

繪畫鑑賞之資訊需求研究

NSC 90-2413-H-003-006

黃明月

摘 要

本研究主要的目的在探討博物館觀眾參觀繪畫展示的動機、在參觀繪畫展示時需要那些有關的資訊內容項目、瞭解那些因素影響博物館觀眾在參觀繪畫展示時獲得的資訊內容項目、以及瞭解博物館觀眾在參觀繪畫展示時，期待有關的資訊以什麼媒體呈現。

本研究透過現場觀眾訪問與焦點團體訪談，獲得下列幾項結論：

(一) 根據受訪觀眾本身的背景知識及參觀頻率，觀眾可區分成專家型觀眾、一般型觀眾、路過型觀眾三種。觀眾參觀繪畫展示的動機大不相同，不過大致上可以得知觀眾參觀的動機有受媒介傳播影響、陪家人或友人一同前往、個人興趣或是偶然路過參觀等情況。

(二) 觀眾大部分肯定鑑賞資訊的需要性。在參觀繪畫展示時對鑑賞資訊的需求是交互作用的互動模式 (interactive model)。有些人先自己看一下，然後如果有導覽員在進行解說工作時，就跟著走一走，學習一些知識、方法，然後又自行參觀。如有問題時，又回到導覽行列中，如此交互作用著。另一個現象是觀眾在參觀繪畫展示時對鑑賞資訊的需求是回應式的 (responsive)，意即有些觀眾如果展示現場有一些垂手可得的資訊時，他就順便看一看，例如看板、解說牌、小折頁或單張說明文。

(三) 整體而言，觀眾對西畫繪畫鑑賞資訊內容的需求涵蓋描述、分析、解釋和批判四個重點，其中又以描述和解釋的需求最高。而對中畫繪畫鑑賞資訊內容需求則涵蓋描述、分析、解釋三個重點，其中，分析的需求相當高。

(四) 導覽員本身的導覽經驗中所知覺到影響其所提供給觀眾的繪畫鑑賞資訊內容之因素包括觀眾的年齡、背景知識、教育程度、互動狀況、所屬團體族群、時

間限制與否、參觀頻率、館方理念等。

(五) 整體而言，觀眾認為不同媒體鑑賞資訊內容應有所差異

(六) 導覽員是大眾最喜歡的媒體，彈性和人際互動是其他媒體不能取代的特色。提供的資訊應較為深入，但人潮擁擠和時間不能配合往往造成觀眾無法聆聽導覽。

(七) 語音導覽具快速、營造情境、淺顯立體的優點以及幫助對文字了解有障礙的觀眾。語音導覽應重視普及性提供基礎的鑑賞資訊，部分觀眾由於價格高或認為不習慣機器等因素而不選擇使用。

(八) 導覽手冊提供線性思考、可攜帶性，較不會被打擾。其分析與解釋的鑑賞資訊可加強。

(九) 展示牌及看板因可得性高一般觀眾會選擇使用，其可加強描述與判斷之鑑賞資訊以滿足觀眾立即性的需求。但字小、距離及人潮會影響觀眾使用意願。

(十) 多媒體導覽系統有個人操作的樂趣，但受限於擺設地點與使用人數，大多數人認為使用多媒體受限於觀眾的年齡層與資訊素養。基本上，適合提供一般的資訊，給予觀眾粗略的概念就可以。

壹、研究背景與目的

由於科技的進步、知識的爆增，使得終身學習成為現代公民基本的素養。終身學習強調的是主動的精神、終身的歷程。終身學習可以透過正規的、非正規的教育來進行；也可以透過正式的、非正式的活動來進行。而博物館透過不同類型的展示與教育活動，提供了主動的、終身的良好學習場所（黃光男，1999；Falk & Dierking, 2000）。

從 2001 年開始，我國全面的實施週休二日，民眾擁有了更多的休閒時間，如何善用休閒時間，是大家共同關心的議題。而對社會教育工作者而言，如何提昇社教機構寓教於樂的功能，恐怕正是當務之急。根據文化建設委員會所出版的文化統計(1999)，我國登記有案的博物館約有 232 所，同時，每年進出博物館的

人口在一千萬人次以上(黃光男,1999)而博物館的功能從過去的典藏、研究、展示和教育,又延伸了溝通、圖證、資訊與休閒(黃光男,1999)等方面的功能。由此可見,寓教於樂是博物館的特性之一。事實上,根據許多有關博物館觀眾的研究也顯示,博物館觀眾認為到博物館參觀或參與活動基本上是一種社交經驗,而休閒與學習是他們的主要目的(張譽騰,2000)。因此學習環境的設計是博物館不可忽視的工作之一。

從建構主義的觀點,博物館是一個觀眾建構學習的場域,觀眾以其背景知識,透過博物館的生態環境設計、展示物、展示說明等相關資訊的連結,建構其知識、概念(Hein,1998)。換句話說,博物館應以觀眾為中心,以人的模式(models of man, Alt & Griggs, 1982),來規劃其展示活動,提供相關的資訊,提昇觀眾與展示情境的互動,以促進其建構學習。

博物館之學習領域是多元的,不同類型的博物館有不同的著重點。以科學博物館而言,重視的是大眾科技教育,而美術類的博物館就應以藝術鑑賞與人文素養為重點。根據文化統計(1999)顯示,我國登記有案的博物館有232個,其中美術館就有20餘個。此外,台閩地區一年當中約有18,658個藝文活動,其中美術類的展示活動就佔了4,631個,出席人口有三千七百多萬人次,居各類型藝文活動之冠。由此可推論,美術類的展示是博物館中相當重要的活動項目。而在這些美術類的活動中,又以繪畫居首,以1998年為例,共有1,757個展示活動,出席活動人口達八百多萬人次,可以看出民眾對繪畫展示的重視。

誠如前所述,觀眾參觀博物館的展示活動是為了休閒與學習,因此展示品相關資訊的提供應該是需要的。在經濟發達,物質文明的時代裏,劉兆漢、張忠謀等指標性人物認為加強社會大眾的人文藝術修養是邁向新世紀的重要工作(聯合報,2001年1月1日)。因此運用美術展示提供相關資訊,正是提昇大眾人文藝術修養的重要管道。

此外,在強調多元化的社會發展趨勢中,多元文化教育是相當重要的,而運用博物館的展示來進行多元文化教育是最自然最有效的途徑之一。美國和加拿大

許多美術館就是以所謂的概念本位的方式(Concept-Based Education)來規劃其展示，成功地達成其藝術與多元文化教育的目的(Henderson & Watts, 2000)。

然而觀察我國目前博物館中美術類的展示，大都以靜態展示為主，輔以演講或工作坊式的教育活動。至於展示情境中的相關資訊則相當有限。以繪畫展示為例，一般而言，有一面板介紹該項展示的作者或派別的歷史與特色，至於個別的作品，基本上只說明作品名稱、年代、尺寸、材質、作者、收藏者等條列項目(吳鴻慶，2000)。至於作品的地點、特色、藝評家對作品的看法、作品對後人的影響等資訊，大都付之闕如。雖然有許多藝術家主張「讓作品自己說話」，他們認為有關作品的資訊只會妨礙對作品本身的直觀欣賞與體會。但是 Wright (1993)認為展示者(或博物館)忽視相關資訊的提供，似乎是忽略了許多觀眾只是在忙於生計之餘勉力來館接受藝術的濡染。觀眾在缺乏背景知識下，只能以虔敬贊賞的心情前來禮拜。他認為在民主時代，這樣的愚民作風實在值得商榷(Wright, 1993)。

因此，Wright (1993)認為博物館的展示要想發揮積極效果，就必須考慮如何與觀眾既有觀點的相合，如果漠視觀眾的認知結構(cognitive structures)(亦即他們組合吸收資訊的模式)，則展示將受到觀眾的忽視或拒斥，Tilden 也曾提出五項從事展示品詮釋(interpretation)的原則：

- 一、詮釋最好要和觀眾經驗相關。
- 二、詮釋最好能揭露展品背後的生命。
- 三、要以具有想像力的方式去詮釋。
- 四、詮釋的目的不僅在教諭，而在能否誘導觀眾的思路。
- 五、儘量以較寬廣的視野從事詮釋工作。

由以上論述可以看出學者們對展示說明，亦即資訊的提供的重視。根據吳鴻慶 (2000)的整理歸納，展示說明基本上具有下列幾種功能：

1. 引導性：就是在於將所有的展示說明文字有系統性的組織起來，然後創造種種有價值的閱讀方式與內容，導引觀眾按部就班，或各取所需的資訊。目的是要

把閱讀者的目光焦點帶入展示說明文字的世界中，帶領他們去探索新知。

2. 刺激性：就是展示說明文字具有吸引力(attracting power)及持續力(holding power)，能激起觀眾的好奇心，使觀眾能有興趣去閱讀，並讓他的目光能保持較長的時間停留在於展示說明文字的對話上。
3. 啟發性：就是展示說明文字要能夠引起閱讀者的思考，進而激發他們層層的聯想，把他們帶到舉一反三、觸類旁通的情境中。如此，觀眾才能具有再創造(re-creative)的衝動，達到真正的學習。
4. 詮釋性：就是展示說明文字能夠把物件的脈絡、意義，及相關資訊，能用最佳的溝通語言來表達，把物件、及展覽內容完整的介紹給觀眾。
5. 教育性：就是展示說明文字要能配合各類媒體，將訊息傳遞給觀眾，讓他們獲得多樣性的知識，充分認識每一項解說的物件與展示內容。

至於我國有關美術展示的說明設計又是如何？吳鴻慶的研究(2000)，美術館展示說明文字大致可分為標題、個別物件說明、介紹性面板三類。

不管展示說明文字屬於何種類型，標題幾乎是必備的要項。標題可吸引讀者的目光，及讓他們決定是否繼續去閱讀內文的重要關鍵。在美術館特別的是其個別物件說明的標題大都是作品原有的名稱不是展示研究人員後來所訂定，是屬於較固定的形式。

在個別物件說明方面，其說明內容大致包括：作品名稱、年代、尺寸、材質、收藏者、作品來源等基本資料。通常解說的內容是圍繞著某物件，提供其簡短的背景資料。對於物件細節的詳盡詮釋，例如：作品的特色、值得欣賞注意的地方、作品的價值及影響等，一般都省略，沒有進一步的闡述。觀眾想對物件有更深一層的認識，通常都不得其門而入的。許多美術館認為，以美術欣賞的角度而論，文字說明會干擾欣賞。目前大多數美術館仍以美術品為主導。而美術館和其他類型博物館一樣以物件(objects)作為與觀眾溝通的主要媒介。然而美術館因以美術品為傳媒，故常擔心文字標示及電腦輔助設備等會影響觀眾與美術館的直接交流。

至於美術館介紹性面板的內容大致包含：美術史的發展、作者介紹、藝術團體的發展背景及影響、籌展過程、借展及協助單位、展覽的規劃方向等。大體上以「美學」的發展為出發點。而美術館的介紹性面板常會混合詮釋性面板、群體物件字幕、多樣物件字幕的功用。展示可能不會擁有全部的說明類型，並且可以合併使用，但是將那麼多說明面板才能清楚表達的說明內容，融合在一個說明面板中表達，當然其結果就是介紹性面板的內容常會失去應該說明的焦點，失去其應有的功能。觀眾可在展覽中看到什麼及學到什麼已經不是其說明內容的重點（吳鴻慶, 2000）。

此外，劉婉珍(1997)也發現國外美術館的展示說明具有下列現象：

1. 展品說明提供的資訊非常有限，大多限於藝術家姓名、作品名稱、創作年代及材質，鮮少提供歷史性或人類學的訊息，以表達出展品的美學特質。
2. 諸多缺乏說明的技術性或專業用語，使對於藝術史或藝術術語不熟悉者感到不便。鮮少美術館在標示上說明展品作者的創作技術與材質。
3. 部份設有適當展品說明的美術館，卻未能配合展覽美感品質，常使觀眾容易忽略所設標示說明。

所以，美術館的說明內容基本上還是以「物品」的介紹為主，輔以藝術史及美學價值的陳述為其說明重點。根據研究（黃光男，1992；吳國淳，1998）當前我國一般成人觀眾的美術鑑賞能力是相當有限的，因為在 1980 年以前學校的美術教育重點是技術層面的，相當忽視鑑賞能力的培養。近年來的美術課程才比較能兼顧技術與鑑賞能力的培養（廖慈倫，2001）。至於社教機構的大眾美術教育的實施，更是貧乏（劉欒河，1992）。因此社教機構的藝術作品展示，其鑑賞資訊之提供還有許多亟待增加及改進的空間。

此外，藝術的範圍頗為廣泛，主要包含繪畫、雕刻、建築、工藝、音樂、舞蹈、文學、戲劇等八類別，其中最常用來表現細膩而豐富的視覺內涵者，首推繪畫，故本研究特以繪畫為研究主題。繪畫可視為造形藝術的一部份，指透過各種工具材料將作者內在的意向，以形態、色彩及質感等元素表現出來的一種平面空

間藝術。換言之，繪畫乃是形式、內容與媒材混點的有機體，其中主要蘊涵作者的思想感情與技巧（王秀雄，1990）。

繪畫鑑賞是觀者對繪畫作品感應的歷程，此歷程兼具感性與知性二層面。感性即直覺的喜愛與欣賞，知性則包括描述、分析、解釋及評斷等進程。描述是指所觀察到的作品的作者、年代、地點、題材、繪畫要素等。分析是指畫面組織構成方式與美的原理運用、繪畫風格、特徵等。而解釋是指作品意義、蘊含作者思想感情以及時代、社會環境對作品內涵的影響。至於評斷是指作品優劣價值、畫家或作品在美術史上定位（王秀雄，1998）。知性與感性須相輔相成，不能偏廢，如此，鑑賞的層次與審美的品味才會提高（黃美賢，2000）。

繪畫作品的本質，包含形式與內容兩大層面，也是鑑賞時所要探析的重點，茲將形式與內容分述如下：（黃美賢，2000）

（一） 外在層面 - 形式

視覺接觸作品，首先映入眼簾的是形式與媒材所組構成的外在表象。

1. 形式：形式乃作者將其意念視覺化的過程與成果，組成形式的成分包括形態、色彩、肌理、構成與風格。形態由點、線與面組成，尤以線條內容最豐富，而色彩由色相、明度、彩度所組構，亦各有其面貌與特色。
2. 媒材：作者將其意念視覺化的媒介即為媒材，包括各種的材料與技法。

（二） 內在層面 - 內容

內在層面係指作品表象後直接或間接的意涵，其內涵包括以下二種：

1. 環境背景：作品與畫者當時所處外在環境，包括文化、社會、政治、經濟、自然、及美術潮流等大環境。
2. 畫家特質：每個畫家都是獨立的個體，有其獨特的個性、經驗、人生觀、藝術觀這些特性常常左右著畫者的創作方向，而作品的內容也常有形或無形地流露這些畫家的特質。

由以上的說明可以歸納出繪畫鑑賞的相關知識至少有美學、繪畫史、繪畫批評三領域，茲說明如下：（黃美賢，2000）

(一) 美學

1. 繪畫的基本元素與特質：繪畫的基本元素，概有形態、色彩、質感、空間、動態、材料、技巧等，每種元素各有其特質與性格。
2. 造形原理：各種元素的組織構成，為使更具美感，而依循某些原理原則，此即美的形成原理，一般公認有：重複、漸層、對稱、均衡、調和、對比、比例、節奏、協調、單純等原則。
3. 色彩學：闡釋對色彩的特質，及人類對色彩的特殊感應的情形。
4. 視覺心理學：指對於某些特質的圖象，人類視覺上會產生的共通的感覺。如：完形心理學、圖與地的原理，群化原則、平衡原則、空間視覺心理、美術風格心理等。
5. 圖象學：探討作品圖象的意涵。

(二) 繪畫史

1. 一般繪畫史：包括中國及外國的美術、繪畫發展歷史。外國史中，尤以西方為主的西洋美術史。
2. 作者的歷史：如作者的創作背景、繪畫思想、人生觀、作者各時期的風格特色與演變重點。

(三) 繪畫批評

繪畫的批評包括對作品優劣價值以及畫家或作品在美術史上的定位的論斷等。

在博物館強調以觀眾為中心的經營哲學時，觀眾是否需要相關的資訊？需要那些相關的資訊？等都是值得探討的問題。本研究從觀眾的角度，以實證研究探討其進行繪畫鑑賞時，需要那些知識，以作為展示設計者規劃展示說明之參考。

根據研究（黃明月，1998），科學類的博物館觀眾，百分之五十四會閱讀展示說明文來促進概念的理解。這些閱讀者大都是成人，其中以家長與老師佔大多數。可見科學博物館展示品相關的資訊的提供是相當需要的。但是美術類的展示是否需要？需要些什麼？甚至需要那一種或那些媒體來呈現相關資訊？都有待

實證研究來深入探討的。

以現況來分析，可以看出一些美術特展為了營利，也為了滿足觀眾的需求，通常透過多元的媒體來提供觀眾鑑賞的資訊，例如導覽員、語音導覽、導覽手冊、解說牌、大看板、電腦網路多媒體等。這些媒體各有其特性，在資訊內容與呈現策略上，是否應該有所差異。又觀眾對這些媒體的看法如何，都是值得探討的問題。

基本上，導覽員有如集合演員、教育工作者、促銷員和翻譯講演人員一樣(黃光男，1993)。羅寶珠(1992)也指出導覽是一種教育性的工作，一個能幹的導覽者，往往能引發觀眾的興趣，使觀眾愉快的步入藝術殿堂。因此，身為美術館導覽人員，在素養上必須認清所扮演的角色以及面對的對象，以專業的精神認同自己。

蘇振民(2000)認為台灣目前的導覽活動呈現過度的專業型或民眾型導覽特質。專業型的導覽特質講究導覽的精緻性文化品質，導覽內容呈現豐富的美術史知識和豐富的美感哲學，或專精的創作技法分析，此種導覽方式雖滿足菁英文化人口的需求，卻忽視廣大民眾親近藝術的文化權益。民眾型的導覽特質則是迎合觀眾通俗的文化需求，導覽員多半是非專業的客串者，導覽的內容也多半以配合觀眾的生活經驗、引導觀眾互動參與、提供創意的意味性活動為考量的因素，此種導覽方式常造成像百貨公司拍賣會式般的人潮，可惜卻不具美術史美學和美術文化省思的品質(蘇振明，2000)。

至於語音導覽，蔣勳(1998)認為視覺在欣賞藝術品時，沈湎於造型、色彩、光影明暗的感覺享受中，一旦轉移到文字，文字的閱讀又是一種理性思維的過程，兩者互相干擾，對藝術的欣賞不是最好的方式。但現場導覽有時又因人數擁擠，吵雜的環境無法使人靜下心來感受藝術。因此語音導覽解決了這樣的問題，在必要時，不但可重複播放，更可加入音樂配音，使觀賞者增加對作品在美學的感受。

還有一些展示利用多媒體導覽系統，提供豐富的資訊。多媒體導覽，是運用

多種視訊與音訊，整合多元化的資訊，以從事導覽解說工作，觀眾可得到更活潑、有趣且印象深刻的資訊與知識（陳惠美，1995）。楊新芳（1987）指出電腦導覽系統對展示品眾多且不斷的更新展示內容或展示品的博物館而言，必要且重要的。

總而言之，基於終身學習的必要性、人文藝術素養與多元文化教育的重要性，以及博物館學習的特性，本研究從觀眾的角度以及鑑賞的層次，探討博物館美術類展示，觀眾所需要的資訊與呈現資訊的媒體。盱衡研究之時間與人力，以及繪畫展示之量居美術類展示之首，因此本研究以繪畫展示優先考慮，瞭解觀眾有關繪畫鑑賞的資訊需求。具體而言，本研究主要的目的如下：

- 一、瞭解博物館觀眾參觀繪畫展示的動機。
- 二、瞭解博物館觀眾在參觀繪畫展示時需要那些有關的資訊內容項目。
- 三、瞭解那些因素影響博物館觀眾在參觀繪畫展示時獲得的資訊內容項目。
- 四、瞭解博物館觀眾在參觀繪畫展示時，期待有關的資訊以什麼媒體呈現。
- 五、研究結果提供博物館展示說明設計之參考。

貳、研究方法

本研究主要目的在探討繪畫鑑賞之資訊需求，基本上是從博物館觀眾的角度出發。

至於觀眾研究，大致可分為三個層面，分別是（Loomis, 1993）：

- （一）觀眾投入層面：觀眾的社會族群、觀眾的興趣、動機、期望、需求等等。
- （二）參觀過程層面：觀眾與展示環境的切合度。
- （三）參觀結果層面：觀眾參觀收穫的分析。

本研究以觀眾投入層面為主，並將研究重點放在繪畫鑑賞相關資訊之需求。此外，根據藝術教育專家的界定，欣賞比較是感性層面，而鑑賞則是指知識層面。因此本研究採取這樣的概念來瞭解觀眾的需求。以下分別從研究方法、研究對象、研究工具、資料分析等部分加以說明。

一、研究方法

本研究之重點在繪畫鑑賞相關資訊之需求，基本上是需求評估。所謂需求可分四類，分別是規範性需求、感覺的需求、比較的需求、表達的需求 (Bradshaw, 1972)，本研究之重點在瞭解觀眾所感覺的需求。因此本研究透過現場觀眾的訪問，直接從觀眾本身獲取資料。

此外，根據 Monette (1979) 的理論，教育或學習的需求是受到施教者的影響而來。在繪畫展示場中的施教者主要是導覽員或展示說明文，亦即導覽員解說的內容或展示說明文的內容與觀眾進行繪畫鑑賞時相關資訊之需求有關。因此本研究透過與博物館導覽員焦點團體 (focus group) 訪談，了解導覽員對繪畫展示解說的內容，以及那些因素影響其導覽的內容。另外，本研究也針對美術博物館經營者、藝術教育專家等進行焦點團體訪談，因為這些專家的理念與實務經驗會影響其工作場域的導覽員或展示說明的設計。所以本研究透過這二種焦點團體訪談搜集較深入的資料。

現場觀眾訪問與與焦點團體訪談均採取半結構式訪問，亦即除了設計一些結構的、較封閉的問題外，為了獲得較深入、較特殊的資料內容，也設計一些較開放的問題及較自由的交談。

二、研究對象

根據文獻，參觀博物館展示的觀眾以家庭和學校團體居多。其中會閱讀展示相關資訊的以家長和教師為主，因此本研究在現場訪問部分，以成人為主要對象。

由於本研究目的在瞭解觀眾繪畫鑑賞之資訊需求，因此現場觀眾訪問之場域以舉辦繪畫展示較多的博物館，例如國立故宮博物院、國立歷史博物館、臺北市立美術館、鴻禧美術館、李梅樹紀念美術館 等等。此外，在樣本的選取上，針對成人立意取樣，同時願意接受訪問者。樣本人數則以搜集資料之飽合度為基礎，本研究共計訪談 56 人。

在焦點團體訪談部分，由於考量中、西畫的特性，因此分別與國立故宮博物院（中畫較多）、奇美博物館（西畫較多）的義工導覽員進行了兩場焦點團體座談。至於美術博物館經營者、藝術教育專家等焦點團體訪談，共邀請六位專家深入探討。

三、研究工具

本研究現場觀眾訪問，採取半結構式訪問，因此參考郭禎祥、黃美賢等有關繪畫鑑賞之理論與研究，設計一分訪問表，並透過預試提昇其效度。現場觀眾訪問大綱如下：

1. 請問你看畫展的頻率如何？您的動機目的是什麼？
2. 您喜歡看哪一種的畫呢？
3. 通常您喜歡自由觀賞還是有解說員？
4. 看畫展需要解說嗎？為什麼？
5. 通常解說員講些什麼？你認為夠不夠？你比較喜歡或需要哪些說明資訊？
6. 如果沒有解說員，你會從其他管道獲取資訊來欣賞畫嗎？你通常透過哪些管道？
7. 你認為不同媒介在提供繪畫鑑賞的資訊上是否應該有所不同？如何區隔？
8. 你下次會再來嗎？為什麼？

至於焦點團體訪談部分，研究者本身即為研究工具。研究者在焦點團體討論中，適時扮演促進者、催化員的角色，使談論過程順利進行。

四、資料分析

本研究資料包括半結構性訪問資料及焦點團體訪談資料，透過文字分析以尋找出（theme），進而建構有意義的概念架構。

參、研究發現

本研究主要目的在瞭解博物館觀眾參觀繪畫展示的動機、在參觀繪畫展示時需要那些有關的資訊內容項目、那些因素影響其在參觀繪畫展示時獲得的資訊內容項目、以及瞭解博物館觀眾在參觀繪畫展示時，對提供資訊的不同媒體的看法。茲將研究結果分別說明如下：

一、博物館觀眾參觀繪畫展示的動機

(一) 根據受訪觀眾本身的背景知識及參觀頻率，觀眾可區分成專家型觀眾、一般型觀眾、路過型觀眾三種。觀眾參觀繪畫展示的動機大不相同，不過大致上可以得知觀眾參觀的動機有受媒介傳播影響、陪家人或友人一同前往、個人興趣或是偶然路過參觀等情況。

茲分別就中、西畫不同場域之觀眾來說明：

1. 中畫觀眾：

(1) 專家型觀眾則為有興趣或參加藝術欣賞課程與老師一同前來。

「本來就很瞭解，久仰大名」

「老師帶來的，中西文藝欣賞」

「有興趣、淨化心靈」

(2) 一般型觀眾是透過報章媒體慕名而來或把參觀繪畫展示當作休閒的方式。

「看報紙宣傳而來的、因為我是大陸人(湖南人)難得看的到這個畫展。」

「因為帶自己的小孩和學校一起來看」

「我們許多退休老師很喜歡一起到博物館看畫展。因為博物館舒適的環境令人心曠神怡。加上看畫，賞心悅目，然後又可以有很好的話題來聊。一面休閒一面學習，不是很棒嗎」

(3) 路過型觀眾則是剛好經過而來參觀。

「剛好經過」

「像那種遊覽車載來的，把博物館當作一個觀光景點的。有學生畢業旅行，有銀髮族旅遊。這些人通常是來看熱鬧，或是我們稱之為沾醬油的。」

2. 西畫觀眾：

(1) 專家型觀眾則為有興趣或為美術相關領域學習者

「從南部上來唸美術從小就有習慣，有媒體介紹有興趣就會來」

「跟朋友一起來，因為是建築系的，對這個畫展很有興趣。不過這裡東西比較少，所以不常來，像我在歐洲就比較常去」

「從美國回來，帶朋友家人來，因為我喜歡畫畫、書法」

「興趣，在網站上看到」

(2) 一般型觀眾則通常是陪同友人或家人前往觀賞

「陪朋友」

「帶小孩來，讓他接觸跟藝術有關的東西」

(3) 路過型觀眾

「路過」

(三) 藝術教育專業從業者認為，參觀繪畫展示的觀眾多為一般觀眾且與家人一同前往，做為親子活動，並達成休閒與教育的目的

「因為現在兒童出門一定要大人陪。中年人工作忙可能不太會想去，但是如果小孩子去的話，他可能會一起去。阿公阿媽也沒興趣，但是如果孫子必須去，他也會跟著去。」

二、博物館觀眾繪畫鑑賞時需要的資訊內容

本研究根據受訪觀眾表述，並輔以觀察，發現觀眾大部分肯定鑑賞資訊的必要性。在參觀繪畫展示時對鑑賞資訊的需求是交互作用的互動模式 (interactive model)。有些人先自己看一下，然後如果有導覽員在進行解說工作時，就跟著走一走，學習一些知識、方法，然後又自行參觀。如有問題時，又回到導覽行列中，如此交互作用著。另一個現象是觀眾在參觀繪畫展示時對鑑賞資訊的需求是回應式的 (responsive)，意即有些觀眾如果展示現場有一些垂手可得的資訊時，他就順便看一看，例如看板、解說牌、小折頁或單張說明文。

由於中畫是詩書畫一體的，和西畫沒有落款是不同的。同時西畫比較多是寫實的或記載歷史，而中畫比較多是想像的，記憶的。因此在鑑賞上所需要的資訊是有點差異的。因此觀眾對繪畫鑑賞資訊內容的需求以西畫、中畫分別說明如下：

(一) 西畫：

1. 整體而言，觀眾對西畫繪畫鑑賞資訊內容的需求涵蓋描述、分析、解釋和批判四個重點，其中又以描述和解釋的需求最高。

(1) 描述：觀眾希望知道作者是誰、作品名稱、創作年代等

「是哪一年、誰畫的、作者的背景」

(2). 分析：觀眾希望知道作品構圖、美學原理運用、風格特色等

「畫作的創作背景、技巧、光影運用」

「有解說有一些美學的知識，看畫才會比較有感覺」

(3). 解釋：觀眾希望知道作品的意義、作者的思想、時代背景與社會環境對作品的影響等

「畫家背景、年代、畫家為何這樣畫、用意」

「我是美術班出生的，我認為美學或技巧上的分析是不必要的。因為那些是很主觀的。但我認為畫的故事、背景應該要講」

「例如作品的特色，創作者的特色或背景資料，作品的歷史時空背

景及脈絡或創作緣起」

「看畫展需要解說，以瞭解作者心情，作者背景、作畫心情、故事」

(4). 評斷：觀眾希望解說者說明作品的好壞、價值、畫家與作品在

歷史上的意義與地位

「最好加上個人的見解」

「這些畫究竟好在哪裡？為什麼這麼有名？」

2. 對觀眾而言，西畫繪畫鑑賞資訊內容的需求項目非單項需求，而是多元組合，其中又以描述加解釋需求最高。

「畫作的創作背景、技巧、光影運用，還有，我比較喜歡聽作品的故事」

「哪一年、誰畫的、作者的背景、畫的意義

「作者、畫風、最好加上個人的見解」

(二) 中畫

1. 整體而言，觀眾對中畫繪畫鑑賞資訊內容的需求涵蓋描述、分析、解釋三個重點，其中，分析的需求相當高。

(1). 描述：

「畫家生平」

「畫作年代、內容、畫家生平」

「像是畫派、畫家生平、作畫地點 ..」

「作者生平、畫作出處」

(2). 分析：

「繪畫技巧」

「畫派、繪畫技巧、」-

(3). 解釋：

「畫意、」

2. 對觀眾而言，中畫繪畫鑑賞資訊內容的需求項目非單需求而是多元組合，其中又以描述加分析需求組合最多。

「畫家生平、繪畫技巧」

「畫派、畫家生平、繪畫技巧、故事、」

(三) 總而言之觀眾對繪畫鑑賞的資訊需求，涵蓋繪畫史、美學、繪畫批判，透過描述、分析、解釋、評斷等解說策略來獲得。

三、藝術教育專業推廣人員的見解與導覽員提供給觀眾繪畫鑑賞的資訊內容

根據 Monette (1979) 的理論，觀眾繪畫鑑賞資訊需求會受到施教者的影響。而導覽員正是繪畫展示場中主要的施教者、引導者。再者導覽員提供的繪畫鑑賞資訊內容是受到博物館經營者、藝術教育推廣專家等的影響。因此博物館經營者、藝術教育推廣專家、導覽員提供給觀眾繪畫鑑賞的資訊內容，除基本理論依據外，大致上是和觀眾互動中逐漸建構的，而觀眾的背景、生活經驗是他們選擇導覽內容與方法的基礎。此外，館方對於展示情境的規劃、氣氛的營造，事實上都是提供繪畫鑑賞資訊的管道。

「導覽需重視觀眾的思維」

「導覽需瞭解觀眾的背景知識是初學者、是知道一點點的、是科班的等等，和誰一起來觀賞，以及在展示情境觀眾接觸到什麼的」

「導覽需注意觀眾的年齡層，以便運用不同策略來鼓勵其與畫作互動。亦即能看畫說話。例如兒童比較容易受色彩吸引，以色彩分析當能吸引他們。對老人家說一些早期生活形態，引發他們共鳴，讓他們瞭解看畫不是那麼可怕的事。」

「我想我們要提升鑑賞品質要達到沒有人解釋他也會看，這個就是形式的部分。」

形式在視覺藝術中基本的要素就是線條、型態、色彩、質感、動視、空間、明暗等整個的構成，怎麼運用美的原理把他組合在一起，這些基本東西如果在繪畫鑑賞的時候也略教一二，他以後在觀賞時知道這張圖原來是這樣構成。如果只講故事部分，沒說外在形式部分就只有講一半，且還有延續性的問題，形式是可以連貫，這對藝術教育上是有意義的」

由於中畫西畫特性稍有不同因此導覽員在鑑賞資訊的提供上也稍有不同故分別說明如下：

(一) 中畫

1. 整體而言，導覽員導覽的內容涵蓋繪畫鑑賞描述、分析、解釋

重點。

(1). 描述

「因為繪畫這個部分呢比較主觀性，所以我通常是只介紹作者背景讓人家了解知道這個人，為什麼他的畫是這樣子。然後就告訴他比如說他有看過劉羅鍋，那我就可以帶他去看劉羅鍋寫的字啊什麼的，也告訴他他當時也是很有名的，你看他的字是這樣寫的」

(2). 分析

「就是讓他了解繪畫的這種過程啊，怎麼去欣賞啊，原則是這樣子，技術面的話，一般觀眾我們比較不談，簡單技術面我們會說。」

「像張大千的畫，人家通常都會問潑墨怎麼畫？因為十個人裡面就是說大概沒幾個知道潑墨怎麼畫出來的，大家都知道把墨往紙上倒，可是怎麼把它變成一張畫」

「構圖會講，我們會說這是什麼構圖、三角構圖等，至少要讓他們瞭解」

(3). 解釋

「中國的書畫很感動，任何作品有人的因素，所以我不太告訴人家畫

好不好，我只告訴人家這個時代風格，我希望大家了解這個人以後自己去決定就是說他好不好，好在哪裡，為什麼喜歡他。」

「因為中國的畫是有詩書畫，所以你的文學就在上面啊，它是相關的。西方沒有文字在上面，你可以不要管那個文字的部分。」

(4). 評斷

「就是說找找看它好在哪裡最重要，為什麼大家公認的東西是好東西。」

2. 導覽員提供給觀眾繪畫鑑賞的資訊內容是多元組合，例如

分析加評斷

「中國書法，十個人有九個人不喜歡，然後十個人有九個人看不懂。中國的書法是線性藝術，不需要去認得那個字，光是看那個黑白的部分、線條、看它的布白、看它的行氣，你如果可以看的懂的話，那是另外一種欣賞的角度，所以我常跟觀眾說不需要認得字，也不要挫折感說你不認得，你喜歡它最重要，然後就是說找找看它好在哪裡最重要。」

(二) 西畫

整體而言，導覽員在西畫鑑賞部分，導覽的內容也涵蓋描述、分析、解釋、評斷四個重點。

(1). 描述：

「是畫家的生平 他們較有興趣。」

(2). 分析：

「比如說你到了浪漫派的時候你怎麼來講浪漫派跟古典派的那個筆觸的問題啦，或者是整個這些問題，為什麼後來的人會喜歡它，當時不能接受它？」

3. 解釋：

「如果一定要講話怎麼樣，就講當時的時代背景，避免去談技巧等。」

4. 評斷：

「 為何會有名 他們較有興趣。」

「 有人就很喜歡古典，可是有人就會很喜歡印象派這種的，比如說像帶達利的時候，那根本有些人不能接受的也有可能性，所以以這樣的方法的話，我們大部分都會告訴他們怎麼來欣賞 」

「 故事的敘述性和觀眾的互動很重要 」

五、 影響導覽員所提供的繪畫鑑賞資訊內容的因素

導覽員本身的導覽經驗中所知覺到影響其所提供給觀眾的繪畫鑑賞資訊內容之因素說明如下：

1.年齡：導覽員認為對年紀小的孩子是以欣賞畫作本身的美感或說故事的方式為主。中年人重在知性的，而老年人重在生活經驗的引用與故事的傳述。

「像我們在帶小學生或幼稚園是不講作者背景，單就畫本身的美麗，或者用色、好壞在哪裡，跟他們作一些介紹。」

「...兒童可以以遊戲性、故事性這些方式取向...」

「...中年的我想知性的學習是很重要的，...，也就是說他不是只是要去看一看美美的，甚至說他有很多好奇心，包括抽象藝術的部分，包括很多新觀念藝術，其實比較中青輩他比較能夠接受訊息，所以我們可以教的比較深一點」

「比如說阿公阿媽說我不懂，可是事實上從他的生活經驗，他有他的社會的group，去讓他跟畫作互動的話，就無所謂懂不懂了，...，第一步應該是他想要跟他互動，他才能夠開始跟他互動。」

「...說故事，這是老人家的部分。能看一些有內涵、具象的，他可能會更有興趣的。」

2.教育程度：導覽員認為通常教育程度高的觀眾，需要在導覽時中增加知識性的內容。

「教育程度高的，那就多一點知識性的東西。」

3.背景知識：背景知識分成專業背景知識與生活背景知識兩個範疇，導覽員會依據不同背景知識的觀眾提供不同的內容。

就專業背景知識：意指對藝術鑑賞領域所具備的專業知識

「帶大陸的就先問他，他是在從事哪一行業，因為大陸很多是專家，因為他可能來這邊開學術研討會啊，然後他來聽的！要是人家也是從事這種考古工作或者，那你就問他『你要看什麼？你要看哪幾樣？就帶你到那幾樣前面去看就好』我們常常也會帶到專家，那帶到專家的時候，唯一我們那時候就是跟他作一個討論，就這件事情他的看法是怎麼樣，所以我們並不一定說都是我們在說給別人聽，有時候我們也可以聽聽別人說。」

「比如說有些人他會開口跟你講他喜歡看書法，因為他本身有在臨帖啊寫字等，那我們會就這方面來看這樣子。」

就生活背景知識：意指日常生活中所具備的知識或經驗

「其實有很多專家，中國人通常都有一點基本訓練，就是也許他不懂得書法，但是他小時候寫過毛筆字，把他那些童年的記憶再拉回來 或者是說畫的畫，看過黃山吧，就把他生活的點滴帶進來，即使是學科技的，他還是可以欣賞的。」

「平面的美術有一個是共同的，就是喚起大家的共鳴，每一個共鳴是生活經驗的累積，所以你有相同生活的累積就會有相同的共鳴，就可以啟發，所以為什麼說不同的觀眾，他可能要的東西就不一樣，他什麼時候來，給些什麼。」

「要與他的生活結合。 簡單的、具象的東西。」

4.觀眾族群：由於參觀博物館的團體觀眾有親子與組合團體，根據導覽員經驗，來參觀的組合團體有失智老人、智障孩童、旅遊團等，因此導覽員針對這些觀眾採取不同的導覽策略。

「參觀的團體什麼都有，我也帶過那種失智老人啊，然後以前還帶過殘障的，還帶過智障的，還帶過手語的。」

「 智障的話，因為我們現在電視很發達，這些小朋友他一定要看跟他有關的東西，有一個來就跟我講說你有沒有施公的東西，因為早上在演施公啊，我想一下，喔！它的那個皇帝的東西有。 然後就告訴他比如說他有看過劉羅鍋，那我就可以帶他去看劉羅鍋寫的字啊什麼的，也告訴他他當時也是很有名的，你看他的字是這樣寫的 」

「 智障的小朋友，你講故事給他聽，他會很真心的在聽，然後他會..原則上，人在注意力差不多四十分鐘，所以我們就捉住他集中注意力的幾個 timing 這樣 」

「 因為如果中南部上來，他們就是一個是旅遊到北部來，非要到故宮來轉一下，你就知道那是沾醬油的嘛！那是看熱鬧的，我們就知道用看熱鬧的方式處理那你就知道哪些東西他回去能夠講的，你就帶那個講。 」

5.互動狀況：導覽員依觀眾反應，隨時調整內容。

「 除非他自己要看，不然的話就不要帶。 因為這麼大的一個作品量，他在有限的時間內是需要選擇的，所以當然是去選擇他喜歡的東西，能夠引起他興趣然後會促使他第二次還要來 」

「 因為帶導覽並不是一昧的直說給人家聽，而是需要有互動的，所以原則上我們還是會讓觀眾提一些問題出來，因為他才會有看下去的興趣。 」

「 在導覽途中你會一路中在了解他要多少東西， 也許有些人根本已經懂了，我們就不講了，可是我們會先問他一下，看他需不需要這種知識，他如果不需要，已經有一點程度那我們就講了，所以一直在調適，也是互動，導覽的途中一直在嘗試他們要什麼東西，改變我們的方法去導覽。 」

6.時間限制：導覽員會針對部分有時間限制的觀眾做重點式的導覽。

「 比如說我們常常會接待外賓，那外賓來他是匆匆的進來，然後他在很短的時間內要看完這個場子 比如說十分鐘的話，我就會問他有沒有意向這次想要看什麼東西？我們會告訴他這次大概來了哪些重要的作品？你希望看哪幾個？ 」

「 基本上我們碰到觀眾的時候，多半先問你要什麼，你就先點菜吧！你不點

那就由我啦！就由我出菜啦！」

7. 觀眾參觀頻率：觀眾的參觀頻率會影響導覽員解說的內容與方式。通常第一次來的對鑑賞資訊的需求會比較高。

「我們大部分會問他來過故宮幾次？對不對？他第一次來的，那有幾個非要看不可，如果說他每個月都來的，那每個月都來的我知道他一定要看書畫，因為你每個月都來的，唯有書畫它變的比較快一點。」

8. 館方理念：館方對導覽員導覽內容的要求。

「像新來的副院長就希望我們就技巧多加強。故宮對我們是滿好的，蠻自由盡量發揮，每個人切入點、技巧不同。」

「人跟人之間互動真的很珍貴，且能說的範圍應該很大，可是館方不要我們多說。」

六、 博物館觀眾在參觀繪畫展示時，期待以什麼媒體呈現有關的資訊

「我們作導覽的時候，用人員來導覽的時候，我們會注意到觀眾進來，我們大概不會一下就導覽，如果一進來就導覽，他心浮氣躁。3-5 分鐘閒聊一下、沈靜一下，然後再開始帶進去，其實那 3-5 分鐘我們就在做刺探軍情，瞭解對方來的是什麼人士，其實你一看就知道，來的可能是某某鄰里辦公處辦的自強活動。有些來的團體你不知道，那 3-5 分鐘再聊就知道，大概有沒有來過啊？去哪裡看展覽了沒有啊？你要作解說的人馬上就要去調整，這個是文字、語音沒有辦法的。」

。這些大概都是一切進去都要趕快去作的，甚至還要考慮到他來的時間有沒有限制，你要在一個小時內把他的東西講還是兩個小時，可不可以套三個小時，這牽涉到的問題可能就不是我們剛剛講的有一些資料可以涵蓋的，不過資料也有好處，因為不可能每一個小團體或個人來都有人來導覽，所以事實上，文字、語音等等都有它的必要性。

「導覽員比較有感情，隨時可以消融情境上的不通，或是問一下，一問一答的時候比較有感覺...」

西畫：

(一) 整體而言，觀眾認為不同媒體鑑賞資訊內容應有所差異

「有希望能依年齡或其他劃分作資訊內容的區隔，例如兒童、青少年、成人」

「不同的媒材應該有不同的刺激度，就像我在書上看和實體看的是不一樣的」

「平面媒體應多解釋作者的背景、畫的年代，語音導覽的話可針對立體的感覺，例如這幅畫要表達的是什麼？」

「網路的資訊可以較淺顯，提供一般大眾所需的基本資訊，而畫冊或圖書之類則可做更深入的解說以便日後可以再拿出來反覆鑑賞」

(二) 媒體特性、優缺點分析與鑑賞資訊呈現

1. 導覽員：

(1) 是大眾最喜歡的媒體，彈性和人際互動是其他媒體不能取代的

特色。提供的資訊應較為深入，但人潮擁擠和時間不能配合往往造成觀眾無法聆聽導覽。

「導覽員除了主觀介紹重要的名畫外，也可應觀眾要求彈性地就其他觀眾有興趣的畫作解說」

「導覽員可互動、較詳細、清楚、生動、注意不到的重點、可以問」

「人太多、聲音太小、時間不能配合」

(2) 導覽人員自己認為容易與觀眾互動、導覽內容可彈性，幫助觀眾瞭解抽象畫作。

「人跟人之間互動真的很珍貴，且能說的範圍應該很大。」

「因為寫實的就是看圖說故事，但抽象的就特別需要導覽員。」

「語音導覽是固定的嘛，所以每一個內容有限，譬如多少分鐘講多少話，可是我們現場就看觀眾反應啊，特別喜歡的講多一點，不喜歡的就跳掉。還有這個地方擠滿了人，不要到那裡去，你就可以跳下面的，這個機動性是很大的。」

(3) 藝術教育實務經營者認為導覽員能適時考慮觀眾情境

「其實像有些東西的確是我們用文字呈現、語音呈現、或多媒體呈現所沒有辦法的，比如說像我們作導覽的時候，用人員來導覽的時候，我們會注意到觀眾進來，我們大概不會一下就導覽，如果一進來就導覽，他心浮氣躁，反正你還要考慮到，觀眾是不是讓他有時間聽完的時候，」

2. 語音導覽：

(1) 有快速、營造情境、淺顯立體的優點以及幫助對文字了解有障礙的觀眾，語音導覽應重視普及性提供基礎的鑑賞資訊，部分觀眾由於價格高或認為不習慣機器等因素而不選擇使用。

「語音導覽重視普遍性」

「語音的話可針對場域立體的感覺」

「語音就可以短時間聽完，且聽語音可以去想像一下他的感覺，...」

「看不懂就聽語音」

「有人比較內向就聽語音」

談到語音，因為我們這幾年我們館的語音，大概都是我們館自己撰述，所以在撰述的過程裡面我也有感受，現在語音大概兩種方向，因為一種是數位的，那是可跳件，一種是最傳統的線性的規劃，過去大家都會覺得那種線性規劃最差，觀眾可以隨便走隨便看是最舒服的，但是後來我又發現其實這種線性發展有它的好處，如果你規劃得宜，有什麼好處？一個就是時間控制很好，你可以在你的觀眾裡面 45 分鐘就看完一個展覽，如果觀眾很多，你必須動線安排好，它的缺點是觀眾不能隨便跑來跑去，但是它的好處就是把

觀眾的動線掌握住了，因為掌握住動線後，你再寫這個解說你可以有一個全貌，整體的感覺在這裡面你可以透過線性的安排，比如說這個展覽的宗旨是什麼，那我在第幾件的時候要把這個宗旨帶到什麼程度，哪一件展品的規劃和動線是有整體的安排。」

(2) 藝術教育工作者認為語音可針對不同族群及年齡層設計上有所不同並在動線上加以思考

「我的語音，像現在一般來講平常沒有這種語音導覽，我們做的最豐富的一次做了國語、台語，國語作了兩版，像成人版、兒童版，大人版、兒童版，台語版、英語版這樣子」

「談到語音，因為我們這幾年我們館的語音，大概都是我們館自己撰述，所以在撰述的過程裡面我也有感受，現在語音大概兩種方向，因為一種是數位的，那是可跳件，一種是最傳統的線性的規劃，過去大家都會覺得那種線性規劃最差，觀眾可以隨便走隨便看是最舒服的，但是後來我又發現其實線性發展有它的好處，如果你規劃得宜時間控制很好，你可以 45 分鐘就看完一個展覽，如果觀眾很多，你必須動線安排好，它的缺點是觀眾不能隨便跑來跑去，但是它的好處就是把觀眾的動線掌握住了，因為掌握住動線後，你在寫解說時可以有一個全貌，整體的感覺在這裡面。你可以透過線性的安排，比如說這個展覽的宗旨是什麼，那我在第幾件的時候要把這個宗旨帶到什麼程度，哪一件展品的規劃和動線是有整體的安排。」

3. 導覽手冊：

提供線性思考、可攜帶性，較不會被打擾的。其分析與解釋的鑑賞資訊可加強。

「導覽書可提供系列、系統化的資訊，包括當代時代背景，較有連貫、脈絡」

「導覽手冊可在平面上多解釋」

「畫冊或圖書之類則可做更深入的解說以便日後可以再拿出來反覆鑑賞」

「我最喜歡文字的媒介，比較不會被打擾」

「因為方便可以得到最基本的資訊，可以帶回去」

4. 網路著重宣傳提供基本資訊

「例如透過電腦鑑賞可能著重於宣傳，要能吸引人」

「網路的資訊可以較淺顯，提供一般大眾所需的基本資訊」

5. 展示牌及看板：

(1) 因可得性高一般觀眾會選擇使用，但字小、距離及人潮會影響觀眾使用意願。其可加強描述與判斷之鑑賞資訊以滿足觀眾立即性的需求。

「一定看的到的，但實在作的很爛，可是又不得不看」

「看的時候心情不好，字太小、距離太遠、有時旁邊還有人念出來，人多的時候什麼都看不到」

「一定看的到，但不會看完，字太多且文字敘述太噁口，不像給一般人看的，且看的時候撞來撞去」

(2) 導覽人員認為展示說明文提供最必要的資訊，但部分展示牌內容使觀眾更混淆

「按照畫的先後順序、風格、畫派這些基本的資訊。」

「像作家的生卒年或一些不相關的其他人就不要在上面，會多出一些疑問。」

6. 摺頁：多數的觀眾並不選擇，原因是由於不知道有摺頁或沒注意到。

「不知道有」

7. 多媒體：

(1) 有個人手動的樂趣但受限於擺設地點與使用人數

「有趣、手動」

「方便找資料，有興趣的話，可獨立深入探討」

「等很久等不到」

「有看到剛好沒人就會去用」

(2) 大多數人認為使用多媒體受限於觀眾的年齡層與資訊素養。基本上，適合提供一般的資訊，給予觀眾粗略的概念就可以。

「使用者好像都 30 歲以下比較多。」

(3) 藝術專業從事者針對近年來政府鉅資以及民間頗流行的數位博物館做了一番詮釋，認為只是一種提供資訊的工具，其中網路非一般人能使用，與原作的色差和缺乏臨場感是一項缺失，但是展望未來，尤其是在結合學校教學方面必能也所助益。

「我覺得這是一種「工具」，只是提供一些資訊，所以資訊的需求要有些策略和研究，還有深不深入的問題。」

「數位博物館有他的優點也有很大的限制。鑑賞的角度來說，資訊的流通是上網，但上網有空間上的困難；以物品來說數位化畫面上的實物是平面的，和看畫冊一樣的。鑑賞還是看原作比較好；就博物館本身來說，有親子活動和臨場感、空間設計一些現場的東西，是數位博物館無法做到的，但可以利用它查查東西。」

「我自己作數位化的感觸是色彩色差很大，用柯達或是富士都不一樣。我覺得這是「吸引」的手段，吸引你到這個地方吃這樣的東西，看看有什麼東西，看看能不能吃的到這樣而已。我覺得可以利用這個延伸到教育上如何搭配，分出國小、國中、高中不同對象去設計東西，當教學工具功效更大，這樣對老師幫助很大。」

肆、結論

本研究主要的目的在探討博物館觀眾參觀繪畫展示的動機。在參觀繪畫展示時需要那些有關的資訊內容項目、瞭解那些因素影響博物館觀眾在參觀繪畫展示時獲得的資訊內容項目、以及瞭解博物館觀眾在參觀繪畫展示時，期待有關的資訊以什麼媒體呈現。

本研究透過現場觀眾訪問與焦點團體訪談，獲得下列幾項結論：

(一) 根據受訪觀眾本身的背景知識及參觀頻率，觀眾可區分成專家型觀眾、一般型觀眾、路過型觀眾三種。觀眾參觀繪畫展示的動機大不相同，不過大致上可以得知觀眾參觀的動機有受媒介傳播影響、陪家人或友人一同前往、個人興趣或是偶然路過參觀等情況。

(二) 觀眾大部分肯定鑑賞資訊的需要性。在參觀繪畫展示時對鑑賞資訊的需求是交互作用的互動模式 (interactive model)。有些人先自己看一下，然後如果有導覽員在進行解說工作時，就跟著走一走，學習一些知識、方法，然後又自行參觀。如有問題時，又回到導覽行列中，如此交互作用著。另一個現象是觀眾在參觀繪畫展示時對鑑賞資訊的需求是回應式的 (responsive)，意即有些觀眾如果展示現場有一些垂手可得的資訊時，他就順便看一看，例如看板、解說牌、小折頁或單張說明文。

(三) 整體而言，觀眾對西畫繪畫鑑賞資訊內容的需求涵蓋描述、分析、解釋和批判四個重點，其中又以描述和解釋的需求最高。而對中畫繪畫鑑賞資訊內容需求則涵蓋描述、分析、解釋三個重點，其中，分析的需求相當高。

(四) 導覽員本身的導覽經驗中所知覺到影響其所提供給觀眾的繪畫鑑賞資訊內容之因素包括觀眾的年齡、背景知識、教育程度、互動狀況、所屬團體族群、時間限制與否、參觀頻率、館方理念等。

(五) 整體而言，觀眾認為不同媒體鑑賞資訊內容應有所差異

(六) 導覽員是大眾最喜歡的媒體，彈性和人際互動是其他媒體不能取代的特

色。提供的資訊應較為深入，但人潮擁擠和時間不能配合往往造成觀眾無法聆聽導覽。

(七) 語音導覽具快速、營造情境、淺顯立體的優點以及幫助對文字了解有障礙的觀眾。語音導覽應重視普及性提供基礎的鑑賞資訊，部分觀眾由於價格高或認為不習慣機器等因素而不選擇使用。

(八) 導覽手冊提供線性思考、可攜帶性，較不會被打擾。其分析與解釋的鑑賞資訊可加強。

(九) 展示牌及看板因可得性高一般觀眾會選擇使用，其可加強描述與判斷之鑑賞資訊以滿足觀眾立即性的需求。但字小、距離及人潮會影響觀眾使用意願。

(十) 多媒體導覽系統有個人操作的樂趣，但受限於擺設地點與使用人數，大多數人認為使用多媒體受限於觀眾的年齡層與資訊素養。基本上，適合提供一般的資訊，給予觀眾粗略的概念就可以。

主要參考書目

行政院文化建設委員會（1999）文化統計。

王秀雄（1998）觀賞 認知 解釋與評價。台北：國立歷史博物館。

王秀雄（1990）美術與教育。台北：台北市立美術館。

吳鴻慶（2000）美術館與科學博物館展示說明分析研究。國立臺南藝術學院博物館學研究所碩士論文。

張譽騰（2000）當代博物館探索。台北：南天書局。

陳惠美（1995）多媒體導覽系統在博物館之應用。視聽教育雙月刊，36 卷
第 5 期，頁 24

黃光男（1999）博物館新視覺。台北：正中書局。

黃光男（1993）美術館的導覽工程。現代美術，46，6 - 9。

黃美賢（2000）成人如何學習自我導向學習繪畫鑑賞。社教雙月刊，第 100 期，
頁 41-46

黃明月（1997）博物館與自我導向學習。博物館學季刊，11（4），頁 31-36

- 黃明月 (1998) 博物館展示說明研究。台北：師大書苑。
- 蔣勳 (1998) 語音導覽與美術館。文訓雜誌，12月，頁37
- 劉婉珍 (1997) 美術館教育特質與發展。博物館學季刊，11(4)，頁55-61
- 羅寶珠 (1992) 概述導覽與導覽員。現代是美術，44，頁65
- 蘇振明 (2000) 美術導賞的理念與策略。現代美術雙月刊，12月，
第93期。台北市：台北市立美術館。
- Alt, M. B. & Griggs, S. A. (1982). Visitors to the British museums in 1980 and 1981. *Museum Journal*, 82(3), 149-156
- Chalmers, F. G. (1996). Celebrating pluralism: Art education and cultural diversity. The Getty Education Institute for the Arts.
- Dean, D. (1994). *Museum exhibition*. London: Routledge.
- Diamond, J. (1999). *Practical evaluation guide*. London: Altamira Press.
- Falk, J. H. & Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums*. NY: Altamira Press.
- Hein, G. (1998). *Learning in the museums*. London: Routledge.
- Hein, G. & Alexander, M. (1998). *Museum: Places of learning*. American Association of Museum, Technical Information Services.
- Henderson, A. & Watts, S. (2000). Learning how they learn. *Museum News*, Nov./Dec., 41-45
- Hood, M. G. (1981). *Adult attitudes toward leisure choices in relation to museum Participation*. Unpublished doctoral dissertation, Ohio State University.
- Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museum and gallery education*. London: Leicester University Press.
- Monette, M. L. (1979). Need assessment: a critique of philosophical assumptions. *Adult Education*, 29(2), 83-95.
- Wright, P. (1993). The quality of visitors experiences in art museum. In P. Vergo(ed.)(1993). *The new museology*. London: Reaktion Books.

