

博物館參與的起點—— 談故宮 Google Arts and Culture 線上 策展實踐

曾一婷¹

摘要

2020 年是個充滿悲傷與希望的年份，在疫情衝擊下，人們急遽改變日常生活模式，以因應新冠肺炎帶來的疾患與災厄。諸多博物館在這一波全球性的「隔離」風暴裡，積極發展線上內容，加強在防疫生活模式下的文化近用，以彌補大眾無法參觀現地展覽的困境。在眾多平臺中，「谷歌藝術與文化」(Google Arts & Culture) 趁勢而起，成為國內外博物館競相推出數位內容的百家爭鳴之地²。而國立故宮博物院也不落人後，挾其數位典藏(digital archive)之優勢，整合過往製作的數位內容，陸續上架不同主題的線上展覽(online exhibition)。本文則是以此為題，回溯安德烈·馬爾侯(André Malraux)提出的「想像的博物館」(或譯為「無牆博物館」)³，並藉由故宮六檔線上展覽的深度解析，如設計概念、風格特色與觀展經驗等等，探討 GAC 平臺如何在數位時代以各種精彩故事⁴落實馬氏的概念內容，具體說明博物館實踐的過程。

關鍵詞：谷歌藝術與文化、國立故宮博物院、無牆博物館、線上展覽、數位典藏

¹ E-mail: i.tseng001@gmail.com

² ART PRESS Editorial, 2020。關於那些被迫無限期關閉的博物館：人們轉往「這些」其實已架設多時的虛擬博物館。ART PRESS, <https://theartpressasia.com/news/during-the-coronavirus-outbreak-people-using-this-to-visit-museums-google-arts-culture-application/> (瀏覽日期：2021/02/14)

³ Le Musée Imaginaire 中文直譯為「想像的博物館」，英文則譯為 Museum Without Walls，即「無牆博物館」之意，國內文獻多用此譯名。

⁴ GAC 平臺上亦將線上展覽歸總稱為「故事」。

緒論

博物館類型繁多，藏品包羅萬象，是人類文化精華的展現，但這世上並沒有單一博物館擁有足以代表整個世界的終極典藏。這些文物或藝術品因其創作媒材的不可移動性，如彩繪玻璃、壁畫等，或者幾經轉手的波折歷史，如殖民地藝術收藏等，讓全球各大知名館所在種種機運下，發展出與眾不同的典藏特色 (Malraux, 1974)。而今立足於臺灣的國立故宮博物院（以下簡稱故宮）除承襲清宮舊藏外，多年來也陸續收購國內外知名古物，擴充其藏品的豐富與多元⁵。另外，隨著影像處理技術與電腦運算效能的提昇，圖像時代來臨，故宮自 1996 年起便展開規模浩大的文物數位化工作，迄今已建立一座詳實完善的數位典藏知識庫整合系統（馮明珠、林國平主編，2012），並於 2017 年架設 Open Data 開放資料專區供民眾免費下載使用 300dpi 解析度的圖片⁶。

這些長年累積的成果讓文物得以脫離其物質本體的限制，進而在數位典藏的各種轉化運用上產製出獨樹一幟的創意內容⁷，並在第五代行動通訊技術（即 5G）的佈局下，大幅提昇傳輸速率與傳播效益。在當今這個幾乎是人手一機的數位行動化社會裡，新技術的發展催趕著各大博物館跟上時代的步伐，挖空心思地研發更多新穎活潑且富有藝術美感及知識的數位內容，以便在資訊超載的虛擬世界裡博取閱聽人的注目與迴響。無論是原作或數位影像，現地展覽或線上，「觀看」一直都是大眾參與博物館活動的主要方式，而觀看不只是用眼睛感知外物，在觀賞中也帶

有世代傳承的文化、教育意義。

本文聚焦於「谷歌藝術與文化」（Google Arts & Culture，以下簡稱 GAC）主打的線上展覽，該平臺之策展模式立基於各單位歷年來上傳的數位內容 (digital content)，尤其是數位圖像的質與量。藉由後臺權限的開放，各館館員得以在谷歌的設計風格下，從事文字、圖片與影像等媒體資源的編輯作業。隨著加入的館所數量逐年增加，各種展示功能的實驗與擴充，馬爾侯提出的「想像的博物館」(Le Musée Imaginaire) 在歷經 90 年代的圖像轉向 (pictorial turn) 後 (龍迪勇，2007)，似乎即將在這個世代以谷歌版的數位博物館 (digital museum) 形式實現，可見科技帶來的變革並無止盡。博物館也因應社會發展與民眾需求而產生以人為中心、以行動為導向的典範轉移 (paradigm shift) (Edmundson, 2015)。

近幾年來，線上展覽逐漸成為另一個大眾參與藝術的公共空間，加上 2020 年新冠病毒的推波助瀾，GAC 有如百花齊放一般，短時間內新增許多別開生面的故事。館方策展的目的是為了讓觀眾獲得知識、體驗趣味，並創造意義與情感連結。從目前各方致力推出的線上展覽來看，類型包羅萬象，端看各館往年研發的數位內容如何在 GAC 平臺上整合展現，而這有賴博物館館員、策展人和谷歌工程師的持續溝通與合作。這些編輯需求獲得支持及改善的同時，也代表該平臺富有優秀的再媒介化 (remediation) 特性，讓館方能夠盡情探索線上策展無限的表意潛能。

然而，編者並未擁有全然的自由，為確保閱聽人一致獲得「谷歌風格」的線

⁵ 參見故宮官網「文物與帳房」，<https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=03001513>（瀏覽日期：2021/02/14）

⁶ 參見故宮 OPEN DATA 專區，<https://theme.npm.edu.tw/opendata/>（瀏覽日期：2021/02/14）

⁷ 有關故宮歷年來製作的數位內容，例如（超）高畫質影片、新媒體藝術裝置等等，請參見官網的新媒體藝術展覽網頁及 YouTube 頻道。

上觀展經驗，谷歌對於展覽的呈現有其限制與規範，包含字數的建議、版面的選擇和最終成品的審核等等。因此，文中也將以故宮製作的幾檔線上展覽為例，探討其瀏覽介面的視覺化設計與圖像敘事，並剖析線上展覽策劃的過程。這是個爭相吸引大眾目光駐留的時代，洗鍊的策展論述 (curatorial discourse) 與俐落多變的視覺架構相輔相成，才能引領觀眾聚焦於藏品觀看的視角，以及相對應的知識內容。從最初的若干發展重點⁸到益趨成熟多元的展示應用，GAC 近 10 年來努力嘗試讓這些多采多姿的數位內容發揮超媒介性 (hypermediacy) 與去媒介性 (immediacy)，帶給數位居民⁹豐富的藝文知識與多重感知的沈浸體驗 (Lee et al, 2019)。而故宮正是以此為起點，打造一則又一則動人的文物故事，漸次邁向以英語為主要語言的藝術與文化世界。

創造數位時代「想像的博物館」

藝術與科技的發展向來有著密切的關係，圖像複製的目的一開始或許是為了服務那些無力購買或無緣得見藝術品的人，使偉大作品的既有價值長存。隨著它們被大範圍、大量地產製，觀者在賞心悅目 (delight of the eye) 之餘也可以更新視覺記憶，並在各種時代不同類型的藝術圖像之間穿梭，由此進入博物館所承載的知識殿堂 (Malraux, 1974)。

一、從複製技術進到以圖像為首的藝術世界¹⁰

做為一個雄心萬丈的全球藝術文化知識平臺，早在 2011 年谷歌推出 GAC 平臺的前身——「谷歌藝術計畫」(Google Art Project，以下簡稱 GAP) 後，博物館界便掀起一波正反兩面的討論。屏除發展初期在功能設計上的部分缺點，以及藏品選件標準不一與資料提供不足的情形，在單一平臺上將各大博物館的數位內容集中，依舊為觀眾帶來瀏覽的便利性，尤其是貼近畫作仔細端詳的縮放功能 (microscope view)，猶如將每一筆筆刷映入腦海般的讓人驚艷 (Polacci, 2015)。以一個工具而言，GAP 善用母公司本身的資源與研發能量，將各種技術應用在博物館內容上，透過跨國界的傳播，供網路使用者無償取用，在改善資訊落差上貢獻良多。不過，也有專家學者提出該平臺成為博物館單一入口的疑慮，好似博物館中的博物館一般，這個「藝術資訊的聯合國」(吳紹群，2014) 不僅可能成為未來民眾認識藝術的主要管道，甚至還會達到現今各館皆無法達成的境界：在網際網路的虛擬世界裡匯聚全人類的典藏。

然而，谷歌這項計畫的理念與實踐並非舉世創舉，早在 1947-1949 年間，法國知名作家暨首任文化部長的馬爾侯出版 3 冊《藝術心理學》¹¹時，便提出「想像的博物館」一詞，並以其英譯名稱，即「無牆博物館」流傳於世，引發關於圖

⁸ 即谷歌藝術計畫 (GAP) 時期平臺的四大主要功能特色：1. 在單一平臺上瀏覽跨博物館高解析圖像，包含當時各館挑選一件藏品讓谷歌進行 70 億像素級 (Giga Pixel) 的拍攝。2. 經由社群媒體的分享討論功能加強互動性，並開放建立個人線上藝廊。3. 整合谷歌不同應用程式，例如 Google Map、YouTube 與藏品有關的相關資訊，並提供多種分類查詢方式。4. 以街景技術 (Street View) 拍攝展廳內部實景，讓使用者在虛擬空間參觀博物館等等 (吳紹群，2012)。

⁹ 這裡不分數位原生 (digital native) 或數位移民 (digital immigrant)，因此用數位居民統一稱之。

¹⁰ 此即為馬爾侯「想像的博物館」的主要概念 (Malraux, 1974)。

¹¹ 即 La Psychologie de l'Art。本書後於 1951 年修訂為《沉默的聲音》(Les Voix du Silence) 共一冊，1954 年在英國出版並譯為 The Voices of Silence，「無牆博物館」(Museum Without Walls) 為該書第一章節 (Malraux, 1974)。

像複製技術進入博物館界的廣泛討論。事實上，該詞早已成為一種概念貫穿馬氏所有美學著作（轉引自 Wasser, 2019），其法文原意是透過攝影與印刷出來的圖片，來接觸世界上的藝術品，為抽象面可匯集之作品的總和，並非單指實際存在的博物館 (Malraux, 1974)，而其英譯名稱則是以「無牆」呼應想像的無邊無界（張婉真，2005），來展現精神意義上的自由。

此外，該書另一項劃時代的創新，是廣納來自世界各大文明的文物照片 (Malraux, 1974)。未曾受過正規藝術教育的馬爾侯，許是憑藉著對藝術的長年浸淫和熱愛，加上橫跨大陸的廣泛遊歷與在藝文圈的交遊廣闊，啟發他撰寫有別於館方的藝術觀點，一座具有世界性規模的博物館形塑 (Wasser, 2019)。書中馬爾侯式的圖片編輯與文字排版不僅是作家藝術觀點的描述，藉由攜帶輕便且易於傳播的紙本媒介，個人得以獲得選件與詮釋的權力，建立一個屬於自己的藝術作品集合。本書的出版不只對我們的美感經驗造成衝擊，還預示了藝術觀看方式的改變，以及人類愈來愈趨於閱讀圖像勝於文字的未來。

自博物館出現以來，人們已經習慣它們加諸在作品上的態度。無論是何種物件，一旦進入典藏館所後便成為藝術品，不再擁有其原始功能與用途，即便是肖像畫也被轉變為與實際人物無太大關係的「圖像」(pictures)。它向觀者展現有別於真實中的某種形象或象徵，而此種與眾不同之處正是其所存在的理由 (raison d'être) (Malraux, 1974)。在馬氏生存的年代，有關複製技術最為著名的理論應是華特·班雅明 (Walter Benjamin) 於 1936 年出版的《機械複製時代的藝術作品》¹²。綜觀整個歷史，近代照相術的發明從製作、傳播

到觀看的方式整體翻轉了圖像的本質。然而，無論當時有多少推論與臆測，從至今仍人潮不斷的入館民眾來看，博物館的神聖性與藝術品身上的原真性並未隨著複製技術的發展而消逝，複製的圖像反而強調了原件的不在場，並激發民眾目睹真品的興趣。我們也不難理解以攝影圖像為核心的馬爾侯論述，在未來會使 21 世紀看起來如此地具有精神性 (Mollard, 2001)。

如今透過數位影像來解讀文物與藝術品已成為我們的習慣，精密的複製技術所造成的同質化效果（張婉真，2005），更進一步地讓實體物件的所有屬性，包含質地、色彩、尺寸、類型等等都消弭在二維的圖像裡，並產生一種共同的風格，而各大網路平臺，如 GAC 又重置了它們所在的空間，讓這些藝術品能夠解開實體的制約並獲得一種新的自由。在這轉換過程中，我們雖然失去了一部分對於原作的想像，但同時也在這些圖片裡尋回作品的深度。「想像的博物館」可說是一種心靈的現象、概念的召喚或者資訊的傳達，物品本身的意義消失，作者在讀者的腦海裡再現一個可展開無限視覺冒險的場域 (Mouna, 2012)。他重設了展示空間，使其與過去的實體陳列決裂，並在新環境中發展出新脈絡與新觀點 (Wasser, 2019)。

馬爾侯逝世後，第二波複製技術以二進制的數位訊號 (digital signal) 形成目前我們所熟知的數位環境。構成動態影音與靜態圖像的位元數據可以進行大量儲存與快速傳輸，進而在媒介形式的整合與匯流 (convergence) 下產生各種五花八門的影音內容 (audiovisual content)。比起早期的物理性紙質載體，網際網路使用的低成本與全球跨域傳播的瞬時性，讓各類多媒體影像資訊從虛擬空間溢滿到真實世界（黃

¹² 德文書名為 *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*。中文版請見莊仲黎譯，華特·班雅明原著，2019。《機械複製時代的藝術作品：班雅明精選集》。臺北：商周出版社。

守義、許詩嫻譯，2008），全面攻占我們的感知，並影響大眾近用博物館資源的方式，可見博物館難以自外科技對於自身的影響，即便是到當代亦然。而近幾十年來全球各大機構陸續建置的數位典藏，也在博物館逐漸朝向虛擬化的過程中占有要角。作品實體轉換成數位形式後，後設資料 (metadata) 的設置、資料管理 (data management) 的落實，使數位化影像的圖文內容可以被大量複製、應用並廣為傳播（馮明珠、林國平主編，2012）。比起馬爾侯寫作時須尋求攝影師的合作，現今我們在資料的閱覽與取用上輕易了許多。

由於博物館公共化的政策，資料開放 (open data) 與各種不同瀏覽平臺的架設，大量的館藏圖像被上傳至虛擬空間。無論是行動裝置或者桌上型電腦，使用者皆可從一個具有螢幕的載具裡與藝術品發生現實生活中不可能的相遇。如同「想像的博物館」一般，GAC 擴展中的藝術空間是無限的、未完成的。無論是作品與大眾之間，或者作品與藝術家之間，經由不同形式的編排與瀏覽，「對話」的作用永不停止，我們總是能夠在不同藝術的交會中發現新視野、新觀點 (Mollard, 2001)。在這形同去物質化 (dematerialization) 的過程裡，博物館逐漸蛻變為一個提供創意的機構，激發世世代代的藝術家，並成為他們的創作靈感來源 (Munck, 2016)。而 GAC 也成為繼馬氏一書之後，在真正意義上成為匯集全球藝術與文化之平臺。透過圖像的建置與整合，我們也在這座網路虛擬博物館裡見證它的拓展與昇華。

二、博物館權力的轉移：全球化、民主化與個人化

「想像的博物館」做為一個概念，並非只是指涉圖像複製的集合而已，在藝術詮釋權的轉移以及個人與博物館之間權力關係的轉變上，具有更深層的革命意

涵。在攝影與印刷術的輔助之下，一位才華洋溢的作家得以在圖文的編排撰寫中建立屬於自己的理想收藏與藝術寶庫，形同以「想像」建構一個只存在腦海中的場所 (lieu mental)，一個圖文交織的知識空間，一種新型態的博物館。此舉打破各館館藏在地理上的距離與菁英主義的疆界，藝術大門由此敞開，人類無須被視覺記憶所限，書本從此成為一種藝術圖像傳播的媒介，可依照作者的想法廣納來自不同文明、不拘形式的作品 (Wasser, 2019)。

如今科技的進步與時代的變遷讓此一概念的本質借助谷歌的跨國網絡獲得大展身手的可能，每位使用者只需要付少許的上網費用，便可在 GAC 平臺瀏覽不斷擴增的全球文化藝術相關典藏。此間巨型科技企業之資源與優勢，讓 GAC 在藝文應用導向、世界典藏規模或網路平臺組織化方面，隱然有超越其他機構之形勢。圖像也不再只是資料 (data) 的角色，而是人類值得永久保存的數位遺產 (digital heritage) 之一。而據此發展而來的各類影音運用，也讓新媒體逐漸在傳統的藝術機構中找到立足之地 (Bayer, 2014)。

21 世紀的博物館除了需要提昇參觀現地展覽的實際經驗 (physical experience) 外，也要面對年年不斷增長的線上影像瀏覽人數。虛擬空間已成為另一方爭奪矚目度與話語權的戰場，網際網路不只將全球化的腳步帶進博物館裡，虛擬經驗 (virtual experience) 的擴充與增強，使影音圖像更能觸及實體機構無法達到的龐大群眾。現地與線上雖有著截然不同的展示方向和觀展經驗，但在資訊傳達上卻可達到相輔相成的效果。比起一間實際存在並由館方決定陳設的博物館，網路是一個更加民主的開放空間，權力在此重新分配，並且在圖像的置入或置換之間展現一種本質不穩的動態平衡 (Lantonnet, 2014)。無論是官方網站或個人部落格、博物館或網紅，皆

有可能成為話題焦點並獲得不同客群的青睞。如馬爾侯所述，只要願意與作品進行「對話」(Malraux, 1974)，每個人都可以在有限的載體發揮無限的想像，從一個抽象的概念進入世界藝術的舞臺。在各大資料庫，尤其是 GAP 上線後，民主化與多樣性的呼聲也隨之出現。藉由合作備忘錄的簽訂，各館著手將圖像大量上傳。複製的力量使藝術品去脈絡化，它們脫離原置的儀式性現場，進而一個可發展的媒介上，開創出一座數位版「想像的博物館」(Polacci, 2015)。

我們參觀博物館的主要目的之一在於瞭解這個世界，谷歌在當代科技的應用上則是更進一步，借力於各館長年累月建置的數位典藏以及習於使用的谷歌應用程式（例如 YouTube），從靜態的圖文到動態的影像，甚至是目前最新潮的 AR、VR 等應用程式皆被放置於 GAC 平臺，其內容之豐富多元早已超越馬爾侯的時代。另外，在多樣性方面，呼應博物館本身「百科」與「博物」的性質，加上 GAC 一名裡 Culture 所代表的廣泛意涵，該平臺的展示主題橫跨科技、飲食、運動、時尚等等，幾乎可說是文化人類學的自主體現。博物館不再只是座落在遠方且遙不可及的一座建築，複製技術讓人反思我們與博物館、藝術品，甚至是這個世界之間的聯結(relevance)。而在網路向大眾全面開放後，近用性(accessibility)的改善讓藝術變得清晰可見，觀眾可在一方螢幕裡直接取用資訊，並確切地感受到世界藝術的視野。

此外，科技的創新(technological innovation)也讓藝術品從現地逐漸轉向線上遷移的同時，產生不可逆的私有化現象(Mollard, 2001)。以故宮為例，無論是圖

像授權(image licensing)或資料開放(open data)，皆是在我國政府的文化、數位相關政策下所推動的數位圖像近用方式。而這些在網路空間裡流動、映現的圖像，不論解析度大小與使用模式，都是博物館做為內容的提供者，發揮其社會影響力的評估指標之一(王雅璇, 2020)。大量圖檔的免費取用加上自製藝術圖像(user-generated art images)的現狀，不只讓經過時間考驗的傑作能夠持續保持活力與吸引力，有時還意外地讓某些鮮少被提及的作品「死而復生」¹³，重新活在大眾的目光裡。馬爾侯的寫作初衷之一，就在這個世紀日益發達的網際網路中得到貫徹。

谷歌在 GAP 時期便已推出個人化功能，使用者得以建立並公開自己的個人藝廊，但該功能並無授予撰寫圖文內容之權限，僅止於展示個人藝術愛好之用。無論是個別圖像的介紹，或者線上展覽的推出，大多是由各家博物館館員進行撰寫與編輯，只有少部分的故事是由谷歌團隊製作，由此可知該平臺所具有的「官方」¹⁴特質。暫且不論每人是否皆能擁有馬爾侯般的文采、美學層次、文化涵養與編輯經驗，個人於藏品詮釋權的缺乏，代表「想像的博物館」的概念在 GAC 上只停留在全球化與民主化，尚未真正落實到個人化層面，這與谷歌及各館所欲釋出的權力大小程度有關。而習於接受官方藝術教育的大眾，是否可以突破框架、另闢蹊徑，並提出別出心裁的觀點，則端看個人的創作才華與藝術見解。

除了傳播媒介的選擇外，受眾族群的類別及多寡是進行內容創作時另一個需要關注的議題。這是一個任何個體、群體都得費一番功夫刻意經營才能取得影響力的

¹³ 馬爾侯挑戰了當時的美學觀，在「想像的博物館」裡集結來自世界五大洲的藝術之美，這形成一種由現代世界所創造的獨特現象。藝術品在此變得栩栩如生，甚至是重新活在大眾眼前(Melot, 2001)。

¹⁴ 筆者在這裡指的是谷歌與各大博物館等藝術機構。

社會，GAC 畢竟是一個放眼全球並試圖施展高度影響力的平臺，個人難以從藝術機構中取得解釋藝術品的權力是可預料的。從目前授予各館製作線上展覽的編輯權限來看，谷歌對故事最終的呈現握有開放上架的審核權，這也是一種力量的展現¹⁵。GAC 本身所顯示的，其實是跨國商業公司與公共博物館之間對於藝術品詮釋權的權力角逐、博物館與博物館之間的藝術競技，而非個人化博物館的體現。一個平臺的發展需要時間的累積與大膽的實驗，未來 GAC 是否開放使用者進行更多的嘗試與探險，著實令人拭目以待。

在藝術共享的理念下，谷歌似乎在某種程度上實現馬爾侯藝術世界大同的理念，但其身為商業帝國的組織身分所帶來的陰影依舊揮之不去。GAC 長期下來是否會帶給大眾更深遠的影響，例如平臺獨大壟斷資訊市場的嫌疑、永續經營的問題、對藏品背後的文化及語言多樣性的威脅、谷歌化 (googlization) 對使用者經驗與博物館經營的影響等等 (吳紹群, 2012)，有待將來更多的觀察與討論。對現階段的故宮而言，為在國際舞臺上握有話語權，並加強行銷宣傳與推廣教育的強度，院方最終還是在 2012 年決定接受谷歌的邀請，有限度地¹⁶ 加入這個由私人跨國企業所主導的文化事業。GAC 所代表的不純然只是一個線上瀏覽平臺，更是一種宣示：公共化的進程也能透過資本雄厚的企業組織來達成 (吳紹群, 2014)。

三、線上展覽的表意潛能

博物館豐富人類的藝術認知，而資訊時代的網際網路塑造我們每日的生活狀態。各種裝置的發明讓不同媒介之間的物

理距離縮短，資訊可在任何時間向非特定的任何人傳播。此種超越時空的特性造就我們觀賞藝術的各種管道，可複製的圖像早已成為人們見到真品前最基礎的視覺記憶，而這世紀的程式編碼比起馬爾侯時代的攝影、印刷似乎更具發展潛能。從目前谷歌不斷推陳出新的實驗項目來看，互動性 (interactivity) 與多媒體內容整合是平臺強調的重點：藝術導覽 (Audio Art Tour)、藝術自拍 (Art Selfie)、藝術著色簿 (Art Coloring Book)、音樂與藝術 (Music + Art)、藝術作品拼圖 (Puzzle Party)、實地考察 (Field Trip)、3D 物件探索、360° 虛擬實境影片、以機器學習 (machine learning) 探索關聯 (Finding Connections)，與其他尚未公布的新功能等等，大大提昇了使用者的互動經驗 (interactive experience)。觀看讓我們得以發揮「想像」的特質，使平臺內容成為人類集體視野的一部分。

GAC 在全球各大機構的共襄盛舉之下日趨成熟完備，下一個 10 年預計會是從資料建置轉為多元應用的階段，而故事內容的拓展也將是後數位時代的發展重點之一。經由線上展覽的策劃，圖像可在演算法的分類展現之外，被組織、解釋，進而構成一則則富有意義的敘事。一個虛擬藝術世界的創造需要多位來自不同領域的說書人，藉由圖像思考製作具有專業知識與豐富內涵的展示內容。雖然目前各館推出的線上展覽大多還是以自家館藏為主，內容方面也並非如馬爾侯般兼採各文明之藝術品，但平臺的編輯功能事實上是允許策展人任意使用所有在 GAC 上公開的圖像。

以故宮為例，「亞洲探險記：十七世紀東西交流傳奇」、「交融之美：神戶市立博物館精品展」、「揚帆萬里：日本伊萬

¹⁵ 目前谷歌針對故宮推出的線上展覽，較常於篇幅方面給予建議，避免長篇鉅製的展覽內容降低觀眾的觀看意願。

¹⁶ 由於不能推知未來該計畫將把博物館帶向何方，因此故宮在某些相關政策上持有保留態度，例如上傳至 GAC 平臺上的圖檔有檔案大小的限制。

里瓷器特展」等等國際大型現地展覽的舉辦，已經是疫情發生前常見的交流型態，未來是否在線上展覽方面也比照此模式推動，則有待館方加以評估。即使圖像的選用並無限制，但在展覽論述、選件與詮釋上，是否能與他館的理念達到一致，則需要跨館溝通與合作。馬爾侯身為作家可有一家之言，廣泛地使用圖像並對藝術品進行現代主義式的解讀（張婉真，2005），但策展人在 GAC 平臺策劃的故事同時也是代表館方的展覽，自然多少含有「官方」的色彩。由於圖文編輯涉及到詮釋權的行使，從事國際交流時，須以尊重為前提，才能維繫並促進館際情誼。

鑒於圖像在書籍與螢幕顯示的首要地位，二維平面空間所彰顯的，其實是有如電影般的剪輯特質。由於藝術品種類繁多、形象多元，拍攝便是創作之始（Mouna, 2012）。攝影師須捕捉物件不同的視角，才能成為作家與策展人所需的視覺資料來源。從 GAC 線上展覽的呈現來看，我們可以發現其與馬爾侯創作上的相似性。在《沉默的聲音》裡，圖片的選擇、置入、倒置、並列等等皆經過深思熟慮的佈局與設計，以保持其與文本修辭策略上的對應（Malraux, 1974）。而圖文比例的翻轉讓文字的存在感降低，圖像獲得了更多自由，蒙太奇（montage）的編輯則加強了流暢的節奏感，也標誌出本書在當時出版背景下的獨到之處。圖像做為文思脈絡的視覺論證，多種視覺效果的安排皆是馬爾侯解構與重構其「想像的博物館」的做法，如同智力遊戲般，它們在書中取得敘事與美學上的自主性。馬爾侯以其自身年代的科技創造出一種媒體裝置，並以複製技術向實體的博物館發出「提問」，預示了被無所不在的圖像所淹沒，甚至是強迫浮現在我們眼前的現在（Wasser, 2019）。

儘管如此，書籍畢竟是印刷後的定稿成品，內容的增修須等待再版，不若 GAC

隨時可於後臺進行調整的彈性。而談到電影的剪接與瀏覽，裝置螢幕比起紙質載體更擬真多彩，更能展露豐沛多樣的靜動態視覺影像。不斷擴展與進化的數位內容已成為虛擬博物館（virtual museum）建構故事的養分來源，其光學上的衝擊縮短了人類從想像到真實的間距，使受眾能夠沉浸在策展人所欲傳達的藝術理念當中。新媒體正在重塑我們「想像的博物館」，並在 GAC 的數位環境裡，以線上展覽播映的視覺流動感展開「無牆」且無限的擴張。

由於我們是憑藉著圖像在腦海中想像原作的非真實（irréel）存在，在不同媒體裡感知到實體物件的不在場，因此，其在觀者的心靈意識裡所產生的，其實是在交流過程中意義形成的各種可能，即意象（imagery）的作用（徐慧韻，2009）。GAC 的線上展覽雖可在版面中置入展廳實景，讓人似乎看到三度空間的呈現，如同馬爾侯在《沉默的聲音》裡〈想像的博物館〉一章的起始頁（Malraux, 1974），但究其展示效果，基本上是類似於書籍的平面結構，著重在論述的書寫、圖像的運用、意義的創造、資訊的傳達，而不是現地展覽中臨場感的表現。

藝術機構是無法強迫他人前來觀賞的，只能為大眾敞開大門，在推廣辦法上持續鑽研與創新，以吸引一代又一代的人們。數位圖像做為藝術品從想像到真實的中介，在轉換的過程中可以深化觀眾對藏品的理解（王雅璇，2020）。也可如馬爾侯般，藉由編輯技巧達到陌生化的作用，進而創造出屬於該時代的嶄新視野。在當今因普及而隨著平庸化的後網路（post-internet）環境裡，線上活動多半立基於大大小小的螢幕之上，為擴大網路聲量並持續吸引大眾的注目，內容的選擇與產製早已成為策展時的必經過程，而文本的撰擬也是以這兩者為核心。策展人在此扮演「圖像表演者」（the performer of the

image)，同時也是過濾者、編輯與提供者的角色 (Lowry, 2020)。為實踐策展理念，他們必須在一片超載的資訊中提出別具一格的美學與概念，才能區別出線上展覽做為一個展示作品的獨特性。

而 GAC 這個當代最具潛力的文化載體，以簡潔又多變的呈現手法為博物館開啟新型態策展方式。物件本身存在的物理性空間消失，它們被投射於其上的涵義所取代。即使這樣多少失去了地方館所的特色，但藏品的透明化與統一的展覽風格，無疑地將帶給使用者更多元、便捷與可靠的藝文知識。藝術不一定只存在於真實的物件當中，這些去疆域化 (deterritorialization) 的圖像讓我們有如身處在文化全球化的環境裡，透過主題性的書寫，策展人得以帶給觀者更深刻的視覺經驗 (visual experience)。

線上展覽的設計、製作與整合

線上展覽的呈現與使用者介面設計 (user interface design, 簡稱 UI) 息息相關，雖可想見博物館迷 (museum goer) 偏好在大螢幕上欣賞高畫質圖像 (吳紹群, 2014)，但隨著行動裝置時代的到來，響應式網頁設計 (responsive web design, 簡稱 RWD) 將愈形重要。無論使用者以桌上型電腦、平板電腦或智慧型手機觀看，網站內容將自動因應螢幕大小調整佈局 (layout)，以適應不同尺寸的裝置介面，並提供最佳的瀏覽品質與經驗 (楊仁和譯, 2014)。以 GAC 線上展覽而言，儘管在各種裝置上的呈顯多少有些落差，但這並不影響資訊的傳達，只是會帶給觀眾不同的視覺感受。例如，手機一律只能縱向瀏覽，即使策展人針對故事內容、呈現效果，在桌上型電腦選擇以橫向排版製作。因此，在合作過程中，谷歌也多鼓勵院方產製縱向的展覽作品，以便帶給廣大受眾

一致的觀展體驗。以下精選六檔故宮於 2020 年推出的線上展覽，並以桌上型電腦螢幕的觀看效果進行深度解析，帶出其展覽風格與特色。

一、資訊視覺化的設計：以「犧尊：神獸的剪影」、「花事·閑情：品味花器與生活」為例

圖像可以承載詳實又生動的細節，並帶給我們豐沛的藝術能量。GAC 雖然也有推出應用程式，但根據使用者回饋，該平臺還是在大型高畫質螢幕上較具有視覺瀏覽上的優勢 (吳紹群, 2014)。而行動裝置則是因為內建攝影鏡頭，所以在互動上較勝一籌，如藝術作品效果 (Art Transfer)、擴增實境 (Art Projector)、口袋藝廊 (Pocket Gallery)、藝術濾鏡 (Art Filter) 等等皆是目前平臺大力推薦使用手機瀏覽的體驗項目。以線上展覽而言，美感知識的傳遞與觀眾群的擴展是策展的兩大目標，來自非英語系國家的博物館可利用此一平臺向國際傳播自家藏品之美，讓語言造成的隔閡，消失在圖像創造的聯結當中。

綜觀 GAC 的線上展覽介面，我們可推測其追求直觀、簡約、秩序性與淺顯易懂。在加強視覺化 (visualization) 內容的同時，突顯藝術品圖像的美感、提供悅目的視覺感受，並達到集中注意力的作用。然而，任何載體皆有其形式上的限制，從目前的版式設計來看，故事走向是以非線性敘事 (nonlinear narrative) 為主，希望在直指畫面焦點的同時，能細緻地帶入藏品相關知識，使每一則故事皆能發揮精緻的幻燈片放映效果。藝術的解讀不能沒有圖像的輔助，充滿內涵和張力的圖片才能增進我們對抽象性的領會。以目前故宮推出的作品來看，大致上可分為 2 種類型：以單一或若干文物為主角深入介紹，較偏向教育性質；以一個明確主題串起文物背後的故事，則是採用現地展覽虛擬化 (virtual-

ization) 的策展概念。第一類偏向教育展，讓觀眾非常透徹地欣賞物件各部位的細節；第二類則是藝術展，是策展人藝術理論或觀點的展現。

「犧尊：神獸的剪影」大致可分為兩大章節，試圖以精簡淺白的文字，搭配由左至右的橫向排版，來談論兩件外型相似又討喜的院藏知名青銅器，具有教育性質。展覽標題頁以兩隻神獸的交錯提示該展的主角，次頁隨即放上兩隻神獸的側身圖像標示文物資訊，接著便從「尊與犧尊」的簡介直接進入第一章節「精彩的工藝」。此種左方留白填字並在右方置圖的版面，在編輯後臺稱為「展覽區」，該區除了圖文外，還可插入地圖、街景服務相片等資料。另外，在章節內容方面，「面板」裡的圖片主要有兩種配置方式：單一並置或滿版。單一並置即是在畫面中顯露出單幅或多幅獨立的連續投放效果；滿版顧名思義是將圖片涵蓋整個螢幕以達到身歷其境的目的。前者經由圖片的並列，讓觀者對照或比較其中的差別；後者的表現較為豐富，除讓閱聽人沉浸於文物細節外，還可用連續圖像的版面位移產生視差效果 (parallax effect)，製造有如電影般的動態影像。

GAC 雖只提供「展覽區」與「面板」兩大版式，但簡單中卻可以進行多種變化，包含圖片的裁切與 YouTube 影片的

內嵌等等，惟品名與說明等文字資料有固定的字型及標示位置，可見策展人或編者在視覺呈現上能一展身手之處，在於擇定觀看的視角。不若二維平面的書法繪畫，立體的器物非常仰賴攝影師的拍攝角度，因為是利用固定的視點來把握物件的特性（王秀雄，1991），取景構圖與色彩管理是決定圖像是否能為人所用的重要前提。在該展的兩個章節裡，編者分別使用許多〈嵌綠松石金屬絲犧尊〉與〈銅犧尊〉的滿版局部圖片，讓觀眾得以用雙眼領略銅獸身上的細緻肌理及圓潤線條。當犧尊低首直面而來，兩眉之間的綠松石裝飾與頭部兩側的金色眼珠充斥整個螢幕，我們與神獸的距離好似在仰息之間（圖1）。器表的金屬絲紋飾、額鼻間的光影起伏也清晰可見，局部特寫的圖片讓文物煥然一新，充滿現代感，不只彌補肉眼無法透過展櫃凝視細節的缺憾，也重新發掘了文物在圖像應用裡不同的觀察面向。

「花事·閒情：品味花器與生活」是以器物為主的藝術展，同名特展曾於 2018-2019 年期間於故宮南部院區展出。本檔線上展的特色在於展廳照片的使用，並且比照現地展分為四大章節，讓觀者如臨現場，感受花藝之美和花器所營造的氛圍。由於策展主題與花器使用者，即「人」所展現的生活風格有關（陳玉秀、林容伊主

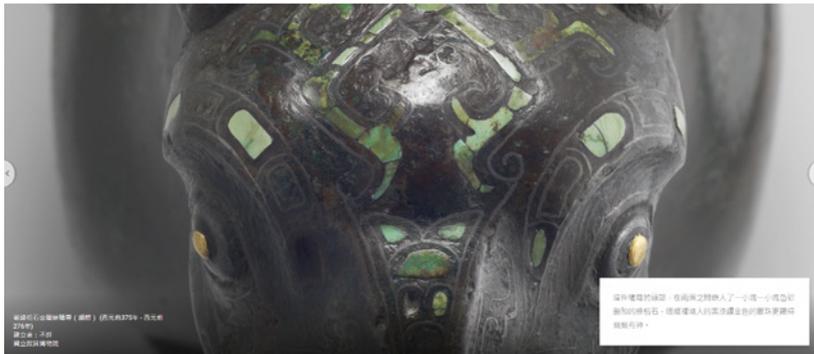


圖 1. 〈嵌綠松石金屬絲犧尊〉頭部細節的滿版畫面（圖片來源／截圖自 <https://artsandculture.google.com/exhibit/%E7%8A%A7%E5%B0%8A%EF%BC%8D%E7%A5%9E%E7%8D%B8%E7%9A%84%E5%89%AA%E5%BD%B1/pAKC7chByFZNLA>）

編，2019），而故宮建置的文物資料庫裡並不包含這些經過花朵妝點的圖片，因此，展廳景緻的使用方能體現器物的實用面與空間感，並使每個章節有所區隔，同時也避免閱聽人的資訊接收度隨著頁面的疊加與累進而下降。線上展覽為追求精巧細緻、主題聚焦，基本上不會選擇露出展廳裡陳列的所有藝術品。而該展章節之間文物皆經過策展人的選擇，並多以全器的樣態出現，只有在若干畫面，如〈粉彩福祿葫蘆瓶〉上使用縮放效果，來說明器身繪製的瓜藤、蝙蝠與卍字紋等細節。

此外，在連續播放的花器之間也使用一些同時代的相關繪畫與之呼應，如明末清初〈百子昌榮圖〉裡的帶古銅鏽花瓶與明〈三角雲紋銅壺〉的器形極其相似，掛軸上的花卉也讓人懷想時人使用金屬內膽進行插花的風雅。而清石灣窯的〈天藍

犬形花插〉正好與傳宋〈劉松年琴書樂志圖〉出現的動物外型花盆對應，雖為不同走獸，但我們可從畫中得知當時流行在該器形上種植石菖蒲（圖2）。其餘如明人〈十八學士圖〉上畫有與院藏〈天藍窯變淺紫仰鐘式花盆〉類似的器皿及相配的盆托，〈豐登報喜圖〉裡也有與〈青玉雕玉蘭花插〉雷同的花器等等。全展交錯的編排方式讓觀眾穿梭在南院展廳、器物主體與繪畫世界構築的3種空間中，而藏品的對照除了展現影像的跨分類整合外，也讓人一窺物件經由藝術家的詮釋，繪畫線條流露出與陶瓷質地不同的趣味性，以及其背後所代表的古時生活即景。

二、視覺創造的過程：以「第一次逛清明上河圖就上手」與「院藏清明上河圖特展」為例

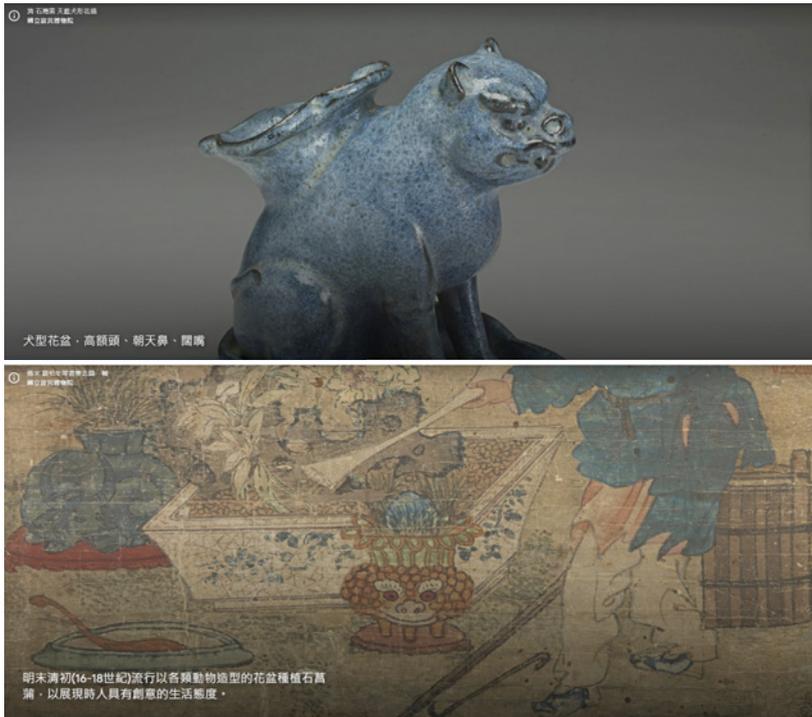


圖2. 清石灣窯〈天藍犬形花插〉與傳宋〈劉松年琴書樂志圖〉局部（圖片來源／截圖自 <https://artsandculture.google.com/story/%E8%8A%B1%E4%BA%8B%E5%BC%8E%E9%96%91%E6%83%85%E2%80%94%E5%93%81%E5%91%B3%E8%8A%B1%E5%99%A8%E8%88%87%E7%94%9F%E6%B4%BB/igJcTqC0fY5kLQ>）

精彩的圖像本身便含有引人注目的藝術訊息，在傳達文物的美感方面，經過同質化的數位影像檔即使讓原作的材質、大小變得無所區別，但我們依舊能在螢幕上判斷其光澤、質地，並感受到原件之美。書畫作品如不論其裝裱，大體上一般民眾在畫面上較常見到的，其實是畫心的部分。不若器物的數位化是從三維轉為二維，平面物件講究的是影像清晰、色彩正確，以完整還原藏品的真實狀況（馮明珠、林國平主編，2012）。由於許多畫心皆為橫豎的長條，影像如以全幅尺寸露出，大多無法達到良好的呈顯效果，遑論那些尺幅巨偉之作。〈清明上河圖〉即是動輒好幾公尺長的橫幅長卷，無論是哪一件知名版本，全幅展開本就是展示時的難題，因為螢幕與展櫃一樣都有尺寸大小的限制。另外，線上展覽則因應故事內容的發展，也不一定有使用全幅圖片之必要。

事實上，手卷的觀賞方式常被比做看電影（楊新、班宗華等，1999）。在兩手之間開闢的畫心局部，可說是經過導演「設框」的過程，閱聽人得以在宛若逐格播放的圖景中尋幽訪勝，或經歷一場精彩的故事。卷軸的形式讓畫家不得不採取特殊的空間處理方法，在不斷延伸的畫面中移動視點，使畫中的空間隨著看畫的時間展延。二者在此配合得恰如其分，帶給觀者有如欣賞動態影像的體驗。由此可知，畫家所欲表達的，是繼時的時間觀，亦即空間的時間化。無論何種裝裱格式，即使是掛於廳堂中的立軸與條屏，我們也必須不斷地在畫中移動視點，讓人的眼睛捕捉到圖景裡每個物體最有特徵的那一面，此即為國畫「形之恆常性」的特質（王秀雄，1991）。有別於西方的焦點透視，這種散點透視法的傾向好似導演掌鏡，親自帶領觀眾看向景框中視覺對此景此物最為熟悉的畫面。

在故宮的數位典藏裡，每張器物圖像

只能展現固定視點，倒是尺幅千里的書畫大多是由多張照片接合而成。攝影師如同在畫心的空間中，用鏡頭抓住畫家在一幅作品中所欲揭示的不同的時間點。而這些一張又一張的圖像所表示的空間，是流淌在畫作中的時間切片，它們在各種線上線下的展示裡代替原作，繼時地、依序地表現畫中景物的多重特性與面向。谷歌雖然賦予策展介面插入影片的功能，但基本上GAC的版型是以靜態圖片的連頁播放為主，並在敘事上追求圖文對應與節奏感。因此，以國畫的展覽而言，視窗裡的每一張圖皆是由策展人或編者決定取鏡的距離，裁切出搭配文字脈絡的觀看視點，或特寫或中景或遠景，引領觀眾望向所欲指出的景緻或細節。雖然此種應用方式不免讓原作呈現破碎化的趨勢，但一方面藉由細部的解說有加強藝術教育的效用，而滿版頁面的大量使用也可使大眾沉浸在精彩生動的藝術世界當中。

故宮目前恰好有兩件以〈清明上河圖〉為題的展覽作品：「第一次逛清明上河圖就上手」與「院藏清明上河圖特展」，可見其受大眾喜愛之程度。從展覽的命名便可推敲出前者是以推廣教育為主；後者則是現地特展在線上空間的呈現。二者既然於脈絡推展方向不同，其內容的撰寫與圖像的應用便有所差異。「第一次逛清明上河圖就上手」是針對清院本〈清明上河圖〉的景緻進行逗趣的解說；「院藏清明上河圖特展」則是分析比較6個版本〈清明上河圖〉的差異。同是縱向閱覽，前者的特色在於使用許多交錯的展覽區版面切割出所指焦點（圖3），內容包含交通指南、逛街看戲、景點攻略等，各種吃喝玩樂的活動，有如旅遊書簡介一般，具有導覽性質。後者則從藝術史研究的角度深入探討段落結構、人物安排、筆法設色、情節鋪陳等等，大量使用縱向滿版畫面比較說明特定幾個著名圖景間的版

本差別。

除此之外，故宮有關國畫的線上展覽，最大的特色是圖像自動躍至眼前的視差效果，這兩檔展覽也不例外。以故宮最為知名，集各家精華所長的清院本〈清明上河圖〉為例，閱聽人在「第一次逛清明上河圖就上手」的滿版畫面中左右穿梭，從木船蹬到官船、骨科看到小兒科、酒鋪

乾貨店逛到骨董字畫攤，還有其他如排隊的、試穿的、湊熱鬧的、爬欄杆的，甚至是酒後失態的，人物鉅細靡遺、歷歷在目。另一檔展覽則是進行重點式的飛躍，在鄉野風光、虹橋市集、城門內外，與金明池之間遊走，展現大片的房舍街巷、文人園林、皇室苑囿，以及熙來攘往的人群等等鬧中有靜的繁忙景象（圖4）。這些



圖 3.「第一次逛清明上河圖就上手」交錯的展覽區版面（圖片來源／截圖自 <https://artsandculture.google.com/story/%E7%AC%AC%E4%B8%80%E6%AC%A1%E9%80%9B%E6%B8%85%E6%98%8E%E4%B8%8A%E6%B2%B3%E5%9C%96%E5%B0%B1%E4%B8%8A%E6%89%8B/eAJSOqTAmi5ZKg>）



圖 4.「院藏清明上河圖特展」滿版畫面（圖片來源／截圖自 <https://artsandculture.google.com/story/0QWhzQfxb5Yo4Q>）

圖像營造出來的詩意與情境，讓觀眾宛如走入畫中，一睹汴京的城市風貌與繁華生活。

依谷歌現階段的規劃，展覽只在頁面右方設有滾動條，並無可以返回任一章節的階層設計，即使是文物字卡也隱藏在畫面邊角不顯眼之處，這讓閱聽人恍若在觀看靜態電影一般，差別只在於捲動調節圖片播放的速度，可見其追求即時性 (immediacy) 與無介面 (interfaceless) 感受的用心。囿於 GAC 有限的版面篇幅，〈清明上河圖〉如此豐富多彩的圖景內容，也只能精挑細選局部精華讓觀者細細品鑑。而「第一次逛清明上河圖就上手」最後還以《古畫動漫：清院本清明上河圖》做結，在縱向的圖像敘事裡插入橫向流動的影像，某種程度上弭平了圖片切割帶來的破碎感，同時也滿足了觀看全幅長卷的想望。無論是城牆裡外、虹橋兩岸，還是金明池畔，每一畫格都是經過策展人設框的過程。我們得以比較情節增減、筆法差異、攫取畫中那耐人尋味的瞬間，或在蒙太奇的跳接中，賞玩清代畫家筆下汴河流淌過的人文景觀。

三、以主題為導向的內容整合：以「《龍藏經》藝術之美」與「品牌的故事：乾隆皇帝的文物收藏與包裝藝術」為例

身處在數位化的浪潮當中，博物館當然無法自外於科技的影響，而我們也可從故宮過往累積的豐厚成果，窺知其在每個階段的轉型過程。從 2020 年大力推動的線上展覽來看，數位圖像敘事預計將成為博物館傳播知識與美感新的一環。GAC 做為當代藝文界最熱門的新媒體，正積極發展各種閱聽體驗，延續麥克魯漢 (Marshall McLuhan) 「媒體是感官的延伸」的論點。由於不同媒體的

內在特性會影響敘事的形塑方式 (Ryan, 2004)，GAC 線上展覽以程式語言為基礎，提供標準化的策展版型，讓編者可將平臺上的圖像資料轉化為敘事主體，建構美學觀點或與藏品相關的故事。目前故宮推出的作品大多以傳授文物知識為主，其策展經緯或具理論的深度，或富推廣的廣度，文本大多呈非線性的敘事走向，並配合平臺理念朝向簡練的風格。

利用數位圖像進行敘事不只是字面上的「說」(telling)，更重要的是圖片「秀」(showing) 的部分，所以在策展平臺進行編輯作業時，容易感受到其有如投影片 (slideshow) 播放的特質。電腦視窗的構造本就近似於電影的格 (frame)，經過挑選的圖像被有組織地安排成一個連續性的整體，與蒙太奇的技法不謀而合。然而，藉由藝術圖像拼貼 (collage) 起來的故事與電影情節不同，它們大多不具有起承轉合的戲劇性，較偏向是一種片段組合而成的說明文體。文物、藝術品或藝術家的背後牽涉到人事時地物等複雜面向，基本上要找到所有相關且切合題旨的視覺材料來敘述是相當困難的，更不用說 GAC 平臺上的圖檔大多只有典藏本身。另外，展覽脈絡在書寫上是以主題的堆置 (syllepsis)¹⁷ 為主，圖像依循著某種關係被串聯起來，這些片段再被整合進一個無時間性的敘事架構。

此種表現形式的運作核心是關聯性 (association)，極度仰仗閱聽人對於蒙太奇技法的熟悉 (李順興，2003)。讀者捲動頁面時，雖可從每張圖片中獲得相應的訊息，未必需要從頭看起，但如欲對全展有深刻的體會，則需要在章節之間、圖像之間，以及圖文之間尋找或想像彼此的聯結，並且將不同段落間的視覺資訊與文思脈絡統整為一個完整的概念，才能避免知識傳遞所產生的落差或零散化。影像會與

¹⁷ 這裡採用傑內 (Gérard Genette) 敘事研究中「堆置」的概念 (李順興，2003)。

觀者進行對話，並且透過意象 (imagery) 的創造增進我們對藏品的理解。隨著展覽作品的累積，我們可以預見這些數位圖像敘事，往後也將成為 GAC 龐大的資料庫內容之一，並且在網頁設計與編碼技術的發展下，邁向一個嶄新的超文本視覺書寫環境。

故宮目前剛好有兩檔皆是在談論包裝的展覽：「《龍藏經》藝術之美」與「品牌的故事：乾隆皇帝的文物收藏與包裝藝術」。前者是《龍藏經》裝幀藝術之美的詳細介紹；後者則是借用品牌建立 (branding) 的概念，探討乾隆皇帝的收藏與收納，兩者皆是相當引人入勝的展覽主題。

《內府泥金寫本藏文龍藏經》本就是故宮院藏屬一屬二的國寶級藏文佛典，其繁複華美的典雅裝潢與絢麗多彩的佛教圖像，確實是需要專闢一個完整的線上空間來詳述文物豐富的內涵。而「品牌的故事」則是別出心裁，將故宮這批清宮舊藏的最大藏家，即乾隆皇帝的形象翻轉，與當代接軌，建構一個具有御製風格的鮮明意象。

由於《龍藏經》是故宮聞名於世的國寶級文物，近年來無論是修復、研究、展示應用，或新媒體開發等等，皆累積相當豐碩的成果。立基於這些工作的產出，策展人才能在轉碼 (transcoding) 的過程中，取得豐富的資料來源。「《龍藏經》藝術之美」即運用多種排版技巧來說明一個故事，是結合文字、圖片、影片、谷歌地圖、街景服務與 360° 相片等不同媒體形式的多媒體組合 (package)。在版面的使用上，該展同樣以展覽區版式區分各章節，並依其文本斟酌使用並置、滿版及視差效果。這種幾乎用上 GAC 全數編排項目與功能的敘事結構，可說是該平臺超媒介性的展現，我們也期許未來谷歌可以開放納入文物 3D 模型，讓策展風格更為多元。GAC 這種多媒體的表意機制，其實相當仰賴編者對媒介的熟悉程度與媒合資料特性

的能力，正因為對人類認知心理處理資訊的能力有相當的掌握，才能靈活運用這些表述特定內容的多型態媒體，來傳遞一個經過整合的明確訊息，而這訊息以線上展覽而言，即是策展的主題。

《龍藏經》一共 108 函，內容涵蓋六大部，收錄 1057 種經典，總計約 5 萬多葉的經文，可說是卷帙浩繁。加上其採梵夾裝的古書裝幀形式，從內到外多達 6 層用來包裹經文的配件，並飾有多種諸佛造像與八吉祥圖樣 (馮明珠、盧雪燕編，2015)。為避免閱聽人迷失在眾多的圖像當中，如此複雜的資料需要明確的分類與整合，並擇選其中一函做為示意進行詳細解說。該展先是以展覽區版面分為三大章節：前言、裝幀拆解與圖像介紹。除前言用地理資訊編排外，每個章節依論述需要，以滿版或序列圖片橫向並置的方式，逐一針對細部講解，最後再置入影片做結。舉裝幀拆解的章節為例，先是以滿版畫面展現一函的包裝配件等全貌，再利用版面上下移動焦點指出其上下外護經板、經文、上下內護經板等部件。接著同樣採用滿版畫面介紹磁青經葉的特色，並依序用單張圖片輪播每個階段用到的包裹配件與逐步完成的過程 (圖 5)。由此可知，各種版型的使用有其內在邏輯，以達到有效傳遞視覺訊息的目的。因此，理想的線上策展人，不只須具備文物知識，還要對平臺的展示功效與介面的版式編輯等瞭若指掌，才能去蕪存菁，組織成條理分明的展覽作品，精準傳達故事的內涵與意義。

在 GAC 平臺上，「說故事」是種資料的轉換，而創造一個出色的故事，必須經過完善的規劃，並在一個由各種元素、想法連結起來的複雜網絡裡，展現其敘事價值。「品牌的故事：乾隆皇帝的文物收藏與包裝藝術」是故宮屬一屬二精選器物、書畫及圖書文獻等院藏的大型展覽，並曾在北部與南部院區展出。在其虛擬化的過



圖 5. 「《龍藏經》藝術之美」裝幀拆解過程（圖片來源／截圖自 <https://artsandculture.google.com/exhibit/%E3%80%8A%E9%BE%8D%E8%97%8F%E7%B6%93%E3%80%8B%E8%97%9D%E8%A1%93%E4%B9%8B%E7%BE%8E/2gKikYFNrWlZKg>）



圖 6. 「品牌的故事：乾隆皇帝的文物收藏與包裝藝術」標題頁（圖片來源／截圖自 <https://artsandculture.google.com/story/pQUxoZ0Vm5xrQg>）

裡，為配合 GAC 的媒體特性，文本被重新編寫，以營造與現地展覽不一樣的情境及敘事力量，如此觀者才能將自我投射其中，親近藝術品，並對故事產生認同。該展並非談論文物最初的裝潢，而是從一位關鍵人物出發，試圖瞭解乾隆皇帝這位世界級大藏家，如何費盡心思為其心愛典藏重新裝裱、重置配件或量身訂做專屬的匣盒收納，再用後人的眼光，回頭審視這位充滿創意的「一代文創始祖」所發展出來的，一種具有時代特色的乾隆包裝風格。整展主題新穎、脈絡明確，打破過往

故宮帶給我們的古雅形象，嘗試建立一種概念上的古今對話，讓觀眾能用當代資本主義社會下最潮的品牌意識，一探乾隆皇帝的包裝美學（余佩瑾主編，2017）。

圖像的編輯是為了創造適合的詮釋方式，從該展的標題頁來看（圖 6），這張對比鮮明、琳瑯滿目的圖片，暗示陳列的文物都在同一「品牌」之下。無論是銅玉、陶瓷、珍玩，這些同質化的數位圖像被重整、聚集、排列，再融進一個紅色的基底當中。此種二維空間讓物件存在的本體被強調，它們彷彿失去了原本的大小、質

地、重量，並以其形形色色躍然於畫面之上。接著，一張品牌創始人，即《御製詩初集》上乾隆俊秀的肖像被帶入，用以翻新古人不古的形象。該展總共分為四大單元，從展示文物來源的「打開藏寶箱」，到建立「乾隆品牌」的風格標誌之間，策展人用「最愛古董」與「珍藏寶貝」來呈現乾隆好古、愛物的兩個面向。整檔展覽可說是以「御製詩」為核心，前後呼應文物型態的多樣性。這些詩句不只收錄在《御製詩集》裡，也刻在文物或為其收納的匣盒木架上，例如齊家文化的〈玉璧〉、春秋時代的〈邾大宰鐘〉、明成化年間的〈鬥彩雞缸杯〉等等。即便是《御製詩初集》的書籍裱布，也可看見其與清康熙〈藍地白梅雙蝠耳瓶〉上相同的冰梅紋，可見乾隆對包裝設計配製的用心，而我們也可從各章節中，逐一領會完整的敘事脈絡。

由於觀看所引發的情感，有時是一種溢於言表的境界，難以用確切的文字來表達（徐慧韻，2009），需要組織圖像發揮各種視覺效果，讓觀者自然地感受到策展人或編者所欲傳達的藝術資訊。這種意象的作用讓美感傳播方式越來越像是一種體驗的過程，「品牌的故事」便是透過跨時代的交流、蒙太奇手法，統合具有不同特色的文物類型，並重新塑造具有當代涵義的對話情境。而乾隆品牌的形塑與強化，是數位圖像敘事的充份發揮，讓觀眾得以在想像和關聯能力的運作下，從作品的聚集形式中，找到品牌概念與意涵。

結論

「科技只是手段，故宮真正的目的，是改變和參觀者、也可以說是和民眾的關

係。」(Chenjou, 2020) 這是個媒體系統更具全面滲透性的時代，生活是關於象徵化(symbolization)，充斥著大量訊息的接收與交換(黃守義、許詩嫻譯，2008)，我們向世界發聲已不是問題，如何被大眾聽到才是，因為資訊會消耗人的關注能力，而一個人關注程度(attention)的總量是有限的。因此，「說故事」的技巧在這個世紀將愈形重要，在可預見的未來，GAC的環境將不斷地隨著新功能的擴增，而改變線上策展的敘事架構、內容產製方式，甚至是策展思維。數位化帶來的互動性(interactivity)是否能讓線上展覽納入其他新媒體功能，例如AR、VR等，則有待谷歌的技術發展與擊劃安排。

生存在一個以知識為中心，基於電腦與網際網路系統的非物質社會，高度資訊化對設計的影響之一，在於設計內容的數位藝術化(凌繼堯，2015)。多媒體是汲取眾多藝術形式之長的混合或雜揉的形構，可以創造出更具現代感的視覺效果，並給予人新奇獨特的審美體驗。而任何類型的敘事，都可說是兼具故事內容與表達形式的創作(Chatman, 1980)，編者需要熟悉GAC平臺的策展功能，才能將藝術知識與美感轉碼為觀眾得以理解的資訊。我們敘述是為了向世界贏取一個空間，產生迴響，讓文物不再沉默。不若馬爾侯時代的紙本印刷，各種裝置螢幕可在不同的時間地點，進行資料擬真的呈顯與不間斷播放，而這些平臺上的策展人則有如現代的馬爾侯，在這個谷歌構築的無牆博物館裡，與世界進行永不歇止的對話，以數位圖像進行深入淺出地訴說，為藝術品顯現一個又一個虛擬的在場(virtual presence)¹⁸，並在觀者心中建立不同以往且永不抹滅的嶄新形象(image)。

¹⁸ 「知覺到那顯現成某個虛擬在場的可名狀、可識別之物」為米契爾《形象科學》一書中所提到的，關於潘諾夫斯基(Erwin Panofsky)「母題」(motif)的觀念(石武耕譯，2020)。

2020 年對博物館而言，預計將是改變固有型態，加速數位轉型的重大轉捩點。無論是否能即時因應疫情帶來的影響，各大館所必須重新調整經營方針，努力摸索觀眾喜好的觀賞模式，在藝術與科技原本就已緊密合作的關係中，積極開拓數位典藏在虛擬敘事空間裡的發展潛力，讓長年累積的數位資產成為人與人之間、人與藝術之間溝通的立基。做為推動數位內容產製的舵手，博物館館員也須不斷學習，掌握時下最新技術與工具，在有如 GAC 般的數位溝通平臺上，持續推出新型態數位成果。5G 建設已開始蓬勃發展，我們可以預期線上展覽將愈趨多元，GAC 只是目前較為成功、較具規模的案例之一¹⁹。經驗豐富的策展人，除了熟悉現地展覽的策展模式外，也須時常關注時下科技的走向，多方觀摩、參與，才能與資訊科技部門人員共同經營或開發更為新穎生動的虛擬展示，達到內容與形式互為表裡、相輔相成的綜效。

藝術知識需要長年研究的累積，但藝術資訊的傳達，會因為設計的差異、呈現方式的不同，進而左右觀眾吸收的程度。

參考文獻

- 王秀雄，1991。美術心理學。臺北：臺北市立美術館。
- 王雅璇，2020。論博物館數位圖像、藏品與觀者之聯結，科技博物，24(2): 5-24。
- 石武耕譯，W. J. T. 米契爾原著，2020。形象科學。臺北：馬可波羅文化事業股份有限公司。
- 余佩瑾主編，2017。品牌的故事：乾隆皇帝的文物收藏與包裝藝術。臺北：國立故宮博物院。

¹⁹ 其他機構也陸續爭相推出令人驚豔的虛擬展示方式，例如布魯克林博物館 (Brooklyn Museum) 的 The Queen and The Crown: A Virtual Exhibition of Costumes from “The Queen’s Gambit” and “The Crown” (<https://www.thequeenandthecrown.com/>)，展示 Netflix 兩部戲劇裡的戲服。此種精緻又立體的 3D 虛擬藝廊值得各博物館參考 (瀏覽日期：2021/03/04)。

²⁰ 跟隨這一波線上策展風潮，故宮也在同年舉辦「2020 故宮線上策展人計畫徵選活動」，此即為個人線上策展的實踐，經過評審甄選的得獎作品現已放在「故宮文物線上策展」網頁 (<https://theme.npm.edu.tw/curation/>)。與 GAC 不同，這是故宮將文物詮釋權交予民眾的案例。活動資訊參見：<https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=04011334> (瀏覽日期：2021/02/14)。

打造「想像的博物館」非一蹴可幾，仰賴的是眾人的群策群力。本文希望藉由概念的探討與線上展覽的深度解析，提昇內容製作的重要性，讓尚未接觸 GAC 的策展人能夠在經驗分享之下更快進入策展實務，並促進博物館虛擬展示在 21 世紀朝向精緻化發展。由於故宮的線上展覽大多於 2020 年推出，有關觀展經驗如何、文化近用擴展情形、對博物館政策的影響²⁰ 等等，則有待未來足夠數據的累積與觀察，方能進一步展開研究分析。GAC 正以其他機構難以匹敵的速度成長，期待將來更多臺灣藝文單位的加入，在世界的舞臺上持續保持進展，並同步關注該平臺的趨勢動向。

誌謝

感謝兩位匿名審稿人給予諸多寶貴意見，謹以本文向故宮所有參與 GAC 線上策展的長官同仁，以及承辦單位數位資訊室謝俊科主任、吳紹群副研究員與李蝶衣小姐致上最深謝意。

- 吳紹群，2012。博物館 Google 化：Google Art Project 之發展及其對博物館衝擊之探析，餐旅、博物館、文化資產與觀光發展研討會論文集。新北：輔仁大學。
- ，2014。藝術博物館與谷歌：應用網頁流量分析方法探討博物館加入谷歌藝術計畫之成效，博物館與文化，7: 75-107。
- 李順興，2003。超文本的蒙太奇讀法與資料庫形式，文山評論，1(5): 9-36。
- 凌繼堯，2015。藝術設計這回事。臺北：五南圖書出版股份有限公司。
- 徐慧韻，2009。觀之於物觀在我心：從安德烈·馬勒侯的作品《想像的博物館》引發對「意象」問題之思辨，哲學與文化，36(5): 43-55。
- 張婉真，2005。論博物館學。臺北：典藏藝術家庭股份有限公司。
- 陳玉秀、林容伊主編，2019。花事閑情：品味花器與生活特展。臺北：國立故宮博物院。
- 馮明珠、林國平主編，2012。十年耕耘·百年珍藏：國立故宮博物院數位典藏成果專刊。臺北：國立故宮博物院。
- 馮明珠、盧雪燕編，2015。殊勝因緣：內府泥金寫本藏文龍藏經探索。臺北：國立故宮博物院。
- 黃守義、許詩嫻譯，L. A. Lievrouw and S. Livingstone 原著，2008。新媒介科技手冊。新北：韋伯文化國際出版有限公司。
- 楊仁和譯，C. Peterson 原著，2014。Responsive Web Design 響應式網頁設計學習手冊。臺北：歐萊禮（碁峰）資訊股份有限公司。
- 楊新、班宗華等，1999。中國繪畫三千年。臺北：聯經出版事業公司。
- 龍迪勇，2007。圖像敘事：空間的時間化，江西社會科學，9: 39-53。
- Bayer, A., 2014. Evangelizing the 'Gallery of the Future': A critical analysis of the Google Art Project narrative and its political, cultural and technological stakes. Electronic Thesis and Dissertation Repository, 2239.
- Chatman, S. B., 1980. Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film. New York: Cornell University Press.
- Chenjou, 2020。打造一個 21 世紀的博物館：專訪國立故宮博物院長吳密察。Verse。
https://www.verse.com.tw/article/2020-vol2-verse-museum-04?utm_source=copy_link&utm_medium=share&utm_content=2020-vol2-verse-museum-04（瀏覽日期：2020/11/17）。
- Edmundson, A., 2015. Curating in the postdigital age. M/C Journal, 18(4).
- Lantonnet, E., 2014. Présence d'André Malraux. 11: 406-411. JSTOR.
- Lee, Jin Woo, Kim, Yikyung and Lee, Soo Hee, 2019. Digital museum and user experience: The case of Google Art & Culture. In: International Symposium on Electronic Art. International Symposium on Electronic Art, Gwangju South Korea.
- Lowry, S., 2020. Curating with the Internet. In: Buckley, B. and Conomos, J. (Eds.), 2020, A Companion to Curation. 1ed. Wiley-Blackwell.
- Malraux, A., 1974. The Voices of Silence. Frogmore: Paladin (Granada Publishing Limited).
- Melot, M., 2001. L'art selon André Malraux, du Musée imaginaire à l'Inventaire général. In Situ, 1.

- Mollard, C., 2001. De Malraux à Lang ou du Musée imaginaire aux musées virtuels. *Les cahiers de médiologie*, 11: 294-301.
- Mouna, M., 2012. L'art en images: André Malraux: l'invention du Musée imaginaire. *Art Press* 2 n.24, l'art en images, images de l'artiste. <https://www.artpress.com/2012/02/10/lart-en-images-andre-malraux-linvention-du-musee-imaginaire/>. (瀏覽日期：2020/11/17)
- Munck, D. J., 2016. Que reste-t-il du Musée imaginaire? *Le Courrier du Musée et de ses amis*, 38: 22-25.
- Polacci, F., 2015. The Google Art Project: Democratisation of art or ideology of transparency? *THEMA. La revue des Musées de la civilisation*, 2: 73-84.
- Ryan, M. L., 2004. *Narrative across Media: The Languages of Storytelling*. University of Nebraska Press.
- Wasser, C., 2019. Le Musée Imaginaire d'André Malraux: un anti-musée? Une nouvelle forme de musée par l'édition. *La Toile*, 232.

作者簡介

曾一婷現任國立故宮博物院數位資訊室研究助理。

The Starting Point for Museum Participation: Google Arts and Culture and the Online Curatorial Practices of the National Palace Museum

I-Ting Tseng*

Abstract

The year 2020 was one of sorrow and hope. Due to the impact of the COVID-19 pandemic, people drastically changed their lifestyles. In response, many museums produced online content and strengthened their accessibility in the face of epidemic prevention efforts and the global trend of “isolation”, as people stayed home and were unable to see exhibitions in person. Google Arts & Culture (GAC) took the lead as the online platform of choice for museums to launch digital content. With its abundant digital archives and original content, the National Palace Museum (NPM) kept pace with these changes, successively launching several online exhibitions. In this article, an in-depth analysis of six online exhibitions of the NPM is carried out, with a focus on factors such as design concept, stylistic characteristics, and exhibition experience, in addition to a look back at André Malraux’s *Museum without Walls*. Moreover, in this digital age, how Malraux’s concepts have been implemented on the GAC platform through the use of interesting stories is discussed, in addition to relevant processes of museum practices.

Keywords: Google Arts & Culture (GAC), National Palace Museum, Museum Without Walls (Le Musée Imaginaire), online exhibition, digital archive

* Research Assistant, Digital Information Office, National Palace Museum;
E-mail: i.tseng001@gmail.com