

藝術博物館快閃/微型展覽運用數位科技之個案研究：以博物館校園數位微型展之運作為例

A Case Study of the Use of Digital Technology in Art Museum's Pop-up Exhibition : Take Museum's Digital School Pop-up Exhibition as an Example

吳紹群* Wu, Shao-Chun

摘要

近年來在文創業、博物館界，出現許多快閃展以及以微型為名的展覽。這些快閃/微型展，一般稱之為 "Pop-up Exhibit" 或 "Pop-up Museum"，具有規模小、展期短、在多樣地點展出等特性，這些快閃/微型展又可分為商業性和博物館導向兩大類。博物館導向的快閃/微型展覽由於規模小、具彈性、強調深入社區以促進對話的特性，在博物館推動平權和參與上，有高度的應用潛力，但目前國內博物館界對快閃/微型展覽的探討卻不多，結合數位科技後的應用探討則更稀少。本研究以故宮於 2019-2020 年所進行的實驗性「數位微型展」為例，探討以數位體驗為主的微型/快閃展覽，分析其教育效果、對博物館結合數位科技以推動教育和平權方面有何意義，並對我國博物館界未來在推動快閃/微型提出若干建議。

關鍵詞：快閃展、微型展、博物館、數位科技

* 吳紹群，國立故宮博物院數位資訊室副研究員兼科長。

Wu, Shao-Chun, Associate Researcher and Section Chief, Department of Digital Information, National Palace Museum.



Abstract

In recent years, there have been many pop-up exhibits and pop-up museums in the cultural creativity industry and museum community. Commonly referred to as Pop-up Exhibit or Pop-up Museum, these exhibitions have many unique features, such as small scale, short exhibition period, and being able to be exhibited in a variety of sites. These pop-up exhibits/pop-up museums could be divided into two categories, namely the commercial type and the museum-oriented type. Because of its unique features, such as small scale, good flexibility, and emphasis on reaching the community to promote dialogs, museum-oriented pop-up exhibits/pop-up museums have a high potential to be used in museums to improve affirmative actions and participation. However, there is little discussion about pop-up exhibits/pop-up museums in Taiwan's museum community, and even less discussion about its application of combining digital technologies. Taking the experimental "Digital Pop-up Exhibit" conducted by the National Palace Museum from 2019 to 2020 as an example, this study explores the pop-up exhibit/pop-up museum that focuses on digital experience. It analyzes the educational effects of such exhibitions, as well as the significance in the museum's promotion of education and equal rights through incorporating digital technologies. In addition, this study also puts forward some suggestions for the future promotion of pop-up exhibits/pop-up museums in Taiwan's museum community.

Keywords: Pop-up Museum, Pop-up Exhibition, Museum, digital Technology



壹、緒論

近年來，在文創產業、甚至博物館界，出現許多的快閃式展出、也出現許多以微型或小型為名的展覽活動。這些快閃/微型展覽，在對應的英文專有名詞上，一般都稱之為“Pop-up Exhibit”或“Pop-up Museum”。過去在國內外博物館學相關文獻中，快閃/微型展覽的定義雖然仍有模糊之處、甚至被歸類於傳統博物館之外尚未有明確歸類的文化事業或活動、一種「類博物館」。^{1,2} 但近幾年來，大致上有關“Pop-up Exhibit”或“Pop-up Museum”發展方向的討論已開始逐漸明朗、出現大致的輪廓。基本而言，快閃/微型展覽，在形式上指的是短期、侷限在特定空間、並且經由實物(Object)促進不同人群參與對話的展覽活動，³而所謂的短期，則可能從幾個小時、幾天到幾個星期都有可能，^{4,5} 但無論如何都有一定的期限，且面積相較於博物館內的正式展覽都不會太大。

此種展出時間短、場地小的展覽活動，近來在國內亦逐漸出現。事實上，快閃/微型展覽的小面積和短期特徵，十分有利於博物館將展覽深入各地、促進各地的文化參與和平權，在博物館其實具有相當大的發展潛力，因此國內博物館近年來陸續出現微型化、機動巡迴各地的展覽，以平權和教育為主要目標。然而，近年來商業性的快閃展、文創店的快閃展示，在炫目和設計美觀程度上，都達到了足以作為自拍打卡點為號召的程度，使得博物館的快閃/微型展示在創造體驗和提升吸引力方面，面臨了競爭和比較的壓力。如何提升博物館快閃/微型展示的體驗性以吸引觀眾、進而達到促進平權、教育等目標，便成為重要的課題。所幸，拜科技進步之賜，數位體驗技術的可複製、可移動、可再編輯特性，提供了大幅增強快閃/微型展體驗豐富度的可能性，也讓博物館可以快速的將數位體驗裝置布署於快閃/微型展示，以快閃/微型形式提供數位體驗、促進數位參與，深入各種場域，同時消弭文化和數位落差。

然而，國內博物館界對微型/快閃展的相關討論卻十分稀少，僅有的少數相關討論都集中於商業的快閃展或文創快閃店活動。國內博物館界不僅在一般的快閃/微型展方面缺少討論，對於如何將數位科技融入快閃/微型展示之中，則更缺乏相關研究。然而，面對各類文創型、商業型快閃展覽不斷出現，觀眾對「體驗」標準的提高對博物館形成競爭壓力、而博物館又必需要兼顧參與和教育的使命，在結合科技體驗之後、提高體驗之餘，是否能兼顧原本的參與、平權、教育，便更需要研究和探討。因此，本研究的主要研究目的，在於探討在體驗性要求日益提高的今日，結合了數位科技的快閃/微型展覽是否能夠發揮其應有的教育和平權功能？而以教育和平權為目標的博物館微型展又是否有和強調體驗的文創商業型快閃展互相學習影響的可能？

¹ 史辰蘭，《類博物館研究：一個博物館的現象》（臺北市：國立台灣師範大學美術學系未出版之博士論文，2019年），頁1-2。

² Mary Kwandras, “Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices,” *Museum Studies Projects*. 13(2019), from: https://digitalcommons.buffalostate.edu/museumstudies_projects/13(accessed: 20221120)

³ Nina Simon, “A Radical, Simple Formula for Pop-Up Museums,” *Museum 2.0*. 2011, from: <http://museumtwo.blogspot.com/2011/11/radical-simple-formula-for-pop-up.html>. (accessed: 20221125)

⁴ Nora Grant, “Pop up museums: Participant-created ephemeral exhibitions,” *Exhibitionist: Journal of National Association for Museum Exhibition*, 35.1 (2015): 14.

⁵ Caleb Andrew Stockham, “There’s a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces” (Washington: University of Washington, 2019), 15.



為此，作者擬以國立故宮博物院（以下簡稱故宮）於 2019-2020 年間所進行的實驗性「數位微型展」為案例，對於藝術博物館如何結合數位科技提升微型/快閃展覽的體驗性和吸引力、並進而提升平權和教育效果進行探討。研究方法上，主要以個案法為主要取徑、先採取文獻分析整理、並對該展之選件策劃及場域規劃和落實平權的作法進行分析，作者並以本展主要執行者之一的身份，對該展進行參與式觀察，並由作者設計問卷，委由執行團隊發放後由作者回收進行分析。經由上述架構，探討以數位體驗為主的微型/快閃展覽之記憶與體驗效果為何、在平權及整體教育效果上的意義、以及實施上的困難及侷限何在，並對我國博物館界未來在規劃此類型態的展覽提出若干建議。本文將首先介紹快閃/微型展的定義與類型、快閃文化與快閃/微型展覽的起源、此類型展覽的優缺點，並以故宮的「數位微型展」為案例進行個案分析，並提出結論與建議。

貳、快閃/微型展覽之定義與類型

所謂快閃/微型展覽，指的是一種短期的、實驗性的展覽活動，不僅展出時間短，通常只有幾小時到幾天或數週，展出空間也必需能因地制宜進行調整，可以出現在百貨公司、商店、停車場、圖書館、學校、公園等地進行移展。^{6,7,8,9} 此外，部份文獻或實務則顯示所謂快閃/微型展覽，指的是小型的、以短時間或以較少藏品所布置完成的展覽，展出時間有長有短，這種展覽通常發生在博物館或圖書館等正式的文化機構內，但沒有外出巡迴移展，例如國立臺灣博物館曾辦過以微型為名在大廳展出為期 3 個月的短期標本展、國家圖書館則曾將台北國際書展的展位縮小後在館內微型展出 1 個月，這些以「微型」為名的展，^{10,11,12} 具有微型展面積小、時間短的形式特徵，但並不是在館所以外的社區或場域辦展，而是在策劃展覽的母機構內所舉辦，在規劃之初未必有深入社區進行快閃或巡迴的準備。

大體上來說，快閃/微型展覽的特徵很明顯具有規模小、展覽週期短、地點可因地制宜的特徵。但是在內容特性上，目前國際間相關研究，則大致將快閃/微型展覽分為兩大類型，分別是商業性或拍照取向的快閃展（Instagram Worthy Pop-up Exhibit、Insta-pop up），以及博物館導向的原始快閃展（Original Pop-up Exhibit）兩種類型：^{13,14}

一、商業性或拍照取向的快閃展

此類的快閃/微型展，大多具有商業性的特質，並且隨著手機自拍文化（Selfie）、上傳社群媒體的風氣而開始流行。此類的快閃展，大多具有美觀、高度視覺衝擊性、話題性等

⁶ Grant, "Pop up museums: Participant-created ephemeral exhibitions," 15.

⁷ Stockham, "There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces," 15.

⁸ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 1-2.

⁹ 馮文君，〈文創品牌之策展設計與形象塑造：以【有情門】品牌為例〉，《修平學報》第 38 期（2019 年），頁 16。

¹⁰ 張懿文，〈[2021 台北國際書展] 在國家圖書館微型展出〉，《國家圖書館館訊》第 168 期（2021 年），頁 14-16。

¹¹ 楊富鈞，〈來自原鄉：源自各外來種原生地的博物館典藏標本微型展〉，《臺灣博物季刊》第 39 卷第 3 期（2020 年），頁 98-105。

¹² 黃冠龍，〈未來博物角-111 館慶微型展〉，《臺灣博物季刊》第 38 卷第 2 期（2019 年），頁 88-89。

¹³ Stockham, "There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces," 15.

¹⁴ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 1.



元素。其操作方式則有多種不同類型，有的快閃展覽會與特定商品之形象塑造結合，將門市和品牌形象作為展覽的設計重點，以門市或商業展會為展覽場地、以產品進行展覽設計重點，將產品中的文化與美學認同作為品牌與形象塑造的元素，¹⁵ 甚至博物館商店也採取此類的取徑辦理快閃展；¹⁶ 有的則將零售與策展設計結合，以快閃展覽的模式將展覽設計應用於市集或商品展示；¹⁷ 而有些快閃式展覽，則並未與特定的商品或品牌有關，而是展覽自身便是營利主體，展覽內容雖有特定主題，但主要吸引觀眾參觀的亮點，是具有衝擊性、可供拍照炫耀、視覺上具有奇觀和話題性的布置和設計、可提供驚奇體驗的場域。此類快閃展通常是收費的、營利的，例如國外文獻中經常出現的 Museum of Ice Cream、Museum of Pizza 等冠以博物館或展覽之名的快閃展，或是國內各文創園區中常見的各種形形色色的快閃展。這些展覽雖然冠以博物館或展覽之名，可是通常與博物館無關，但由於可以讓觀眾觸及某些議題、帶來回憶或體驗，也並非完全沒有教育價值。¹⁸

二、博物館導向的原始型快閃展

此類的快閃/微型展，則是由博物館設計、發動，基於特定的展覽理念或藏品，應用微型展小型化、短期和因地制宜的特性，深入社區辦理展覽，並強調經由展覽，促進社區成員的參與和對話。此一類型的快閃/微型展，除了博物館設定主題、布置、提供展品以外，更鼓勵社區內的成員主動參與、甚至提供自己家中收藏的物品或自己創作的作品參與展出，以展覽方式，讓社區內不同的人、事、物在特定的主題下互相對話交流，^{19,20}使得文化的平權和觀眾的參與能得到實踐的機會。

此一類型的快閃/微型展覽，讓博物館可以成為社會互動的樞紐（Hub），在平權和參與的實踐上有重要的意義。根據 DelCarlo 的研究，博物館以此種展覽形式推動社區的參與和平權對話，具有相當大的潛力。他認為，博物館在現今社區博物館、生態博物館、以及參與式理論的基礎上，已經有深入社區辦理對話性展覽的基礎，而對話（Conversation）本身就是一種意義建構的過程，有助於學習體驗的建立，而博物館經由建立在社區中辦理展覽，可以將人們有效的聚集在一起、共同思考、分享各自的故事、並進而讓社區更為緊密，這些都能讓博物館的教育功能得到更大的發揮。²¹在此一理念的驅使之下，近年來已有不少博物館或文化團體去策劃、建立各種不同主題的快閃/微型展覽，例如紐約大都會美術館在超級盃期間舉辦有關美式足球歷史的微型展、聖塔克魯茲美術館（Santa Cruz Museum of Art）所舉辦的社區文化快閃展、紐約的草根性文化組織所舉辦的酷兒文化歷史（Queer History）快閃展、²²佛羅里達博物館所辦鼓勵民眾提供自己家中的化石來參展的

¹⁵ 馮文君，〈文創品牌之策展設計與形象塑造：以 [有情門] 品牌為例〉，頁 18。

¹⁶ 徐嘉黛，〈科技導意：形塑使用者意會賦能博物館商店服務創新〉（臺北市：國立政治大學科技管理與智慧財產研究所未出版之博士論文，2019 年），頁 1-2。

¹⁷ 陳詩奇，〈探討台灣創意手作市集的遊逛者體驗——以策展設計為視角〉（臺南市：國立成功大學創意產業設計研究所未出版之博士論文，2021 年），頁 1-2。

¹⁸ Stockham, "There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces," 44-47.

¹⁹ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 2.

²⁰ Grant, "Pop up museums: Participant-created ephemeral exhibitions," 15-16.

²¹ Michelle DelCarlo, "Conversation and community: An exploratory study of the pop-up museum concept," (Washington: University of Washington, 2012), 8-11.

²² Grant, "Pop up museums: Participant-created ephemeral exhibitions," 14.



化石快閃展，²³都是此類強調平權和社會對話的快閃/微型展覽，有些博物館甚至還發展出快閃展的規劃手冊和課程指引，^{24, 25}希望可以不斷複製、優化快閃/微型展覽的策展、降低微型展的規劃成本、擴大微型展的教育結合效益。

此外，由於博物館快閃展覽的對話、分散、參與特質，也使其容易和學校教育結合，成為教學上的有力工具。例如，英國曾有藝術大學中的批判思考（Critical Think）課程，以快閃/微型展模式，鼓勵學生在特定主題下反思、進行藝術創作，並讓學生分組合作進行討論和思考以完成策展任務，達到批判思考的教育目標。²⁶在中小學層級，也曾有學者提出，可以結合素養教育和問題導向學習（Problem based learning），讓學生策劃以教室為啟動重心的快閃展，讓中小學生在一定主題下，學習如何詮釋文字、事件、人物、教材，並加以組織後展現出來。²⁷而在兒童藝術教育方面，快閃/微型展也可發揮教育作用。在紐約的兒童美術館（Children's museum of the arts, CMA），曾規劃一系列的快閃/微型展，除了由館方提供部份藏品作為策展的展件以外，也鼓勵兒童進行特定主題的藝術創作，並學習以策展的方式學習展品的歷史、故事、意義，並將兒童的創作和館藏品一併展出。²⁸綜合而言，在校園結合教學實務的快閃/微型展，基本上是將學校視之為一個社區，²⁹社區的主要活動者就是師生。

經由上述分析，可以發現商業性或拍照取向的快閃展、博物館導向的快閃展，兩種不同類型的快閃/微型展覽，在規劃單位、主要參與者、參觀或參與方式、主要目的等各方面特性上均存有差異，經比較後，整理如表 1 所示。

表 1. 商業性或拍照取向的快閃展 V.S 博物館導向的快閃展

	商業性或拍照取向的快閃展	博物館導向的快閃展
規劃單位	商業公司或文創業者	博物館或文化團體
參與者	獨立策展人或展覽公司	博物館策展人、社區成員
參觀/參與方式	慕名參觀、拍照打卡	參觀時也貢獻展件、並參與活動
主要目的	營利、創造流量或形塑品牌	創造對話、建構學習經驗

²³ Sadie Mills, "myFOSSIL Mobile App," *My Fossil*, 5.3 (2018), 1.

²⁴ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 23.

²⁵ Zahra Ahmed, "Pop-Up Museum Curriculum Guide," 2013, from: <http://camny.org/wp-content/uploads/2017/01/CMA-Pop-Up-Museum-Curriculum-Guide.pdf>(accessed: 20221119)

²⁶ Norton, "Planning a Pop-Up Exhibition: Reflections on a Critical Thinking Club," 201-203.

²⁷ Deborah Aughey, "The Pop-Up Museum: How Students Exhibit Critical Literacy Practices Through Project-Based Learning," *Doctor of Education in Secondary Education Dissertations*, 10. (2017), from: http://digitalcommons.kennesaw.edu/seceddoc_etd/10(accessed: 20221120)

²⁸ Ahmed, "Pop-Up Museum Curriculum Guide", 4-5.

²⁹ Aughey, "The Pop-Up Museum: How Students Exhibit Critical Literacy Practices Through Project-Based Learning", 41.



參、微型/快閃展起源與其優缺點

根據國外的相關研討，快閃/微型展覽的起源是近十餘年的現象。目前文獻上正式以快閃之名被記錄下來的展覽，其辦理時間為 2007 年，最初的目的是由於裝置藝術家無法在藝廊找到合宜的檔期展出，故利用其它公共空間進行短期的、不受博物館或藝廊控制的快閃式展出。³⁰但事實上，藝術作品以快閃形式面世、展出，其出現的時間遠早於 2007 年，早在 50、60 年代，各種實驗藝術、裝置藝術家就已經開始利用各種小型、非正式的地點在短時間曝光自己的作品，^{31, 32}此類藝術活動，或許可以視之為當今快閃/微型展覽、甚至是快閃活動的遠祖。而到了金融海嘯、經濟衰退出現時，博物館或文化機構也發現，以快閃/微型的方式辦理展覽，不失為一種經濟、可節約成本的展覽方式；³³再加上 2010 年代以後智慧型手機和 FB/IG 等強調圖像的社群網站的普及，使得千禧世代（Millennials）熱愛以手機拍照打卡、自我關注，³⁴都使得快閃/微型形式的展覽，在商業領域和博物館領域都獲得了一定程度的重視。

無論是商業性或拍照取向的快閃展（Instagram Worthy Pop-up Exhibit、Insta-pop up），以及博物館導向的原始快閃展（Original Pop-up Exhibit），在當今都已經成為重要的展覽和溝通形式。雖然快閃/微型展覽有其出現的起源和時代背景，然而，此種強調短期、小型、地點多樣的展出形式，固然有其優點，但也並非沒有實施上的侷限。大體而言，其優缺點分別有：

一、快閃/微型展之優點

（一）具備成本優勢：快閃或是微型規模的展覽，具備有較為經濟、低成本、但又能觸及不少觀眾的優勢，可作為經費有限的博物館的選項。尤其在疫情影響下，無法大規模群聚，快閃/微型展不失為可行的替代方案。³⁵

（二）商業性或文創快閃展示的體驗性高：商業性或拍照取向的快閃展雖然在教育性、對話性方面遠不如博物館導向的快閃展，但仍可以提供觀眾接觸文化、主動探索、沉浸於環境之中的效果，並創造出感受性影響（Emotional effect），³⁶也有一定的教育價值。事實上，許多博物館的傳統性展示，近年來也開始受到商業性/拍照取向快閃展的影響，在展示設計上和感官引導上開始效法商業化的拍照快閃展。

（三）地點及運作方式具彈性：不管是商業性、還是博物館導向的快閃/微型展，由於運作方式和地點選擇均較傳統的博物館展覽不同，因此快閃/微型展可以打破博物館的刻板印象、跳脫傳統以文物時間序為主軸的策展模式，提供觀眾較為友善的觀展體驗、並建立話

³⁰ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 25.

³¹ 同上註。

³² Stockham, "There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces," 16.

³³ Stockham, "There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces," 26.

³⁴ 陳心方、丁維欣，〈擁抱或拒絕？探討令博物館傷腦筋的 [自拍] 現象〉，《博物館學季刊》第 34 卷第 2 期（2020 年），頁 59。

³⁵ Frances Ann Norton, "Planning a Pop-Up Exhibition: Reflections on a Critical Thinking Club," in *Access and Widening Participation in Arts Higher Education*, ed. Samantha Broadhead (Cham: Palgrave Macmillan, 2022), 205.

³⁶ Stockham, "There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces," 49.



題性。^{37, 38}

(四) 可結合教學實務、嵌入教學現場：博物館導向、以社區為基礎的快閃展，由於具有參與和對話特性，更可以結合教育和教學實務，讓校園微型展的策展創作成為教學活動之一，創造更大的策展價值。

(五) 具話題或行銷潛力：商業性或拍照取向的快閃展，可以為主辦方帶來話題性，而與社群媒體的結合，更可以帶來流量，可以讓內容與社群時代的分享 (Share)、點讚 (like)、連結 (Click) 行為相結合，甚至讓演算法自動去觸及新的觀眾，這是傳統上僅依賴電視、報紙或口耳相傳的展覽行銷所做不到的。

(六) 賦予策展人較大發揮空間：快閃/微型展覽由於具有在社區辦理、在外巡迴展覽和推動的特性，大多數的快閃/微型展都不在博物館場館中辦理。這也讓策展人得以有更大的自由，在遠離館舍空間的情形下、掙脫博物館行政上的科層節制，發揮其策展意志。

二、快閃/微型展的缺點

(一) 易流於活動或缺乏內容：某些快閃/微型展，由於規模過小或缺乏穩定的展覽形式，即使有深入的內容和嚴肅的目標，也容易流於「活動」而非「展覽」；又或是過於強調拍照、缺乏內容主軸，在內容的權威性、可靠性、教育價值等方面都難以符合展覽的定義。

³⁹

(二) 容易淪為拍照點：部份的快閃/微型展覽，尤其是商業性或拍照取向的快閃展，經常有過度設計、提供體驗卻缺乏目標，只具有拍照作用而無其它展覽功能的缺點，也就是俗稱的「網美展」。此類快閃展即便觀眾拍得盡興，但其結果推廣的是觀眾自己、而不是推廣博物館。⁴⁰

(三) 在作法上需與觀眾溝通：博物館導向的快閃/微型展覽，經常需要面對的另一個問題，就是容易引起地方居民或藝文愛好者的疑惑，質疑展覽或藏品應該要在博物館內舉辦。

⁴¹在館外其它公共場所辦展也容易引起「不正式」、「不夠高級」等等的批評。

(四) 拍照文化的副作用：快閃/微型展覽，尤其是商業性或拍照取向的快閃展，其所帶起的「自拍」風潮，使得觀眾在博物館或展覽場所拍照成為常態，可能引發對展品碰撞、影響自己和它人的參觀品質、破壞展覽氛圍等負面效應，也造成博物館管理上的困擾。⁴²

(五) 民眾接受度不一：不同的國家、地區、社區，在文化參與的活躍度和蒐集的風氣上都會有很大的差異。在參與程度較為保守的地方、或是對特定議題不感興趣的社區，博物館要推動以社區參與為重心的快閃或微型展，必需要慎選議題或小心規劃推動方式，否則很容易失敗。

(六) 仍需一定成本：快閃或微型展雖然較傳統、大型展覽的成本要低得多，但仍要有一定的成本門檻始能保障品質。如果誤認為快閃或微型展覽就可以用很低廉的預算去執行、

³⁷ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 4, 77.

³⁸ 陳心方、丁維欣,〈擁抱或拒絕? 探討令博物館傷腦筋的 [自拍] 現象〉,頁 64-65。

³⁹ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 76.

⁴⁰ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 77.

⁴¹ Grant, "Pop up museums: Participant-created ephemeral exhibitions," 16.

⁴² 陳心方、丁維欣,〈擁抱或拒絕? 探討令博物館傷腦筋的 [自拍] 現象〉,頁 60-63。



甚認為展覽的材料及輸出等等都應該要削足適履地全部再利用、不去思考快閃/微型展需因應不同場地調整的重要特質，如此將很容易導致品質低落、造成展覽失敗。快閃/微型展覽的優點及缺點，經整理比較如表 2 所示。

表 2. 快閃或微型展覽的優缺點

優點	缺點
較為經濟、低成本、規模小或展品少、可因應場地的不同調整	某些快閃/微型展由於規模過小或缺少穩定的展覽形式，與「活動」難以區分
商業性快展可以提供觀眾接觸文化、主動探索、沉浸於環境之中的效果	商業性或拍照取向快閃展，常有過度設計、有體驗而無目標等現象，只具有拍照作用
可以打破博物館的刻板印象、跳脫傳統以文物為主軸的策展模式	容易引起居民或藝文愛好者疑惑，質疑展覽應該要在博物館內舉辦、或被批評簡陋
具有參與和對話特性，更可以結合教育和教學實務，創造更大價值	觀眾在展覽場所拍照成為常態，可能引發碰撞、影響參觀品質、破壞展覽氛圍
可以為主辦方帶來話題性，而與社群媒體的結合，更可以帶來流量	在較為保守的地方、或是對特定議題不感興趣的社區，參與型的展示可能失敗
讓策展人有更大的自由，在遠離館舍的情形下、掙脫行政的科層節制	規模雖小仍要有一定的成本始能保障品質，經費若不足仍容易導致展覽失敗

（資料來源：本研究自行整理）

肆、故宮數位微型展案例

一、國內博物館數位巡展及微型展的發展

有鑑於快閃或微型展覽在國外博物館界已成為常見的實務，加上國內文創業界、商業界也已引進快閃展的概念，故宮也開始思考、嚐試以快閃/微型展覽推動觀眾參與，促進平權的可能性。

事實上，過去國內的博物館、文教團體，都曾經嚐試辦理各種以平權、教育或其它目標的巡迴展。例如，故宮曾在 2017-2020 年間，辦理數位巡迴展計畫，一共在 11 個縣市藝文場館辦理 15 場以數位互動體驗為主的中大型展；⁴³而近 2 年來，故宮也曾經以小型化的方式參與資訊月展、旅展等商展活動；也持續推動「故宮遊藝思」計畫，提供交通

⁴³ 吳紹群，〈博物館數位新媒體展示發展歷程研究—以故宮數位巡展示範計畫為例〉收於顏上晴、蕭國鴻主編，《博物館展示新趨勢》（高雄市：國立科學工藝博物館，2021），頁 192。



服務讓離島、偏鄉中小學生可以來故宮實地參觀並輔助教學，以發揮平權效益。此外，民間文教團體也積極推動小型、巡迴的校園藝術展，例如廣達「游於藝」計畫，多年來選擇不同主題（如自然觀察、宋代藝術、特定藝術家等等）在許多中小學進行巡迴展⁴⁴，成效顯著。

然而，值得注意的是，以上案例雖然有的確實發揮了微型化深入巡迴、有的則強調以數位體驗為主的巡迴，但都無法突顯以數位體驗結合微型化進行深入各地巡展的特點。例如，故宮所推動數位巡展，不僅多為面積百坪以上、裝置複雜的大型數位體驗展，且多位於各縣市中心的正式場館，雖然可以發揮以數位科技賦能巡展的效果，但無法發揮小型化、深入各地推動平權和參與的效果；而資訊月、旅展之類案例，雖然有實踐微型化的目標，但其本質上是參與商展性活動，並無法發揮博物館教育功能；而故宮「遊藝思」雖然將觸角伸向眾多中小學，但並無進入中小學辦理展覽；而廣達「游於藝」計畫，則是確實以小型化展覽與中小學合作，但主要媒材仍以圖版輸出、複製文物為主，並非以數位體驗或數位內容為主的微型/快閃展覽。因此，故宮在 2019 到 2020 年間，開始思考在現今文創快閃展示、商業性快閃展體驗性日益提高的情形下，是否有可能以數位科技手段、提升博物館微型/快閃展覽的豐富度和吸引力、並進一步發揮其原本應用有平權和參與任務，為博物館的快閃/小型化的巡迴找尋新的運作型態和模式。

適逢現今數位科技快速進步，博物館可用於提升觀眾體驗的科技選擇相當多，包括 AR/VR、動畫影音、投影互動、沉浸效果、體感互動、行動載具、光雕或機械藝術、3D 應用等等，都可以有效的帶給觀眾新穎的體驗、並從中獲得知識或加強記憶。在這些可能的數位體驗技術中，目前已有相當多的技術已經可以複製、攜帶、機動安裝、甚至小型化，這也為快閃/微型展在策展時，增添了數位展件的選擇空間，甚至有可能辦理以數位物件為主體的快閃/微型展。更重要的是，博物館所辦理的快閃/微型展覽，在視覺美觀和可拍照打卡的程度，固然仍難以和商業性或拍照取向的快閃展相比，但如果博物館的快閃/微型展覽能夠引進數位互動體驗，就可以有另一種吸引觀眾的亮點、並可以確保能提供給觀眾更豐富和多樣的體驗，彌補博物館導向的快閃/微型展在體驗性上不足的缺點。因此，故宮資訊單位的團隊開始思考，是否有可能從促進平權和參與的角度出發、應用數位技術，規劃一系列以數位體驗為主的快閃/微型展覽，於是在 2019-2020 年間，推出一系列博物館導向、結合可攜式數位裝置、以「學習」、「參與」、「平權」為目標，在 11 個中小學巡迴辦理、結合師生藝術教育需求的數位微型展。

二、數位微型展保持教育、參與及平權特質的具體做法

在前述理念之下，故宮資訊單位團隊規劃了以故宮文物藝術為主題的數位內容為核心、以推動／輔助中小學藝術教育為主要目的之系列型微型展，並且為推動平權，以中、南、東部和離島為微型展的主要移動巡迴地點。由於主要目的在於以快閃/微型展方式，在課室中協助中小學藝術教育之推動，因此，本系列微型展，選擇以「學校」為主要的展覽所在社區、以師生為主要的社區參與者。具體促進參與和學習的作法包括：

⁴⁴ 廣達文教基金會，〈看展覽〉，《廣達游於藝》。2022 年 12 月 20 日引用，https://iic.quantia.edu.org/exhibition_list



(一) 微型展展期配合中小學藝術教育／生活科技的教學期程，在學校教室展出小型化的數位物件、讓中小學生在修習藝術教育課程時，可以就近在校內參觀、體驗，以加強學習印象。

(二) 選擇三所學校，讓學生以學校教學發展的重點自行製作展件，並納入展覽的主題中，成為展覽的一部份。例如，台南大同國小的學生，將手做的當地火車站的模型，納入巡迴至該校展覽的一部份；南投國中等校的學生則將該校發展自造教育的學生作品，和本次巡迴微型展中的自造教育教案一併展出、同時展現自造科技在藝術教育上的方法（教案展示）和成果（學生作品展示）。

(三) 另外製作如何將故宮數位內容融入十二年國教課綱的大型輸出，以張貼或 LCD 展示板方式，幫助老師在參觀微型展後，對於如何將故宮內容如何融入新課綱教學可以有初步的概念，同時也展出以故宮內容為主題的 STEAM 教案成品，方便老師直接參考。

(四) 數位微型展全案共巡迴 11 所中小學校及 1 所大學。除了啟動活動設定在台北的大學展開，以及新竹、新北以外，其餘的展覽地點，均選擇在花蓮、台東、屏東原鄉、南投、澎湖、台南、台中海線等地的中小學，以達到平權的效果。

三、數位微型展之數位展件與場域規劃

在確定了本次微型展的主題之後，執行團隊開始進行策展選件的工作。由於本次微型展的主要目標，是希望以具有可攜性的數位裝置為主要內容，因此，在策展選件上，主要方向有二：一是在內容上要能涵蓋器物、書畫、輿圖多種主題，不能因為某一主題的數位裝置較多而有所偏重；二是所選擇的數位裝置，在技術上要能夠快速的移動安裝或有小型化的潛力、而且不能是用播影片的方式處理，必需要有一定的互動性和體驗性，才能因應現代觀眾對體驗性和感官標準已被提高的趨勢。根據上列二個方向，對故宮的各類數位裝置進行檢視和討論後完成選件，並在選件完成後進行週邊的說明卡、以及將這些數位內容融入十二年國教課綱的設計輸出。

本次微型展在前期一共選擇了 5 種便攜型的數位內容，後期則新增加了學習機器人一項，最後新增達 6 種，並將展覽空間限制在 2-3 個標準教室，每個巡迴點的展出時間則視各校條件不同，由一週到三週不等。這些便於移動、小型化的數位內容，包括以下數種：

(一) 坤輿全圖 AR 展件：以故宮古地圖「坤輿全圖」為素材，將之包覆為圓球，再設計 AR 載具，使學生可以將 AR 載具瞄準古地圖，便可同時看到古地名、古生物的現代化圖文解說。其操作如圖 1 所示。



【圖 1】數位微型展坤輿全圖 AR 展件

(二)自敘心境書法 VR 裝置:以全覆式的 VR 眼罩,提供學生沉浸式的體驗,用以了解書法的意境、並用手持式遙桿在虛擬環境中模擬寫書法。其操作示意如圖 2 所示。



【圖 2】書法 VR 裝置於數位微型展現場操作狀況

(三)透明電子顯示複製文物展示箱:本次微型展也將「祖乙尊」、「犧尊」兩個器物類的複製品列入展件,在展覽現場放入具透明電子顯示功能的展箱之中,並且設定好將複製文物的解說文字自動在展箱的玻璃上動態顯現。如此,師生在觀看展箱的複製文物的同時,在展箱的玻璃上就可以同時浮現介紹文字或浮現介紹圖片。其運作效果如圖 3 所示。

(四)雲端學習影片:在現場以即時連線、影音串流的方式,播放故宮一系列的文物動畫影片,供觀展時可以座下來觀賞。



【圖 3】透明顯示複製文物展示箱

(五)教學體驗作品(教案成品):展出包括三連玉環 3D 列印的故宮創客教案。並輔以融入十二年國教新課綱的說明。

(六)社交機器人:採用凱比(Kebbi)學習機器人,展出前先對機器人的



【圖 4】數位微型展現場學習機器人與學童互動情形

視覺識別演算法進行故宮文物的造形辨識訓練,使之可以辨識若干故宮知名文物的照片。然後在機器人的軟體功能上設計猜謎流程,學生可將印有故宮文物的照片放在鏡頭前讓機器人進行辨識、並回答機器人詢問此為何種文物,進行猜謎遊戲。其運作狀況如圖 4 所示。

而除了上述主要的數位展件以外,本次數位微型展在若干巡迴場次中,如有空間、電力、展場導覽老師調度較寬裕的學校,會再增加少量其它的數位展件,如故宮手繪掃描投影、投影互動裝置、360 錄影型影片的 VR、電子書等等,惟並非每一個巡展點都有配置。





【圖 5】數位微型展有關故宮文物融入 108 新課綱之 LCD 展示

每一個微型展的巡迴站點，除了在現場展示上述的主要 5 或 6 項數位物件以外，每一個數位物件也都有製作如何融入課綱的說明牌、現場也提供故宮內容如何融入新課綱教學的大幅輸出或 LCD，其布置如圖 5 所示。而為了創造展覽的情境，在作為展間的教室、走廊動線、校園入口，故宮都製作了具統一設計的輸出，一方面用於引導參觀，另一方面也可以美化參觀質感、創造



【圖 6】數位微型展走廊、牆面展覽氛圍輸出

「展覽」的氛圍。相關的展覽氛圍輸出如圖 6 所示。

伍、數位微型展教育成果與其侷限

故宮本次實驗性的微型展，如同第三章探討快閃/微型展覽的優缺點時所提到的，是企圖發揮快閃/微型展的優勢，並且如同國外快閃展與教學現場結合的案例，將「學校」視為展覽所欲發揮效果的「社區」，而社區中的參與者就是師生、社區內本次展覽設定的主題就是藝術教育的學習效果。因此，本次微型展在訴求上，是期望經由數位科技的可移動性、高體驗性，一方面滿足觀眾對現代快閃或數位活動的高體驗性期待，另一方面更是要讓以數位為主體的展覽可以巡迴到文化資源較為弱勢的地區中小學以發揮平權作用、吸引觀眾體驗參與、並經由微型展來提升或促進中小學內藝術教育的學習效果。

而為了解本次微型展是否有達到提升或促進中小學教育效果的目標、以及探討本次微型展運作方式上對於博物館有何意義，本研究在針對記憶與體驗效果方面，特別選擇微型展在巡迴到中小學的第一站，由作者設計問卷、委託執行團隊進行學習效果的抽樣問卷調查。而在數位微型展對博物館的平權和整體教育意義方面，則採取個案分析和參與式觀察，進行歸納性的分析、並對於數位微型展的侷限進行探討。

一、數位微型展的記憶與體驗效果分析

在博物館的教育理論之中，個人背景、環境脈絡、社會脈絡共同構成了參觀展覽的記憶與體驗，達成博物館教育效果。為了解故宮數位微型展的記憶與體驗效果，研究者設計問卷並特別委託執行團隊，在巡迴的首站，即在參觀展覽的全部 846 名學生中，選取 609 名進行問卷調查。其中男性學童占 49%、女性學童占 51%。在年齡的分布上，7 至 8 歲占 3%、9 至 10 歲占 39%、11 至 12 歲占 54%、13 至 15 歲占 1%、16 歲以上占 3%。⁴⁵作者進一步分析其分布及結合現場觀察，在中小學校園辦展固然有老師引導參觀等等的因素，但也大致可以看到，故宮數位微型展在受眾年齡的效果上，以小學中、高年級較有吸引力，

⁴⁵ 力新國際科技，《故宮數位微型教育巡迴展委託服務案第三階段執行報告書》（臺北市：力新國際科技，2020 年），頁 38。



對於小學低年級和國中生的吸引力較低。

而若問卷進一步問到在「坤輿全圖 AR 展件」、「自絃心境書法 VR 裝置」、「透明電子顯示複製文物展示箱」、「雲端學習影片」、「教學體驗作品（教案成品）」等五個展件的喜愛程度，則以 VR 獲得最為喜愛的數量最多、其次為「透明電子顯示複製文物展示箱」、排第三者為「雲端學習影片」、第四位為「坤輿全圖 AR 展件」、最末位為「教學體驗作品（教案成品）」。可見高互動、高沉浸的 VR 作品，的確最能吸引學童的關注。但問卷若是問到數位展件中所詮釋的文物、哪一件最有印象，則呈現出不同的結果，結果顯示，填答最有印象的文物，以使用「透明顯示複製文物展示箱」進行展示的祖乙尊、犧尊兩件文物，給最多人留下印象；其次為應用 VR 技術展出的「自絃帖」書法、排第三者為應用 AR 載具互動的「坤輿全圖」、第四位及第五位分別為「教學體驗作品（教案成品）」展區中以 3D 列印方式展出的自造教案原始素材「馬球仕女俑」、「三連玉環」。⁴⁶由此結果可以發現，雖然 VR 裝置是中小學生在微型展中最喜愛的展件，但是以動態玻璃螢幕提供解說、在「透明顯示複製文物展示箱」展示的複製文物，雖然不若 VR 那般具有高沉浸和高互動性，經由創造仔細觀賞的環境、有效的課程期程配合、老師的引導介紹等等，仍然可以給參觀的學生留下最深刻的印象，發揮微型展深入校園的作用。這也顯示了數位微型展雖然強調可移動的數位體驗，但是如何發揮快閃/微型展覽的參與和對話學習效果，仍然有賴於合適的觀展/配套措施，而非僅靠使用高度沉浸或高度互動的裝置。

二、微型/快閃展結合數位科技在平權及整體教育效果的意義

故宮數位微型展，企圖應用現今數位科技可改作後縮小、可移動之優勢，結合以校園為社區的理念，經由參觀展覽提升學習效果以及巡迴各地促進平權。經由對全期程十一所中小學的實施觀察，對於以數位方式結合快閃/微型展理念，在平權、整體的教育效果等方面的作用，包括以下數方面：

（一）以數位科技結合快閃/微型展覽有可行性，有助分散型平權活動應用

由前三章的文獻整理與探討可知，博物館導向的快閃/微型展覽，必需以社區的參與或體驗學習為目標。而為了達到可以讓學童在學校裡即可經由體驗、提升對藝術品的記憶，故宮將 AR/VR 以小型化或移動的方式導入於快閃式展覽中，例如，本次展覽為了因應快閃/微型展覽的特性，故宮特別將原本尺寸達 1.5 公尺的「坤輿全圖」AR 裝置，改製為直徑不到 0.5 公尺的小型體驗裝置，原尺寸改製前和因應快閃展需要改製後的比較，如圖 7 所示。觀察全期 11 個中小學展覽地點，極少發生故障或小學生無法適應使用的情況，也驗證了博物館體驗科技以小型化、移動性方式融入展覽的可行性，有助於未來故宮將更多其它的數位體驗技術帶往維修或環境條件不佳的偏鄉，進一步實踐文化平權。



【圖 7】「坤輿全圖」AR 互動裝置原尺寸（左）、因應微型展所需縮小改製版（右）

⁴⁶ 力新國際科技，《故宮數位教育巡迴展委託服務案第三階段執行報告書》，頁 42。



（二）數位科技的特性，促使快閃/微型展覽模式的運作有更大空間

由文獻的整理分析可知，博物館導向的快閃/微型展覽，需要能融入社區所關心的主題、調動出社區成員的參與。由於現代人在學習、生活、娛樂等方面，已習慣於以數位形式進行，博物館的快閃/微型展示，在傳統的展陳模式外如果能搭配、組合可攜式的數位裝置，以實體/電子混合的形式展出，相信對於快閃/微型展示的效果將可大大提升、並讓參與者在與生活經驗一致的情形下更快接受。

（三）數位體驗結合快閃/微型展模式，有助於快閃/微型展示和教育結合

本次故宮的實驗性數位微型展，若相比於國外的案例，是一種典型的與教學/教育的快閃/微型展覽。觀察本次的執行過程可以發現，單純將既有的數位體驗裝置小型化再製或移動到教室，並不能完全切合展覽目標或發揮教育目的。過程中還需要為每一個數位展件發想/製作如何融入教學的說明卡、特別製作故宮內容如何與十二年國教新課綱配合的概念圖、STEAM 教案的展示，才能夠讓博物館的「體驗科技」轉化為「教學科技」，在校園微型展中發揮作用。

（四）科技互動、數位體驗可增強博物館快閃/微型展覽的吸引力

經過觀察，本次數位微型展，由於結合了 AR/VR、影音、教案展示，在一定程度上，可以作為博物館快閃/微型活動的亮點。由於博物館導向的快閃/微型展覽，在視覺吸引力和話題性上難以和商業及拍照型的快閃展相比，故而博物館導向的快閃/微型展示，除了以參與和學習來發揮文化價值以外，也可以融合數位科技創造吸引力、為觀眾提供多元的體驗。本次觀察數位微型展在中小學校園的辦理狀況可以發現，數位體驗的確可以在中小學校園中發揮吸引參觀的作用，許多同學即便沒有老師引導，也會自行前往參觀體驗。此一現象對博物館來說，有相當重要的啟發意義。

整體而言，經由觀察可以發現，將 AR/VR、影音、透明電子展示箱甚至社交機器人 (Social Robot) 與微型/快閃展覽結合，可以有效提升學生觀展的有趣程度和參觀的興趣。這種配合課程教學、直接進入學校辦展的作法，可以經由老師的授課進程建立先備知識、再經由參觀展覽並操作數位體驗裝置，不僅可以加深課程相關內容的印象、更可以達到遊戲化學習 (Gamification) 的效果，避免了中小校園中藝術教育課程因缺乏體驗而流於枯燥的問題、也解決了部份中小學因經費及交通問題無法因應授課需求而前往美術館參觀的問題；而部份中小學師生在本次展覽中配合策展主題，與藝術教育、生活科技課程結合，將手做的當地火車站的模型、自造教育的學生作品融入展覽中，則更可以在此一展覽準備的創作過程中達到意義建構 (meaning-making) 的教育目的。

三、數位微型展策展實施之侷限與困難

雖然數位科技應用於巡迴性的微型/快閃型展覽具有提升體驗性、吸引觀眾參與的優勢，在某種程度上回應了新型文創型、商業型快閃展在體驗性上對博物館快閃/巡迴展的衝擊。但由故宮此一以中小學教學場域為主要實施對象的案例而言，也可以發現要將數位科技應用於微型、快閃型展覽，要在提升數位體驗之餘要維持博物館快閃/微型展的參與和教育本質，仍有其實施上的侷限與困難：



(一) 並非所有符合策展主題的內容都有數位裝置

由於當今文創店快閃展示、商業性快閃展大大拉高了小型化展示在體驗性方面的門檻，雖然導入數位科技可以快速提高博物館微型/快閃展示的體驗性、互動性，但由實踐中可以發現，在有一定策劃主題或選件原則的情形下，並不是所有適合的內容都有小型、可移動的數位裝置版本，有時還需要特別予以小型化。對執行的博物館在策劃上是一項挑戰。

(二) 策展目標受眾是「師」或「生」比重不易拿捏

以本次案例而論，數位微型展的的策展主軸是以故宮數位體驗作為例子展示博物館數位內容如何結合 108 課綱，不僅要讓學生經由數位體驗對故宮的書畫、器物、輿圖型態文物有驚奇和體會，也要讓老師可以了解 108 課綱架構下如何將藝術與科技結合進行跨領域教學設計。因此，在展覽設計上，究竟要訴求以「生」的需求為主、還是以「師」的需求為主、如何兼顧等等，都是需要拿捏和特別規劃的。

(三) 需要配合各中小學的特定課程實施時間

數位微型展由於以中小學教學場域為主要移展地點，若欲發揮效果，必需要配合教師在相關領域課程的授課，根據實際狀況觀察，配合的課程多為藝術領域、生活科技領域課程。由於需要配合相關授課領域進度以校園微型展形式輔助課程進行，因此在實施的時間、排程上有相當大的限制。

(四) 師生作品融入展覽主軸的參與有其侷限

根據文獻裡國外對於微型/快閃展覽的定義，博物館的微型/快閃展覽除了博物館收藏的展件可用於展示以外，也可以讓社區居民自己提供家中的收藏、自有物件拿到展覽中展示，以促進參與。在故宮數位微型展的案例中，有三所學校配合策展主題，以學生的自造模型作品、自造科技教學作品納入展示；然而，其它學校由於校方的發展重點可能並不在自造、跨域、科技或工藝上，故而很難以自有物件參與展覽。

陸、結論與建議

快閃/微型展覽的小規模、短時間、因地制宜等特性，對於博物館的推廣和深入不同社區，具有極大的應用潛力。尤其，近來數位科技的體積越來越小、數位編輯的彈性也日益提高，數位體驗的可移動性、可結合其它內容的能力都明顯提高，這使得常在各種場地移動、規模小、準備和展出時間都很短的快閃/微型展覽納入數位體驗元素成為可能，但可惜的是目前國內的相關探討仍然相當缺乏。故宮在 2018-19 年間所推動以教育和平權為主要目標的數位微型展，應用了快閃/微型展覽的特點，並納入數位體驗元素，使之進入東部、離島等地之中小學校園，並與十二年國教新課綱的應用相結合；尤其，新課綱的導入，對於中小學在教材、師資、方案、設備等各方面的準備，都開始出現了城鄉差距，⁴⁷ 藝術類或歷史類博物館，以快閃或微型展的模式進入校園，可以為文化資本不足、資訊素養不足的偏遠中小學生提供直接的資源近用機會，尤其參觀大型博物館因為需要投入交通、社

⁴⁷ 葉乃靜，〈108 課綱的困境與機會〉，《風傳媒》，2022 年 9 月 20 日引用，<https://www.storm.mg/article/3090654?page=1>



交、時間，其動機十分複雜，⁴⁸在動機和條件如此多樣的情形下，要激發偏遠地區中小學生到大型博物館參觀並不容易，因此快閃/微型展直接進入生活所在學校的模式，並且直接與學生的生活最相關的學習現場相結合、和老師工作最相關的教學相配合，可兼顧方便與動機，在平權上可說是相當重要。而此一模式對於偏遠對於教育資源和資訊素養落差的彌補，也有很重要的意義。而數位科技的可移動和可小型化的特性，有助於深入各地以落實彌補城鄉落差的目標，數位互動的高體驗性則有助吸引參觀、提高師生參觀後的記憶和整體學習成果。

本文經由對快閃/微型展的介紹以及對故宮數位微型展案例的探討，可以了解到快閃/微型展模式結合數位體驗進行巡迴展示的可能性、教育效果、以及在平權和未來發展潛力上的特性。本研究亦基於個案的基礎，針對國內博物館在未來發展快閃/微型展覽，提出若干建議與思考策略：

一、博物館快閃/微型展覽未來走向更參與、進入更多社區的可能性

目前國內的博物館雖然已有快閃活動、部份博物館甚至還有快閃店的設置。然而以展覽形式辦理的快閃展/微型展仍然較少。故宮本次的數位微型展，雖然在校園辦理，但僅有 3 所學校有嚐試鼓勵學生創作、並將創作予以組織後融入本次以提升學習為目的的展覽、彰顯該校的發展特色。由於博物館的快閃/微型展覽，最重要的特色便是走入社區進行對話、參與，故宮的數位微型展是一較為實驗性的展覽，為充份突顯博物館的教育功能，故而先以校園為主要的嚐試目標。未來，國內其它博物館或可將快閃展所欲辦理的社區，由校園走入到其它各類的社區之中、並鼓勵社區成員以「一人帶一道菜」的聚餐模式（potluck）、各自將自己的創作或家中的收藏帶來展覽，加大博物館快閃/微型展覽的參與廣度。

二、快閃/微型展覽與博物館數位內容結合，需要資源與制度配合

博物館如欲將數位內容與快閃/微型展覽的策展作結合，平時就必需對數位內容的管理有專人、專責在進行維護，並且需要對數位內容及其硬體觀察是否有標準過時、硬體無法運作等問題，並針對快閃/微型展所需進行調整或再製，甚需需有人員有能力可以識別何種數位內容具有小型化的潛力。如此始能保障數位內容可成功的和快閃/微型展活動結合，而這些都需資源和制度的配合。

三、以準確的成本評估快閃/微型展覽的可見成本與隱藏成本

快閃展或微型展覽具有規模小、展品少、展期短等特徵，即使以巡迴方式辦理，通常辦理的總經費也會顯得遠較大型、國際型或常態展要少得多，會讓人誤以為快閃展或微型展是成本低廉的展覽模式。但由故宮的經驗顯示，巡迴形式的快閃/微型展，每一個巡迴點的平均布展成本雖然不高，但整個系列的輸出設計、通用於全系列的設施、人員的投入、數位內容的再製和損耗、因應不同地點的設計調整，這些都是無法分攤在每一個巡迴點施工布展上的費用，但又是保障微型展品質所必需的。快閃/微型展覽是經濟的展覽，但不

⁴⁸ 陳映庭，〈美術館觀眾參觀動機研究〉，收於林詠能編，《誰的博物館經驗：觀眾研究新趨勢》（臺北市：藝術家出版社，2022 年），頁 36-39。



應該是低成本的展覽。未來各博物館如果要發展快閃/微型展覽，必需要能釐清成本結構，而非僅計算平均每一個巡迴點要花費多少預算布展。

四、將博物館的「體驗科技」轉化為「參與科技」和「教育科技」

博物館的快閃/微型展覽，強調的是「參與」、「對話」，並且發揮博物館的教育角色。在此一目標之下，快閃/微型展覽結合博物館既有的數位內容，就必需對博物館的數位內容的應用進行轉化、調整，雖然博物館的快閃/微型展覽導入數位科技增加體驗的豐富度，以因應文創型和商業微型展的挑戰，但仍需要思考如何維持博物館快閃/微型展覽的「參與」、「對話」的教育本質。傳統上，博物館的數位內容設計，都是以「創造觀眾到館的多樣體驗」為主要目標，是典型的展場體驗科技。若欲將數位內容與快閃/微型展的分散、參與、教育等目標結合，數位內容所需要付出的調整，將不再只是有小型化或可移動化之類的技術性調整；以本案的校園數位快閃/微型展為例，需要的是投入各種配套措施，讓原有的「體驗科技」可以在快閃/微型展覽現場上轉化為「參與科技」或「教育科技」⁴⁹，始能真正發揮數位結合的效果。

五、商業性或文創導向的快閃展、與博物館導向的快閃展互相影響的可能

商業性或以拍照為主的快閃展，由於具有高度的視覺衝擊性、可吸引打卡留念的設計感，故而在創造網路流量及吸引人潮上有其優點。表面上看，此類的商業性快閃展（或網美展），其內容深度、教育性等均不如博物館導向的快閃/微型展，但這不表示二者是完全互斥的。事實上，近來國外許多博物館的展覽都已開始吸收商業性快閃展的優點、在展覽設計上受到商業性快閃展的影響；^{50,51} 在國內，故宮也在某些展覽中，在不忽略內容的前提下，力圖在視覺上能留給觀眾「值得曬的社群奇觀（instagrammable experience）」，⁵²讓觀眾可以在內容嚴肅的展覽中仍能用 IG 曬出值得朋友羨慕的照片。只要設計得當，觀眾在博物館中以 IG 自拍美照，也是一種有創造性和生產力的博物館行為。⁵³未來國內博物館在規劃快閃展或微型展時，可以吸收商業性快閃展的設計優點、應用數位手段增強體驗性與可看性以提升吸引力，隨著未來科技更進步，博物館可以預期將擁有更多科技手段去企及或仿效文創商業性微型展的效果（例如手機效果濾鏡），可以讓博物館微展觀眾獲得和文創型美照微型展打卡一樣的體驗。而商業性快閃展也可以學習博物館快閃/微型展的參與及對話設計以提升商業快閃展的教育性。

誌謝

故宮數位微型展之規劃與執行、需感謝時任資訊單位副處長謝俊科博士之支持與推動、

⁴⁹ 所謂「教育科技」原來係指用以設計、發展、管理教學實務的科技。在數位微型展的實務上，代表的是校園微型展所結合的數位科技，必需經由展方與校方合作，經由結合教學實務，使之能為教學活動的發展、設計提供幫助。而「參與科技」則代表數位微型展除了提供體驗以外，也要能讓校園觀眾經由操作展出的科技裝置，達到積極參與學習、回饋課程意見等目標，發揮微型/快閃展覽深入社區發揮參與作用的用意。

⁵⁰ Kwandras, "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices", 80-81.

⁵¹ Stockham, "There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces," 23-26.

⁵² 國立故宮博物院,〈展覽概述〉,《故宮魔幻山水歷險》,2022年9月20日引用,

<https://theme.npm.edu.tw/exh110/npmexploring/index.html#main>

⁵³ Kylie Budge, "Visually imagining place: Museum visitors, Instagram, and the city," *Journal of Urban Technology*, 27.2 (2020): 61-63.



以及單位同仁吳昕珏小姐之戮力以付，始得順利完成。另亦需感謝陳曉菁、簡郁涵、黃柏豪、謝清佑等諸位在專案執行和問卷發放等方面之協助；各個巡迴學校的大、中、小學師生的支持和協助。在此一併特申謝忱。

表目錄

表 1 商業性或拍照取向的快閃展 V.S 博物館導向的快閃展。資料來源：筆者自製。

表 2 快閃或微型展覽的優缺點。資料來源：筆者自製。

圖版目錄

- 【圖 1】數位微型展坤輿全圖 AR 展件。圖片來源：力新國際科技編著，《故宮微型數位教育巡迴展委託服務案第三階段執行報告書》（臺北市：力新國際科技，2020 年），頁 27。
- 【圖 2】書法 VR 裝置於數位微型展現現場操作狀況。圖片來源：力新國際科技編著，《故宮微型數位教育巡迴展委託服務案第三階段執行報告書》（臺北市：力新國際科技，2020 年），頁 32。
- 【圖 3】書法 VR 裝置於數位微型展現現場操作狀況。圖片來源：力新國際科技編著，《故宮微型數位教育巡迴展委託服務案第三階段執行報告書》（臺北市：力新國際科技，2020 年），頁 40。
- 【圖 4】數位微型展現現場學習機器人與學童互動情形。圖片來源：筆者自攝。
- 【圖 5】數位微型展有關故宮文物融入 108 新課綱之 LCD 展示。圖片來源：筆者自攝。
- 【圖 6】數位微型展走廊、牆面展覽氛圍輸出。圖片來源：筆者自攝。
- 【圖 7】「坤輿全圖」AR 互動裝置原尺寸（左）、因應微型展所需縮小改製版（右）。圖片來源：力新國際科技編著，《故宮微型數位教育巡迴展委託服務案第三階段執行報告書》（臺北市：力新國際科技，2020 年），頁 35。



Wu, Shao-Chun. 2023. "A Case Study of the Use of Digital Technology in Art Museum's Pop-up Exhibition : Take Museum's Digital School Pop-up Exhibition as an Example." *ARTISTICA TNNUA* 26: 67-86.

參考文獻

- 力新國際科技。2020。《故宮微型數位教育巡迴展委託服務案第三階段執行報告書》。臺北市：力新國際科技。
- 史辰蘭。2019。《類博物館研究：一個博物館的現象》。未出版之博士論文。臺北市：國立台灣師範大學美術學系。
- 吳紹群。2021。〈博物館數位新媒體展示發展歷程研究——以故宮數位巡展示範計畫為例〉收於顏上晴、蕭國鴻主編，《博物館展示新趨勢》。高雄市：國立科學工藝博物館，頁 190-219。
- 徐嘉黛。2019。《科技導意：形塑使用者意會賦能博物館商店服務創新》。未出版之博士論文。臺北市：國立政治大學科技管理與智慧財產研究所。
- 陳心方、丁維欣。2020。〈擁抱或拒絕？探討令博物館傷腦筋的 [自拍] 現象〉。《博物館學季刊》34(2): 57-73。
- 陳映庭。2022。〈美術館觀眾參觀動機研究〉收於林詠能主編，《誰的博物館經驗：觀眾研究新趨勢》。臺北市：藝術家出版社，頁 36-49。
- 陳詩奇。2021。《探討台灣創意手作市集的遊逛者體驗——以策展設計為視角》。未出版之博士論文。臺南市：國立成功大學創意產業設計研究所。
- 張懿文。2021。〈[2021 台北國際書展] 在國家圖書館微型展出〉。《國家圖書館館訊》168: 14-16。
- 葉乃靜。〈108 課綱的困境與機會〉。《風傳媒》，2022 年 9 月 20 日引用，<https://www.storm.mg/article/3090654?page=1>
- 馮文君。2019。〈文創品牌之策展設計與形象塑造：以 [有情門] 品牌為例〉。《修平學報》38: 15-83。
- 楊富鈞。2020。〈來自原鄉：源自各外來種原生地的博物館典藏標本微型展〉。《臺灣博物季刊》39(3): 98-105。
- 黃冠龍。2019。〈未來博物角-111 館慶微型展〉，《臺灣博物季刊》38(2): 88-89。
- 國立故宮博物院。〈展覽概述〉，《故宮魔幻山水歷險》2022 年 9 月 20 日引用，
<https://theme.npm.edu.tw/exh110/npmexploring/index.html#main>
- 廣達文教基金會。〈看展覽〉，《廣達游於藝》，2022 年 12 月 20 日引用，https://iic.quanta-edu.org/exhibition_list
- Ahmed, Zahra. 2013. "Pop-Up Museum Curriculum Guide," from: <http://camny.org/wp-content/uploads/2017/01/CMA-Pop-Up-Museum-Curriculum-Guide.pdf>(accessed: 20221119)
- Aughey, Deborah. 2017. "The Pop-Up Museum: How Students Exhibit Critical Literacy Practices Through Project-Based Learning," *Doctor of Education in Secondary Education Dissertations* 10, from: http://digitalcommons.kennesaw.edu/seceddod_etd/10(accessed: 20221120)
- Budge, Kylie. 2020. "Visually imagining place: Museum visitors, Instagram, and the city." *Journal of Urban Technology* 27(2): 61-79.
- DelCarlo, Michelle. 2012. *Conversation and community: An exploratory study of the pop-up museum concept*. Master's Thesis. Seattle, WA : University of Washington.
- Grant, Nora. 2015. "Pop up museums: Participant-created ephemeral exhibitions." *Exhibitionist: Journal of National Association for Museum Exhibition* 35(1): 14-18.
- Kwandas, Mary. 2019. "Pop-Up Museums: An Exhibit Utilizing Pop-Up Practices." *Museum Studies Projects* 13, from: https://digitalcommons.buffalostate.edu/museumstudies_projects/13(accessed: 20221120)
- Mills, Sadie. 2018. "myFOSSIL Mobile App," *My Fossil* 5(3): 1-2.
- Norton, Frances Ann. 2022. "Planning a Pop-Up Exhibition: Reflections on a Critical Thinking Club," Samantha Broadhead, eds. *Access and Widening Participation in Arts Higher Education*, Cham: Palgrave Macmillan, 201-224.
- Simon, Nina. 2011. "A Radical, Simple Formula for Pop-Up Museums." *Museum 2.0.*, from: <http://musemtwo.blogspot.com/2011/11/radical-simple-formula-for-pop-up.html>. (accessed: 20221125)
- Stockham, Caleb Andrew. 2019. *There's a Museum for that? Defining New Pop-Up Experiential Exhibition Spaces*. Doctoral dissertation. Seattle, WA: University of Washington.

