

p6 乘著夢想的風帆，駛向世界的古文明：大英博物館的改建藍圖

文·圖—謝玉鈴

16世紀的海上交通繁忙的程度不亞於現在的空中，當時的英國探險家們熱衷於到世界各地及其殖民地蒐集「奇珍異寶」，而斯隆爵士(Hans Sloane)的蒐藏品成為大英博物館館藏的基礎，在博物館迷心中，大英博物館的重要程度就如同集點遊戲必集的第一個博物館(圖1)。2016年大英博物館迎來690萬位的觀眾，這是從2000年中庭改建案啟用後參觀人次最多的一年，大英博物館如何服務這群龐大的觀眾們？讓我們跟著探險家們乘著夢想的風帆，回到16世紀的大航海時代，帶著勤奮又好奇的眼光一同瀏覽這擁有從東方到西方共超過800萬件藏品，並有265年歷史的大英博物館。

再設計，讓陽光充分照進大中庭

從博物館入口穿過古典氛圍的幽暗大廳，映入眼簾的是挑高又明亮通透的大中庭，陽光由三角型玻璃照射在潔白的希臘愛奧尼(Ionic)列柱上(圖2)，光影線條交織而成的網與參觀人潮形成動人的景象，以輕量玻璃頂篷再設計的大中庭成為博物館參觀動線的核心焦點。

1823年史莫克(Robert Smirke)的設計規劃原為一個開放式的中庭花園，這座未完成的花園被後來的青銅圓頂的圖書

館及增建的藏書庫給佔滿，圖書館已於1998年遷往倫敦北區。後因觀眾參觀人數增加、參觀動線混亂以及觀眾對公共設施的需求等問題，大英博物館於1994年進行大中庭改建計畫，由獲得普立茲獎的英國建築師佛斯特(Norman Foster)負責規劃，於千禧年由英國女王伊麗莎白二世宣布啟用。結合幾何學及流線造形的設計，由3312片三角玻璃片所組成的玻璃屋頂，為大中庭創造嶄新的意象，也保留原有圖書館的圓柱造型，引進大量的光線，讓觀眾以此為軸心自由穿梭於各展廳，展現大中庭的新風貌(圖3)。並從都市規劃的角度，規劃出一條新的倫敦散步路線，可從布魯姆斯伯里(Bloomsbury)穿過博物館大中庭一路散步至柯芬園(Covent Garden)。

運用服務設計重新找回觀眾服務的價值

大中庭改建計畫的核心主軸即是以「人」為本，以服務設計(service design)為藍圖的概念進行再設計。博物館希望將花園重新再找回來，並創造一個新的空間，提供觀眾所需的各項服務設施，包括：1.個人及家庭語音導覽服務：提供英語、韓語、德語、義大利語、西班牙語、日語、法語、俄語、阿拉伯語、中文……等10國語言的個人導覽，另有家庭導覽服務，並於服務臺旁提供平板讓觀眾自行使用及查詢。2.導覽手冊：出版多國語言導覽手



圖1 大英博物館正門



圖2 希臘愛奧尼列柱



圖3 在軸心光線的引導下，觀眾得以自由穿梭於各展廳。



圖4 What's on多媒體宣傳資訊看板

冊及地圖供購買。3.What's on資訊看板(圖4)：以多媒體方式宣傳當期的展示及教育推廣活動，避免到處張貼海報而造成的視覺混亂。4.諮詢及購票服務臺：供觀眾諮詢各式各樣的參觀問題、特展售票、加入博物館之友等服務。5.博物館商店：依觀眾參觀路線設置規模不一的商店，販售由該路線上的精華展品所設計而成的文創商品，包括各式低、中、高不同價位的商品選項、優質的出版品以及高品質的複製品等(圖5)。最值得一提的是「餐飲服務」，在靠近大中庭東北側的Court Café空間提供了輕食餐飲，包括各式三明治、水果、麵包、甜點、咖啡、冷熱飲……等豐富而多樣的食物，成為人群聚集的熱點之一。另外西北側則提供長條型桌椅供觀眾休憩及食用自帶餐點的區域，這頗為貼心的設計讓觀眾除了能解決生理需求外，也提供了相互交流的空間。沿著圖書館弧形外牆的階梯蜿蜒而上來到Great Court餐廳，精緻的午餐及下午茶餐飲服務，不失為體驗世界級博物館服務的另一個好選項。大英的餐飲服務方案，提供親民價格及優質氛圍等級的多樣餐飲服務，供不同客群選擇(圖6)。



圖5 博物館商店

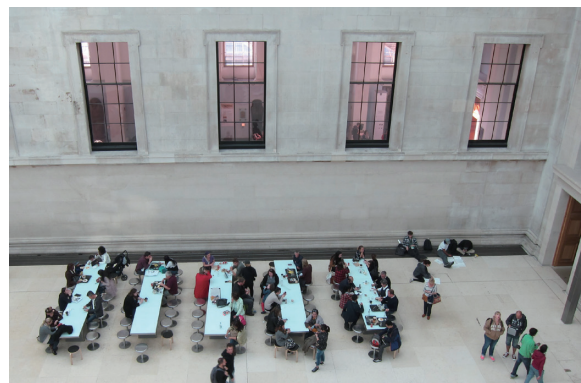


圖6 供觀眾休憩及食用自帶餐點的區域

創造藝術與數位學習體驗

眼尖的觀眾一定發現三星的LOGO一再出現在眼前，大英博物館於2009年與三星完成一項長達5年的合作協定，成立三星數位探索中心(圖7)，提供免費多元數位學習課程及設備，學校方案以融入國定課程—以STEAM(科學、技術、工程、數學及藝術)為核心。家庭方案以開發數位技能為課程焦點，2017年以數位化自造者為主軸，以同理心、清楚定義、發想概念、製作原型、實際測試等設計

思考(design thinking)方法流程運作，同時以動畫、綠幕製作、編碼以及AR、VR等新工

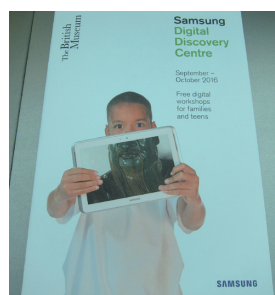


圖7 三星數位探索中心創造藝術與數位學習體驗

具提供以觀眾為中心的藝術與數位學習體驗。

聚焦再聚焦的商品行銷策略

在短短有限的1個小時裡有哪些藏品是必看的？大英推出TOP 10必看展品手冊，包括：羅塞塔碑石、路易斯西洋棋、Katebet木乃伊、帕臺農神廟……等十大

鎮館之寶。觀眾按圖索驥即可找到TOP 10展品，同時出現在公共空間的指標系統，也讓觀眾免於迷路，能更快速的找到展品(圖8、9)。博物館商店也以這10件展品設計出各式各樣的紀念品，完成觀眾最後的博物館參觀體驗旅程。從超過6萬件的展出藏品中聚焦到必看的10件藏品，這種聚焦再聚



圖8 觀眾可跟著指標找TOP 10展品

焦的策略，為大英創造了10位明星級的展品。

大英博物館藉由大中庭改建計畫重新定義公共空間，以有形(手冊、紀念品、餐飲……)的服務為接觸點，創造無形(文化、藝術、歷史、科技)的體驗，重新畫出服務設計藍圖，找回觀眾服務的價值。



圖9 TOP 10手冊創造了10位明星級的商品