V&A 除能在英國時尚業界佔有一席之地外，也贏得良好口碑。

本次出國參訪計畫主要在於為本館服裝與紡織廳之更新計劃找尋創意靈感，同時也期能學習 V&A 的優點，作為展廳更新及未來營運規劃之重要參考。因此，自 5 月起便嘗試與 V&A 連絡，希望可以與該館的展示設計人員討論，並獲取博物館策展經驗。很幸運地，V&A 為我們安排了三位專業館員進行約一個半小時的訪談，訪談心得歸類如下：

#### 1. 優秀團隊組織，各司其職

據了解，每當 V&A 準備策劃一檔展覽時，館內各部門都會派代表參與腦力激盪的討論會議，而策展人就可以從這樣的討論過程，從不同專業的人身上取得更多的展覽發想元素。會議中，各個部門也站在自身的工作專業角度表達與建議。討論中所獲得的意見都能很直接地讓策展人知道，並有機會在展覽規劃初期即納入設計中，讓展覽籌辦作業更完整與周全。

當然，這對任何一位工作成員來說，這樣的策展方式是讓每個人都能在第一時間就投入參與，而不是到最後才被迫配合執行工作，所以我們能感受到 V&A 的每位成員都把策展工作當作自身要務，盡力促成展覽圓滿。

#### 2. 建立博物館群族，資源共享

V&A 是全世界最好的工藝與設計博物館之一，有著數一數二的藏品和教育資源，因此大概有三分之一的觀眾都是不同領域的設計師和學生前來參觀學習，他們都希望能在這裡獲得設計靈感來源。因此，V&A 也藉此積極與學校、業界或設計師合作，因應不同參與對象策劃各種不同活動內容，而進一步分析參與課程活動的成員，會有 60% 是屬相關領域的人員，而且多為國外慕名而來的學生們，另外 40% 則屬其他領域民眾主動報名參與。顯示 V&A 所辦理的活動是廣受歡迎的且受用的，因此能吸引其他地區甚至國家的民眾前來。

V&A 打破了傳統博物館經營的方式，改以活潑主動出擊，透過社區或課程活動的推廣，建立所謂的博物館群族，目的在於教育民眾學習如何「使用博物館」。在訪談中，我們也得知教學活動又可分為付費與免費型態，課程所得收入將作為館內教育基金使用，另外同時也會回饋社區延續推

廣，而免費的課程重點在於希望開發潛在顧客群，願意走入博物館學習。

### 3.特展規劃巡迴展出，延伸效益

V&A 的特展規劃同時也會為未來巡迴展做準備，當特展結束時就能移展至其他地區或其他國家繼續展出，目的在於希望將展覽行銷到世界各國，發揮辦展最大效益。據了解，V&A 的展覽都十分受歡迎，幾個熱門展覽甚至都要等到 2015 年後才有空檔再出借，但當我們再深入了解，發現特展內容都是珍貴館藏品，所以相對地，權利金和保險等相關費用就會很高，據國外洽借展覽經驗，通常都會是 2~3 個博物館合作，共同引進展覽，再平分所需費用，辦理巡迴展出，一來可創造效益，二來也可以增加展覽訊息曝光度。

### 4.VIP 之夜，活化展廳

V&A 常因展廳主題的屬性策劃推出各式各樣的活動，如動手做、工作坊、貴賓 VIP 之夜等等，並早在半年前就規劃完畢，同時完成活動手冊的製作，方便民眾能得知活動訊息。5 月 30 日當我們參訪 V&A 時，館員同時告知 5 月 31 日博物館有夜間開放營運，但僅有特定展示廳才有開放夜間參觀。5 月 31 日當天晚上，博物館內彷彿是大型的社交場合，來賓們可以在大廳購買酒精等飲料商品，許多業界人士也會在此討論交流。另外也有特定族群會包下展廳進行活動，例如建築師、設計師則統一集中在建築展廳內，進行專屬的 VIP 活動，透過博物館所提供的物件資源，進行工作業務上的交流與分享，是一項非常有水準和品質的討論會議。就 V&A 來說，開放 VIP 或夜間營運活動，不但增加其他民眾到館參觀機會，也是提供一個優質的場域給業界人士參與，開發潛在顧客群，是一項值得效法的構想。

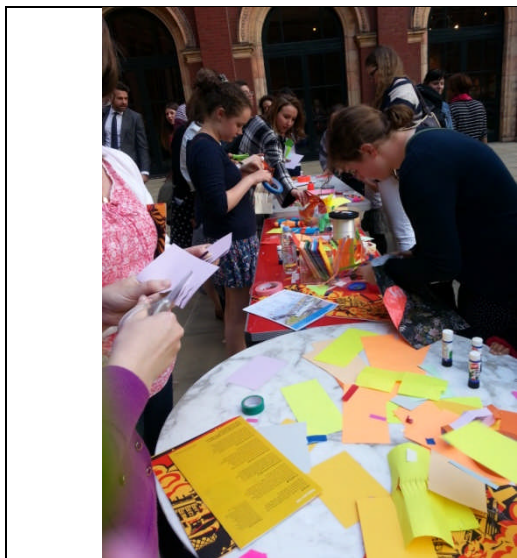


與 V&A 館員進行討論與交流



館內四處可見藝術家或設計師在現場找尋創作靈感





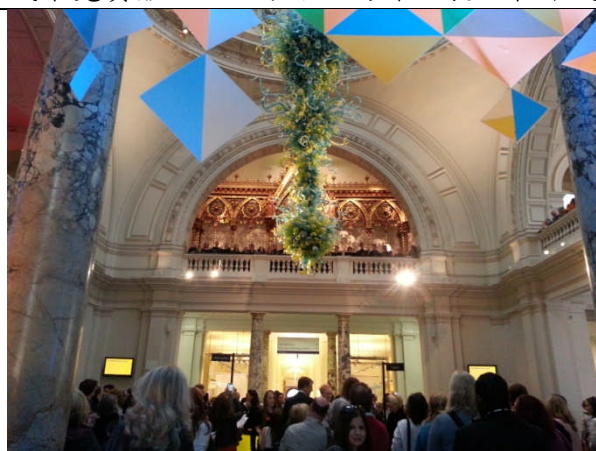
夜間營運活動之一，DIY 紙燈籠



民眾免費體驗，並將自己的作品展示在中庭



夜間營運活動之一，館藏品介紹與體驗



夜間營運，社區志工媽媽們集合大合唱，增加現場歡樂氣氛。

參訪 V&A 不難發現館內無論哪種展示主題，V&A 都以最基本的展示方式呈現，沒有太多的多媒體互動，沒有太多的面板文字，純粹只展陳藏品物件，並標示簡單說明，其餘都留待參觀者自行體會與欣賞，而我們也發現這就足以吸引觀眾的目光，我想最大的主因在於「藏品的珍貴與稀奇」，同時也讓參觀者能從中探索取得創意靈感，才是最大的收穫。針對 V&A 整體展示規劃，概略整理如下：

### 1. 展示手法簡易樸實

館內展示尤其是服飾文物，多僅於以簡單懸掛展現，且以簡短文字介紹陳述文物的背景或其材質，不作太多的解釋與說明，留給民眾很大的想像與發揮的空間，當我們站在服飾文物前仔細欣賞他的特色與紋路時，彷彿會走入當時的時空背景裡，容易引起共鳴，同時也能激發不同的靈感創作來源。

V&A 也非常善用館內挑高的空間規劃，打造有如百貨公司櫥窗氛圍，不同於博物館展示的環境，有著高貴的藝術氣息，同時也更能展現服飾的價值。因此，我想本館也應好好利用館內既有

的挑高優勢，營造更優質的展場氛圍，提升民眾融入感受博物館的「大」與「廣」。

## 2. 館藏數量足以完整呈現歷史變遷

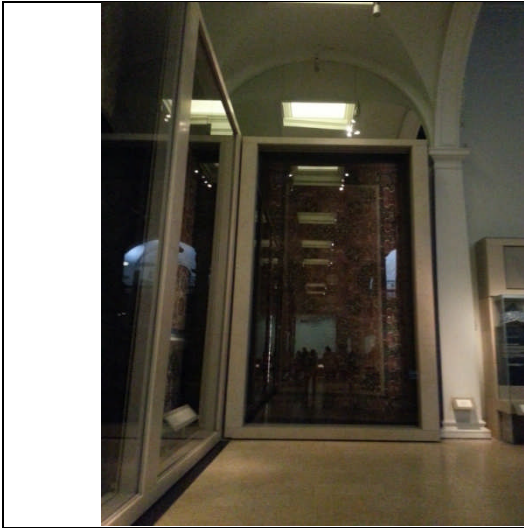
V&A 的館藏數量驚人，且仍不斷的尋求值得收藏的文物，這次參觀展覽之一「Fashion」，以館內所蒐藏的服飾文物便能完整呈現服裝變化的歷史軸線，同時也能展現各式服裝樣式的改變與特色，古老且造型特殊的服裝，總令人驚豔，懷舊的服飾則充滿了豐富的故事回憶，民眾利用短短約 30 分鐘，就能深入體驗歐洲服裝的演變歷程。

## 3. 成年人為主要參觀群族

仔細觀察一下入館參觀的民眾，其實大多都為成年人，且非常能融入展示文物中，各種文物的陳設就能喚起參觀者許多的回憶，也急於想與友人、家人分享。在訪談的過程中，也發現 V&A 的展覽內容規劃，皆來自 V&A 策展團隊的構想，展覽的點子從館藏中俯拾皆是，無論推出哪種展覽主題，皆能吸引大批民眾前來朝聖。

曾經有一位當代作家稱 V&A 博物館為“人民的皇宮”。因為目前英國政治推廣免費參觀博物館，所以每個人—從年輕的學徒到富有的中產階級家庭—都可以進來享受這豐富的藝術盛宴。





展廳內實際展出巨幅的編織作品，氣勢十分驚人。



另一幅地毯，也是簡單平鋪於地面上，沒有太多的阻隔防護，也沒有特別的介紹說明。



Fashion 展場一角，眾多的服裝物件，僅用簡單的面板介紹說明。



目前展出的好萊塢戲服，V&A 也會特意依戲劇的故事，回復裝扮服裝角色。



光是玻璃器皿的蒐藏，就有非常多的數量，而展場也僅是陳列於展架上，供民眾觀賞。



參觀 V&A 的民眾多為成年人，僅有少數親子家庭會帶小朋友來參觀。



## 二、大英博物館 (British Museum)

大英博物館是位於英國倫敦的綜合博物館，也是世界上規模最大、最著名的博物館之一，許多外來的遊客必到之處，據報導指出，2012 年的參觀人數甚至高達 9210 萬人次。這次出國計畫，也把握了機會前往朝聖，感受一下最受歡迎的博物館氛圍。

在參觀時也不難發現，大英博物館內所展出的雕塑展品通常都是沒有玻璃櫃保護，參觀者伸手就可觸及，但許多參觀者的素質都不錯，尚未見到有人去觸摸文物。顯示國外民眾參觀博物館的素質與教育已達一定的程度。

另外，羅塞塔石碑是大英博物館的鎮館之寶之一，大英博物館裡的商品店裡，也發現有許多有趣的紀念品創意點子都來自館藏的文物，或許也因為文物的名氣，更容易吸引民眾購買的意願。如同現今故宮的文創商品一樣，光是翠玉白菜所開發的商品，如手機吊飾、雨傘等常見物品，也都非常受到民眾喜愛，銷售成績十分亮眼。因此，**文創商品的設計能跟著館內展品延伸開發，彷彿民眾能帶走館藏品的感受**，或許民眾願意購買的意願就會大大提升。



館內最受歡迎的展廳，介紹埃及的古文物及木乃伊。



放置在展品前的說明面板，也只是簡單介紹，而且尺寸字型都不大。多數民眾會選擇使用語音導覽設備，以詳細了解展品所蘊藏的故事。



博物館大廳正進行一項有趣的 DIY 活動，現場有館員為民眾服務，並解說如何操作。



民眾所完成的作品，再交由館員拼貼出一幅極具特色的圖像。

### 三、倫敦兒童博物館(The V&A Museum of Childhood)

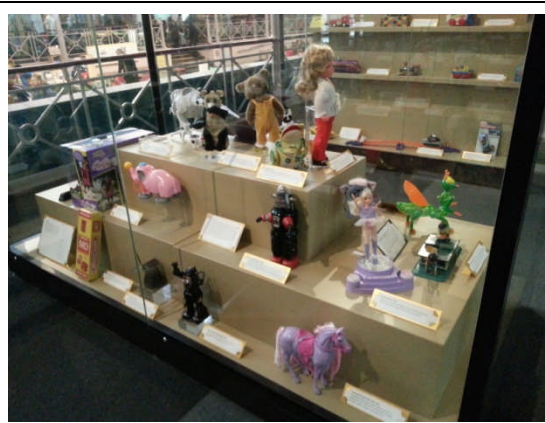
這間兒童博物館隸屬於 V&A 的分館，館內的館藏可以追溯到 16 世紀，民眾可以透過這些童年經驗看出歐洲經濟和文化在歷史上的變遷。

該館展出有關於孩童的物件，除了玩具、洋娃娃、玩具屋、遊戲和拼圖等，還有許多有關於童年的其他內容，包括家庭和托兒服務、遊戲和學習、服裝、童年描述、檔案收藏等。在博物館中，有許多罕見的手工製作的文物，如現存最早的 1605 年的英式木馬，也有許多從 17-20 世紀期間深受喜愛的玩具，也包括了各種不同民族國家的兒童玩具。從這些內容讓民眾理解到不同年代、背景的孩子將會有不同的想法和感受。

參觀期間正值展出二個特展「War Games」(戰爭遊戲)和「Red Balloon 86」(紅氣球 86)。「War Games」主要介紹童年小朋友愛玩的戰爭遊戲類型，以及相關的蒐藏品；而「Red Balloon 86」則是透過一顆紅氣球和一位小男孩的串連，引領民眾一同回到災害後的生活環境，「Red Balloon 86」雖然只是小小的五張圖像和影片，但現場配合著音樂背景，卻能深深帶動人心，個人覺得是一個有深度的展覽。







館內也簡單陳列孩童們在各個時期、各個場合所穿著的服飾物件，許多家長可以透過物件和面板上的介紹，教育小朋友了解。



兒童博物館內，展出大量的玩具展品，每一項都吸引著人們的目光。大人們藉以回憶兒時趣事，小朋友似乎在選擇自己有興趣的玩具。



	
<p>館內所提供的操作展品之一，期望引導小朋友能透過實驗測試，發現尺輪轉軸的奧秘。</p>	<p>位於二樓也發現跟本館交通文明廳一樣的火車鐵道模型，若要啟動火車，就必須投入英磅(20分)。</p>
	
<p>小朋友可以在這裡體驗試穿特殊職業的服裝，裝扮遊戲也是十分受歡迎。</p>	<p>Red Balloon 86 其中一幅圖像。</p>

#### 四、時尚和紡織品博物館(Fashion and Textile Museum，簡稱FTM)

FTM 是以服裝時尚和紡織品創新作品為主題的私人博物館，它成功結合了紡織業的發明與服裝設計教學活動。這也是本館服裝與紡織廳更新規劃的目標之一，所以也趁這機會前往觀摩。

博物館面積不大，僅一棟約 2 層樓的建築物，因此一次只可以展出一大一小的展覽主題。當時館內正展出 Kaffe Fassett(凱菲·法瑟特)織品藝術家的創作品，該藝術家的作品色彩相當強烈，而且他能利用大自然中豎有的色彩運用到織品上，是一個非常有趣的展覽。參觀中也發現博物館內的觀眾大多都是老婆婆們，而且他們似乎對這些紡織品特別有感覺，整個展館氣氛十分溫馨，而展場還有一個牆面佈滿各種布料材質，觀眾可以透過手的直接觸感好好地了解紡織。但因為本次設計為常設廳，因此，對於這種提供真實物件予民眾體驗的活動，則必須詳細規劃未來清潔與維護的問題。



展場內都是藝術家的獨特作品，色彩十分繽紛，許多民眾仍會忍不住伸手觸摸，但現場服務人員會立即上前制止，但他們的語調卻非常柔和委婉。



針織服飾作品也都是簡單懸掛於牆面上，而且沒有過多的介紹與說法。一切留待參觀者自己體會感受。



場內唯一可觸摸的牆面，佈置非常具有設計感。



Kaffe Fassett 的各種作品結合，也彷彿一幅大型創作圖畫。

## 五、設計博物館(Design Museum)

位於倫敦橋附近的設計博物館，主要訴求「平凡中的不平凡故事」。因此，在這博物館裡可以發現許多有趣的創意設計品，都來自生活中隨手可得的物件或現象，例如列印、手機、碗盤...等等，設計者將基本元素結合新奇創意點子，就能巧妙產出「新發明」，這也足以讓參觀者嘖嘖稱奇了，而些創意也為生活帶來更多的樂趣。

其實創意點子在生活中俯拾皆是，如果我們可以將想法簡單化一點，細心觀察「需求為何」，那每個人都可以成為有趣創意發明家，像日本所開發許多的創意居家用品，就是非常成功且實用的例子。





想想看，家裡的椅子還可以增加什麼樣的功能呢？



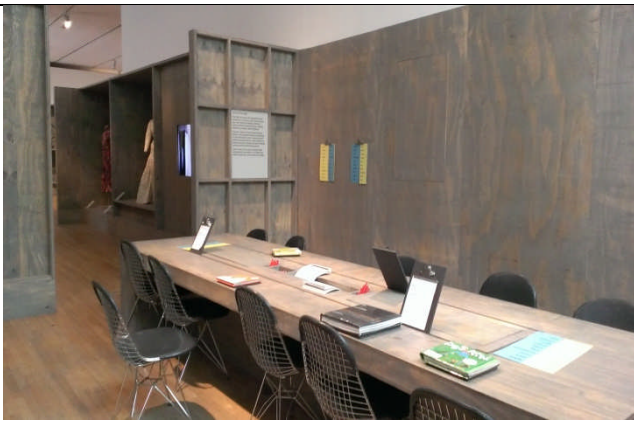
在這裡我發現，服飾的展演不一定要穿套在人體模特兒身上，光是利用鐵絲骨架撐起一件衣服，也十分有趣。



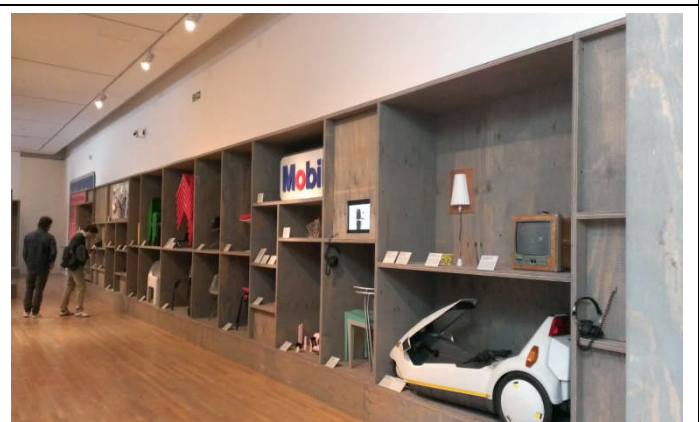
現在使用智慧手機非常方便，但如果臨時需要列印文件，是不是可以考慮隨身攜帶著小型印表機呢？！



能否想像哪一天我們不用再生產 CD 光碟片，只要利用一張「紙」，我們就可以自由選擇我們想要聽的歌曲了。



場內設有創意發想室，民眾可以在這裡寫下你的靈感想法，並張貼在牆上分享給大家。



展場物件也都是簡單陳列著，彷彿每件設計品都有著自己的生命與空間。

## 六、泰特現代美術館(Tate Modern)

泰特現代藝術館的建築物前身是座落於泰晤士河的河畔發電站。當初由建築師史考特 (Giles Gilbert Scott) 所設計。1981 年發電站停止運作，後來則由瑞士建築師雅克·赫爾佐格(Jacques Herzog) 和皮埃爾·德·梅隆(Pierre de Meuron) 改變了它的用途，現今也成為倫敦最受歡迎的博物館之一，尤其是他的建築物更是許多遊客必訪之處。

另外，據教育部電子報(2013)報導指出，針對教育機構的學生及教職人員，泰特現代美術館也提供了跨館的珍貴學習資源，讓參與者能親自體驗藝術創作的過程，也培養自身的想像力及創造力。

同時泰特最廣為流傳的品牌核心便是「親和力」，他能以觀眾立場來思考博物館營運與規劃，讓博物館更能走入人群，被民眾所接受，這也是值得我們學習效法的。因此，若能在展示廳建置之初便能先與相關單位、學校接洽協商，了解社會大眾需要的博物館展示廳究竟應該包含哪些內容與服務，那麼博物館的教育功能才得以成立，也才能順利推廣與執行。

	
<p>猜猜看，大家都在看什麼呢？ 其實它只是一個簡單的結構，觀眾可以透過小小窺孔，看見裡面不同色彩的材質的意象。</p>	<p>博物館外觀非常具有特色，簡潔的線條勾勒出暗沉的外表，像是讚頌工業時代的遺跡。</p>
	
<p>館內正推出許多知名畫家的作品，如畢卡</p>	<p>館內另一項藝術作品，周圍並沒有任何的</p>



索等等，但對於現代藝術一竅不通的我，實在無法看出它的珍貴與美感。

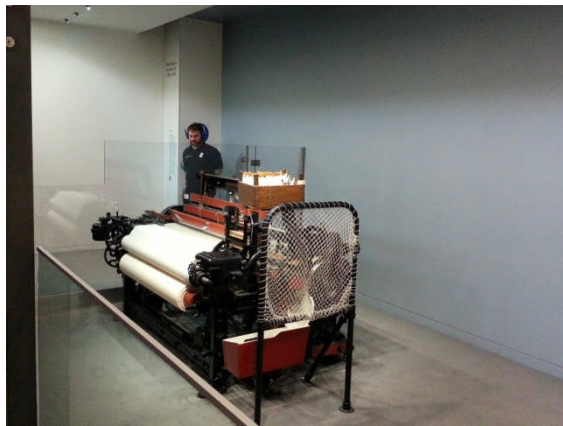
圍護隔離，但民眾也不會伸手去觸摸。

## 七、倫敦科學博物館(Science Museum)

英國倫敦科學博物館也是倫敦最受歡迎的博物館之一，也是許多學童幼兒探索科學的第一選擇，該館保存陳列著自然科學技術發展史，和對現代科技研究、探索具有教育意義的實物與展品。館內介紹著包羅萬象各種不同主題，以因應民眾不同的興趣與需求。參觀者透過親身體驗與動手操作，深入了解科學意涵及原理，從遊戲中發現與探索，也是這個館設計最重要的目標。

參觀當天，還發現一項非常有趣的活動，博物館員引領著一群穿著蟑螂裝的民眾，在博物館內四處探索有關科學的發現，藉由風趣幽默解說員的介紹，觀眾對於參觀展覽似乎又多一層新鮮及趣味。

另外，我們也發現，雖然是科學博物館，但建築與設計卻充滿十足藝術與美感，讓我們體驗到，科學與藝術也可以如此完美結合呈現。



展廳內設置紡織機台一具，並會有專人定時展演操作，讓觀眾參與織布的過程。



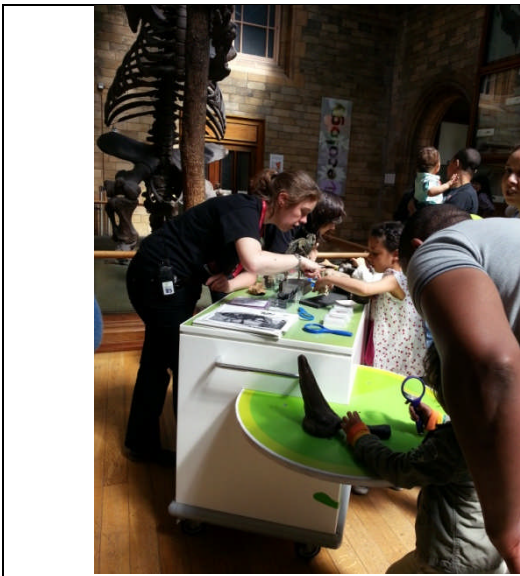
簡單模組化的展覽，整體風格非常有設計美感，未來移展時也將會十分便利。



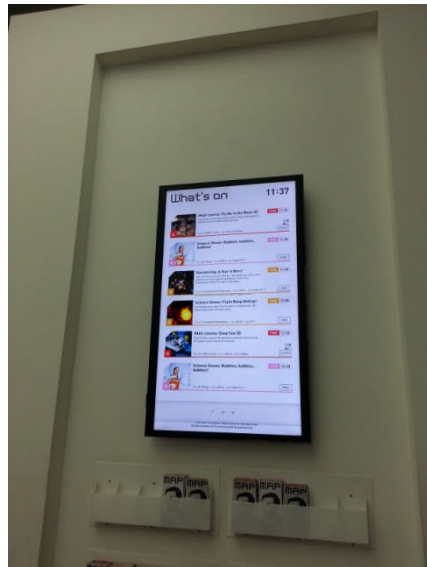
如同其他英國博物館一樣，總是引領民眾從大自然生活中常見物品的角度，來認識科學或科技的研發概念。



館內特有的預約參觀活動，有趣的造型很能吸引旁人的眼光，參與者也會很專心聽從服務人員的講解介紹。



館內服務人員非常有耐心為小朋友介紹說明，跟其他館所一樣，現場總是會有服務人員會立即上前詢問觀眾是否需要幫忙協助，十分體貼。



科學博物館與其他館所一樣，在入口處皆設有特展資訊公告，方便民眾能第一時間得知展覽位置，以及活動時程表。

## 柒、心得與建議

藉由這次出國計畫考察機會，把握時間努力走遍許多著名的博物館，在讚嘆英國雄偉的文化建築同時，展示廳設計創作的靈感也不斷湧出，坐在博物館內觀察每位遊客的參觀行為，就能深深感受到博物館不僅是一個舉辦展覽的地方，更是一個保存和詮釋文化資料，讓觀眾悠遊其間油然產生歷史感和詩意經驗的地方。

本次參訪的博物館，大部分為具有豐富典藏品的大型博物館，包括：大英博物館、倫敦科學博物館、維多利亞與艾爾伯特博物館、倫敦兒童博物館等。該些博物館透過大量的典藏品描述人類文明發展的軌跡，常設展中以年代、國家、學門類別分類，大量陳列典藏品，由於藏品數量且年代完整，透過參觀這些藏品，不知不覺中就開啟了探尋歷史的興趣，也在其中發掘更多的靈感。這些典藏品就是博物館最珍貴的資產，也是每年數千萬人參觀博物館的主要原因，更是教育的基石，國力的象徵。博物館的設計者，從博物館的典藏品中挑選出適當的物件加以詮釋，便可成為一檔又一檔無可取代的特展。在這趟旅程中也發現，英國有許多設計師願意支持博物館，與博物館合作，因為博物館的典藏品可以為他們提供源源不絕的靈感來源。另外館內同時設置研究及學習空間，提供民眾申請對物件進行更進一步的探索，配合開設各種課程，也引導著不同年齡層的觀眾學習。

藉由本次考察行程，發現倫敦博物館之所以廣受歡迎的原因，我們自行綜合以下幾點發現，未來期能加以運用在展示廳更新的創意發想中。

### ● 品牌商標的建立

「品牌」概念的發展對於博物館來說，也不只是區隔與其他博物館的差別，更是塑造一個博物館在觀眾心中的形象(林瑩珊,2009)。

穩固的品牌形象，是對博物館觀眾的一種承諾，強烈的品牌認同，可以幫助博物館走出大型特展前後經常出現的觀眾停滯期。有品牌認同的觀眾會將博物館當成持續舉辦有趣活動的場所，而不只是一個舉辦大型特展的地方。此時，博物館就可以預期觀眾經常回訪，享受觀眾更高的忠誠度。這樣的博物館，就可以成為一個品牌了（張譽騰,2011）。

針對上述學者的主張，本館身為臺灣南部首座國立科學工藝博物館，秉持國立社教單位的光環基礎，我們更應該要求自身展覽和活動辦理的品質與內涵，並明確訂定觀眾對本館的印象應為何。若以服裝與紡織廳的更新案而言，則擬將結合科工館與學校、社群單位以共同經營展示廳，讓民眾了解，未來服裝與紡織廳即是孕育企業與學校服裝科系相關人才的場所。

### ●設計的基本用意

綜合參訪各博物館經驗，我們能深刻體會到各種物件元素的基本形態，即可透過小小創意發想，延伸其許多不同的「新」的發現，其實意指英國的教育並不會給予學童單一且制式的答案，而是希望他們能從觀察探索中發現新思維，因此，許多展館的文物介紹都僅用短短小篇幅的面板說明，民眾利用本身所看見的，結合生活經驗，或許會激發出更多不可能的創意火花，這也是英國倫敦博物館群的設計特色，以最簡單的元素，開發民眾最不簡單的創意。

### ●活化博物館

在這趟考查之旅，我們也不難發現，各博物館所的館員十分忙碌，除了策劃展覽外，更積極籌備大大小小的各式活動，更要時時與現場民眾互動介紹，主要目的不外乎要活化展示廳。

一個常設展廳的建置需要耗費相當多的時間和費用，因此建置完成後也無法隨時更新展覽內容，但像 V&A、科學博物館、大英博物館等，則會推出不定期的展示廳 DIY 活動，帶領民眾了解如何使用博物館資源，同時也是彰顯博物館的功能。

參考上述構想，服裝與紡織廳目前亦著手規劃如何與社區、學校課程連結，讓展示廳內既是博物館供民眾參觀場域，也是實際師生授課學習的地方，藉由展廳內不定期活動課程的推廣，以活化博物館氛圍。

### ●教育理念差異

這次參訪倫敦博物館的過程中，恰有機會拜訪友人，她的女兒正在英國的小學就讀四年級。她與我們分享英國與臺灣教育觀念上的差異：

英國式的基礎教育，在於提供學童「犯錯」的機會，鼓勵學童擁有「犯錯的勇氣」，而臺灣則在於提供學童「正確答案」，避免孩童犯錯，走冤枉路。

這段分享或許解答了一直以來我們心中的疑惑。臺灣人非常努力認真，為何無法像西方國家一樣擁有研發、創新的能力？是否因為西方人鼓勵孩子犯錯，不怕「犯錯」、「失敗」，就會有勇氣嘗試，研發先事物不就是要經過不斷的嘗試與失敗才有可能成功嗎？而我們的教育過程，甚至包

括博物館的教育，都是讓學生找到「標準答案」，只要熟記標準答案，就能夠「避免犯錯」，走冤枉路，能夠很快速地考高分，進入最高學府拿到學位。基於此種教育模式，臺灣的學子缺乏原創思考能力，面對挫折的承受力低，莫怪最後臺灣只能透過模仿再精進，只能發展代工產業。

我們不禁也要以此檢視自己的策展工作，未來要盡量減少提供「標準答案」的展覽方式，改為「陳列歷史的軌跡」，讓觀眾有機會透過典藏品的展示，瞭解人類文明歷史的軌跡，提供觀眾思考、創造的空間，進而有機會激發其「原創思考力」，才能有效地為國家社會培育人才。

本次有幸獲得 102 年出國計畫補助前往英國學習，在那裡我們發現英國從孩童開始，到成年人，均能接受有關於設計、時尚的豐富典藏品觀賞的機會，且國內也提供非常好的設計師培育養成環境，令人非常羨慕。而『博物館典藏歷史文物的軌跡，透過研究、展示、教育，啟發民眾學習的興趣與提供靈感的來源』有關於博物館功能的陳述，在英國的博物館中，我們能看到最佳的驗證。

## 捌、參考文獻

林瑩珊(2009)。博物館品牌化之研究-以國立故宮博物院為例。國立臺北教育大學:文化產業學系暨藝文產業設計與經營碩士論文。

張譽騰(2011)。博物館的品牌意識。聯合報。

教育部 (2013)。英國泰德美術館之館藏開放及整合學習資源簡介。電子報 546 期。

[http://epaper.edu.tw/print.aspx?print\\_type=windows&print\\_sn=11859&print\\_num=546](http://epaper.edu.tw/print.aspx?print_type=windows&print_sn=11859&print_num=546)