

# 世界主要國家社會美術欣賞教育之比較研究

郭禎祥

## 第二章 相關文獻探討

### 第三節 透視美術館 觀眾態度與 期望的新方法

在美國，每天有逾百萬名民衆參觀美術館，但有更多人從未去過美術館。美術館顯然是潛在的社會教育機構，爲了使觀眾具有欣賞美術、體驗美術，進而喜愛美術的能力與動機，近年來美國各美術館的教育人員紛紛重視觀眾的調查，希望瞭解觀眾的需求與對美術館的期望，所使用的調查方法不外是面談、問卷、電話調查等傳統的研究方法。這些調查所得雖也有助於美術館教育人員對於觀眾的瞭解，卻不夠深入。爲了進一步瞭解觀眾對美術館的觀感，1987年美國十一所著名美術館共同參與了一項研究計劃，名爲“透視美術館觀眾態度與期望”(Insights museums visitors attitudes expectations)。該研究計劃的進行突破了傳統的調查研究方法，而採用了“焦點團體”(focus group)的方式進行。實施之後具有意想不到的成效，隨後美國蓋迪藝術教育中心更將此研究報告出版，並隨書發行一卷研究錄影帶，影帶中詳實的紀錄了這項研究的整個過程。此項研究頗具價值，以下則簡介此項研究，以供國內美術館的教育人員參考(Amy Walsh, ed., 1991)。

#### 一、研究目的

此項觀眾研究係由美國蓋迪藝術教育中心(the Getty Center for Education in the Arts)及蓋迪博物館(the J. Paul Getty Museum)共同統整而成，此研究之進行，係欲達成下列目標：

1. 確認美術館工作人員的期望及對大眾期望。
2. 評估大眾對美術館的期望，並將其與實際經驗比較。
3. 探討美術館觀眾對於教育的體驗與未參觀者(nonvisitors)有何不同。

此項研究方案之參與機構如下：

1. 芝加哥美術館(The Art Institute of Chicago代稱Ch)。
2. 布魯克林博物館(The Brooklyn Museum代稱Bk)。
3. 克利夫蘭美術館(The Cleveland Museum of Art代稱Cl)。
4. 達拉斯美術館(Dallas Museum of Art代稱D)。
5. 丹佛美術館(Denver Art Museum代稱De)。
6. 蓋迪博物館(The J. Paul Getty Museum代稱G)。
7. 波士頓美術館(Museum of Fine Arts, Boston代稱B)。
8. 國家藝廊(The National Gallery of Art代稱NGA)。
9. 費城美術館(Philadelphia Museum of Art代稱P)。
10. 西雅圖美術館(Seattle Art Museum代稱S)。
11. 多勒多美術館(The Toledo Museum of Art代稱T)。

#### 二、研究方法：焦點團體 (focus group methodology)

該項研究係採焦點團體(focus

group methodology)方法進行，此方法廣泛使用於市場調查及客戶調查，對於博物館的觀眾研究而言，却是一種新的方法。焦點團體係由八至十二位選自特定群體的人員參與圓桌討論，而有一位專業協調者領導進行討論，焦點團體於一具有特殊裝置的小型會議室中進行討論，觀察者可於觀察室中透過單面鏡子觀察整個情形，而進行討論的人則看不到觀察者。會議室中亦備有錄音、錄影設備，以便全程記錄。

屬於質化研究的焦點團體座談可達成下列兩項重要目標：

1. 深入瞭解參觀者之態度、觀點與行爲。
2. 提供焦點團體了解觀察者溝通的觸媒(catalyst)。

通常觀察者之間的互動係影響研究結果的關鍵，藉由觀察大眾討論他們參觀博物館後的經驗，可使博物館專業人員(包括行政人員、教育人員及研究人員)進行一項豐富的對談並對美術館教育的角色產生清楚的認識。此項研究中的焦點團體出分成兩組，一組爲由美術館專業工作人員所組成的“內部團體”(internal group)，另一組爲由觀眾或潛在觀眾所組成的“外部團體”(outside group)。

(一) 內部焦點團體(internal focus group)：

由參與此項研究的十一所美術館中的專業工作人員(professional staff)組成五至六個“共識團體”(consensus group)，而此內部團體的目標爲“達成並支持此研究的目標”。

1. 確認(identify)外部焦點團體的型態。
2. 設計外部團體成員參觀博物館時必須完成的事項。
3. 確認專業工作人員對於博物館教育角色的觀點。

此稱為共識團體（內部團體）亦為外部焦點團體座談會時的觀察者。

(二) 外部焦點團體(outside focus group)：

組成下列兩種焦點團體：

1. 觀眾焦點團體(visitors focus group)。
2. 非觀眾焦點團體(nonvisitors focus group)。  
焦點團體外部成員招募係由專業面談者以電話邀請。選擇的標準如下：
  1. 焦點團體成員男女兼半。
  2. 非參觀者的家庭年收入必須超過25,000美元。
  3. 非參觀者的學歷至少在高中以上。
  4. 團體成員中必須有各色人種，代表黃種人、白種人及黑人。
  5. 以前參觀博物館的頻率不一。而焦點團體外部成員的工作進行如下：
  1. 由期望參觀博物館的民眾組成初級焦點團體(preliminary focus group)。
  2. 焦點團體成員參觀由共識團體確認必須參觀的特展，並做參觀日誌。
  3. 焦點團體隨後則討論他們參與此參觀活動的真實體驗，並與其原先的期望做一比較。

### 三、研究發現

經由不同焦點團體的座談討論後，獲得下列結果：

(一) 專業工作人員的期望(staff expectations)

博物館專家希望觀眾擁有積極而有意義的經驗，並具有再次參觀的意念。各博物館專家對於觀眾的期望如下：

1. 有意義的經驗(Meaningful experience)  
希望不同背景、需求的觀眾皆能獲得有意義的參觀經驗。
2. 對知識的好奇(Intellectual curiosity)  
希望特定的藝術品能夠刺激觀眾對於知識的好奇心，促使觀眾學習更多有關藝術家、年代及藝術派別之知識。
3. 情感的反應(emotional reactions)  
希望觀眾對特定展品產生情感的互動，並對某些藝術品具有深刻印象。
4. 教育經驗(educational experience)  
希望觀眾學習有關藝術家、年代及藝術派別之知識。
5. 市民的驕傲(civic pride)  
希望觀眾以其地區的美術館為榮。
6. 舒適與受歡迎(comfortable and welcome)。  
讓觀眾參觀美術館時感到舒適與受歡迎是非常重要的事。
7. 藝術原作(original works of art)  
希望觀眾瞭解展品係原作(真跡)而非複製品。
8. 特別的地方(special place)  
應使觀眾視美術館如天堂一般，是可以暫時拋開一切世俗，完全放鬆自己的地方。
9. 差異性(variety)  
希望觀眾注意到不同作品之間的差異性

(二) 不參觀者(nonvisitation)

不到美術館參觀展覽的民眾似乎沒有一定的理由，不參觀的原因大致如下：

1. 壓迫感(intimidation)  
美術館給他們壓迫感，原因如下：
  - (1)因為本身不瞭解藝術，所以沒有

- 欣賞與理解藝術品的能力。
- (2)感覺參觀美術館的人都具有藝術知識。
- (3)美術館沒有提供資訊，幫助觀眾瞭解與欣賞藝術。
- (4)美術館是上層階層去的地方。
- (5)去美術館必須特別梳妝打扮。
- (6)在美術館以平常的語調談話似乎不適當。
2. 缺乏知覺(lack of awareness)  
非參觀者大都不知道其所屬地區美術館之展覽與其藝術品，並不確定美術館是否有任何事務能夠使他們覺得有趣，他們通常比較注意動物園、科學館等。
3. 沒有時間(lack of time)  
休閒時間不多，故將時間用在其他活動上。
4. 沒有興趣(no interest)  
對藝術沒興趣，如預期去美術館會感無聊。
5. 地點(location)：美術館地點不適中亦為非參觀者不去美術館的理由之一。

(三) 博物館經驗(museum experience)

不論對首次參觀者或再次參觀者而言，博物館經驗皆具意義。

1. 博物館經驗具有獨特性，不同的人對於博物館的感受即不相同。
2. 觀眾皆能理解歷代文化的基本共通性與普遍性。
3. 特定的藝術品能夠喚起觀眾對於知識的好奇心，並對過去及國外文化產生興趣。
4. 參觀博物館是一件感性而令人興奮的經驗。
5. 藝術品的美、年代與手工皆能振奮觀眾。
6. 觀眾會與特定藝術品產生連結，離開博物館後記憶仍存心中。
7. 觀眾會對不同藝術家與藝術派別的主題、色彩、技巧與筆法做一比較、研究。

8. 美術館中祥和、輕鬆的氣氛，提供觀眾一個陶冶身心的地方。
9. 美術館的環境使觀眾與相關或不相關的主題溝通，並提供觀眾一個可以分享經驗、自我發現與反省的場所。
10. 多數初次參觀博物館的觀眾都有比預期更大的收穫。
11. 但首次參觀芝加哥美術館及西雅圖美術館的觀眾却認為無趣，不願再去。
12. 一些觀眾對於克利佛美術館、達拉斯美術館、丹佛美術館與蓋迪博物館未能展出大師級作品感到失望。

#### (四) 導引 (orientation)

十一所參與研究討論的美術館皆認為“如何導引觀眾”是有待解決的問題。其意見如下：

1. 美術館需要了解如何組織觀眾？他們要看些什麼？及如何安排陳列？等介紹性資訊。
2. 博物館替外部焦點團體規劃參觀展覽，使他們得到更大的收穫，更能欣賞藝術品。
3. 大師級的重要展品需要特別標示，以免觀眾錯過欣賞機會，而介紹說明書則是一個有用的導引工具。
4. 一些初次參觀者一開始會假定部分所見藝術品不是真跡。
5. 導引影片有趣且有幫助。
6. 導覽相關活動的訊息必須廣為流通。

#### (五) 資訊 (information)

不論是否為初次參觀美術館，皆需要資訊以助其在觀賞中學習。

1. 資訊能夠幫助觀眾欣賞美術作品。
2. 缺乏資訊會傷害參觀博物館經驗。
3. 藝術品標示中所傳達的訊息不夠，觀眾需要了解藝術家生平、

藝術的主題、藝術派別、時代與文化背景、藝術家的技巧、創作方法等資訊。

4. 對於非西方藝術作品，需要更多的解釋。
5. 觀眾需要瞭解為什麼一些禮器及日常生活用品陳列在美術館展覽，而非在自然歷史博物館展覽。
6. 觀眾需要其他資訊，以瞭解藝術家創作的意圖，以利欣賞。
7. 歐美的繪畫作品較不需要解釋性資料。
8. 美術館陳列室的指標非常重要，以利觀眾選擇觀賞。
9. 手冊、導覽錄音帶、專人導覽、影片、幻燈片放映等皆為導覽方法。
10. 建議為老人設置字體大、光線足、容易閱讀的藝術作品標示。
11. 部分參觀者不需要其他的資訊，他們認為欣賞展品本身表現的美即可。

#### (六) 博物館的平面圖與結構令人迷惑 (layout and organization)

1. 不論是否為初次參觀者，皆常常在陳列室中迷路，令人感到挫折。
2. 觀眾常感到從一個陳列室到下個陳列室時，路線不合邏輯。
3. 陳列室常混在一起，未清楚界定標明。
4. 陳列室標示不清。
5. 地圖標示不清。

#### (七) 美術館環境與設施、展示會影響參觀經驗 (physical surrounding and presentation)

1. 建築物本身具有相當影響力。
2. 許多觀眾對於蓋迪博物館的外觀、庭園與設施，皆感覺有如到達心靈最高境界。
3. 觀眾會注意到博物館的室內設計。

4. 適切的照明非常重要。
5. 特定年代陳列室非常受喜愛，令人感到時光倒轉。

#### (八) 有益的傳達 (communication of benefits)

美術館未將其益處傳達出去。

1. 大眾很少注意到美術館提供的活動。
2. 廣告有助吸引觀眾前往。
3. 許多非參觀者從未想去美術館參觀。
4. 許多非參觀者從未注意其所屬地區的美術館。
5. 沒有任何動機促使非參觀者設法克服影響他們前往的原因，而前往參觀。
6. 經常參觀者則抱怨博物館一陳不變。

#### (九) 參與者與其他工作人員產生互動

1. 警衛給人壓迫感。
2. 而費城美術館、蓋迪博物館、丹佛美術館及波士頓美術館的警衛則親切助人。
3. 有些警衛則提昇了參與者的博物館經驗。
4. 與不親切的警衛互動，令人覺得博物館是個勢利的地方。
5. 芝加哥及丹佛美術館工作人員對於他們自己的活動資訊不甚熟悉。
6. 國家藝廊及芝加哥美術館工作人員不知道其特展位置。

以上係參與該項研究之美術館，在各自提供一項參與性活動，讓焦點團體參與活動前後進行討論之結果，第一項則為焦點團體內部成員討論的期望。從上述各點，國人可瞭解美國觀眾對於美術館的態度與觀念，更重要的是，這項從未在國內實驗過的研究方法，或許日後有助於美術館深入瞭解觀眾。而此項研究所得亦可提供國人推展美術館美術欣賞教育時參考。