

博物館創造思考教學的實踐—— 以國立歷史博物館為例

王惇蕙¹

摘要

本研究以國立歷史博物館 2018 年發展迄今的「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」創意學習資源為例，以教育人員規劃與觀眾實踐之資料，檢視創造思考教學於博物館落實之可能。其規劃階段奠基於匯合取向創造力研究，教育人員融入多重創造力發展因素，並以「探索、發想、創造」3 階段活動架構，為家庭觀眾打造創造力發展的環境；實踐階段，在教育人員多樣方法的引導下，兒童與成人以頻繁互動落實「發現＋發明＝創意」。

本研究旨在提供博物館教育人員規劃與實踐創造思考教學的參考與建議，研究方法以個案研究之參與調查為主，透過影像、文字記錄觀眾的參與過程，並以問卷蒐集參與者對活動之回饋，研究結果顯示：

- 一、博物館營造的自由氛圍，有助於家庭觀眾創造力的發展。
- 二、情感與互動為博物館與家庭觀眾的連結，亦是激發兒童與成人創造力的重要因素。

關鍵詞：創造思考教學、博物館教育、匯合取向創造力研究

前言

早在 1960 年代，已有研究者將創造力視為人類心智最複雜的能力之一 (Guilford, 1967; Runco and Sakamoto, 1999)。「知識就是力量」曾是時代顯學，在瞬息萬變的當代，人們著重「知識轉化成力量」的各種方法，創造力為其一。產業界、教育界紛紛將創造力視為選材條件，亦視創造

力為育才內容，創造力儼然成為推動個人境界、社會發展、全球動向的原動力。

創造力，不只是與生俱來的能力，也可透過後天學習獲得。根據 Amabile (1983)、Ochse (1990)、Sternberg 和 Lubart (1999) 的研究，創造力是環境與文化的產物，環境影響創造力發揮，創造利於創造力產生與發展的環境極其重要 (Sternberg and Lubart, 1995)。當代博物館關注

¹ E-mail: chunhuiwang@art.ntmofa.gov.tw

「人」的需求，當創造力成為個人與群體之必要素養，與大環境共創創造力發展環境，即為博物館所重視。博物館中的教育人員 (museum educator)，以轉譯知識創造與觀眾的連結，期盼提升觀眾的學習動機。本研究所指稱之教育人員，根據 G. Talboys 定義，為籌辦教育推廣活動的博物館工作者（林潔盈譯，2004），具有促進者 (facilitator) 特性，為觀眾分析知識元素之間的關係，促進並豐富觀眾的學習歷程 (Roberts, 1997; Bens, 2012)。

創造力的定義與研究取徑

一、創造力 (creativity) 定義

1950 年，時任美國心理學會 (American Psychology Association) 主席 J. P. Guilford，在年會以「創造力」為演講主題，引起教育界熱議，除了討論創意如何融入教學，也開啟「創造力是什麼？」的討論。

相較於其他領域，創造力因研究者領域、立場、取向不同，界定更是多元。最早受到重視的是人格特質與能力，1960 年代研究者 L. C. Repucci 曾蒐整出近 60 項創造力定義；亦有研究者以解決問題的認知觀點為前提，指出創造力由流暢力 (fluency)、變通力 (flexibility)、獨創力 (originality)、精進力 (elaboration) 4 個特質組成 (Guilford, 1968)；近期常被提及的 4P 模式，指出創造力由個人新穎且適切的產出 (product)、具有創造力的人格特質 (personality)、滋養創造力的環境 (place)、個人創造力生成過程 (process) 組織而成 (Rhode, 1961)。對於創造力的具體定義，研究者多半認同 Stein (1974) 所提「創造力是一種歷程，創造出為團體接受、滿意的的新穎或實用之產出」。

二、匯合取向的創造力研究

創造力隨時代趨勢與研究者取向有所不同，被視為近代直接研究「創造力」的開創者 Wallas (1926)，以準備期 (preparation)、醞釀期 (incubation)、豁朗期 (illumination)、驗證期 (verification) 歸結個人創造力發展的心理歷程；部分研究者採認知取向 (cognitive approach)，從創造力複雜且廣泛的特質理出產出過程與脈絡，例如 Mednick (1962)、Torrance (1965)、Cook 和 Mayer (1983)：Mednick 認為創造力生成重點是結合能力 (association)，把毫無關聯的元素結合成新關係，達到特殊需求或是有用目的；Torrance 專注於創造力的思考過程，囊括流暢性 (fluency)、變通力 (flexibility)、獨創性 (originality)、精密性 (elaboration)；Cook 和 Mayer 認為創造力是種認知活動，能產生新穎的解決方法。

近數十年的創造力研究，以匯合取向 (confluence approach) 為主流，即創造力產生仰賴多重因素匯合，例如個人、社會、文化、環境等。創造力因人而異，研究者 Sternberg 和 Lubart (1995) 以個人資源運用的概念解析，主張創造力為個人運用自身擁有 6 種資源之成果，即智力 (intelligence)、知識 (knowledge)、思考風格 (thinking styles)、動機 (motivation)、人格 (personality)、環境 (environment context)；其中智能包括了綜合、分析、實用 3 種能力，亦為個人所用。

著重社會心理取向的研究者 Amabile (1996)，以工作動機 (task motivation)、領域相關技能 (domain-relevant skills)、創造相關技能 (creativity-relevant skills) 的交集多寡論述創造力的發展：工作動機是對工作的態度、工作時對自我動機的察覺；領域相關技能係知識、技巧、特殊才能；創造相關技能囊括適切的認知風格、教育的內在與外顯知識等，三者交集愈多則創造

力愈高，反之亦然。此外，Amabile 特別提及環境因素，認為環境是促進或阻撓創造力發展的關鍵之一。

根據質性訪談資料，Csikszentmihalyi (1999) 提出系統理論取向 (A System Perspective)，將創造力歷程視為個人 (person)、學門 (field)、領域 (domain) 3 個次系統互動的結果：學門為社會系統之一，包含消費者、出資者、評論者等守門人 (gate keepers)；領域為文化系統的分支，係指語言、數字、文字、行為、圖形等符號及其所組成的結構。亦即，個人受到學門的影響，對特定領域產生興趣，啟發學習動機；接著以學習獲得的知識與技巧，突破現有基礎，以創新的觀念產出意象或抽象成果，豐富學門內容；學門社群根據領域標準選取創新成果，加以保存，並透過教育以符號系統傳授個人；個人如對領域感興趣，將再次追求突破。

創造思考教學與博物館

一、傳統教學、創造性教學、創造思考教學

博物館教育人員與學校教學者因專業知識、場域資源等差異，產出不同教案內容與教學方法，對「教育」使命卻是有志一同。有關教學方法之研究，至今仍以學校為主軸，然而教育趨勢從傳統教學 (traditional teaching) 到創造性教學 (creative teaching)、創造思考教學 (teaching for creativity)，給了博物館更多發展契機。

傳統教學的教學者為權威及管理角色，採單向講述，以教科書知識為本，重視學習進度，於固定空間教授課程。學習者熟悉教材之後，教學者以具有標準答案的紙筆評量檢視學習成果；創造性教學的教學者為輔導者與促進者角色，以創意為核心，採用多樣化教材，強調學習過程，透過有趣且富有變化的教學方式，激發學

習者興趣，並鼓勵學習者思考與討論，以多元評量檢視學習成果。

創造思考教學以學習者為主體 (林幸台, 1974)，學校教學者做為引導者、促進者，以多元、彈性的策略與教材，創造支持與激發學習環境，以提升學習者創造思考能力為目標；教學者依據學習者需求，可以新問題、新點子、新想法，助長學習者創造新事物 (陳龍安, 1995)；創造思考教學強調的是學習者的特殊性。

二、匯合取向的創造力研究創造契機：博物館執行創造思考教學之優勢

匯合取向的創造力研究者 Sternberg 和 Lubart (1995) 提及，個人擁有不同程度的創造力，可透過發掘、培養、學習加以提升；將教育視為核心任務之一的博物館，為目標觀眾打造多樣且趣味的學習場域 (Carter, 1990)，以彈性的主題、多元的方法引發觀眾興趣，進而主動探索 (施明發, 2000)。在近數十年以匯合取向為主流的創造力研究推波助瀾下，讓從以物為主轉向以人為核心的博物館能有所發揮，以更為包容、創新的內容與方法，為觀眾整備創造力發展的環境。

綜整匯合取向的創造力研究理論，多數學者強調多重因素的配合與相互作用，例如內在的知識、動機、人格、智力，外在的家庭背景、教育過程、社會文化；不同領域對創造力生成過程與產出之預設、操作不同，採用的方式、論述隨之改變，故創造力保有相當彈性並具動態發展特質 (朱倩儀, 2009；Amabile, 1996；Csikszentmihalyi, 1999；Gruber and Wallace, 1999；Lubart, 1994；Simonton, 1999；Sternberg, 1994；Sternberg and Lubart, 1999)。

創造力被視為個人適應當代社會發展、迎接未來挑戰的重要能力。故而與時俱進、為人群而存在的博物館，應爬梳既

有資源、創發頻繁互動，營造有助於觀眾發展創造力之場域。

研究案例

「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」活動是國立歷史博物館（以下簡稱史博館）為落實當代博物館「以人為本」之核心價值，在創造力研究以匯合取向為主流的契機下，博物館教育人員以歷史學、色彩學為學科知識，結合創造思考教學，置入匯合取向的創造力研究之多重因素，以 3 階段活動結構引導家庭觀眾經歷探索、發想、創造，實踐「發現 + 發明 = 創意」，活動規劃分述如下：

一、探索與發想：發現紅色對世界的影響

採創意型提問，鼓勵兒童與成人跳脫框架、創意發想。有些問題具實證或研究支持，有些則為約定俗成、保留開放，例如：現有國家的國旗哪些具有紅色元素？哪些沒有？工作環境塗上紅色油漆，對人們有什麼影響？維持交通秩序的紅綠燈，為什麼是紅燈停、綠燈行？

另，輔以開放式問答，指出紅色在日常被個人忽略的應用場景，鼓勵家庭觀眾思考紅色的多元意義，以此探討紅色於世界的象徵與影響。

二、探索與發想：發現紅色在歷史的意義

以紅色為主題，選取史博館 8 件紅色館藏，包括編織、國畫、版畫、剪紙、法書、西畫，不以傳遞藏品知識為重點，而是以搭配同理型提問，讓個人與他人回應彼此或共同合作，一起發現隱藏在物件之下不同角色的互動與故事，著重藏品背後不同角色的互動與故事等情感面，勾勒並深化對紅色的印象（表 1）。

三、探索與發想：發現自己與紅色的深刻記憶

因應不同主題與節慶，教育人員選擇世界繪本為讀本，引導兒童進入不同文化脈絡及多重角色觀點，解讀紅色的各種意義。講述繪本角色對紅色的各種情感與記憶後，鼓勵兒童與成人以創作呈現紅色之於自身的回憶與感覺，並以個人輪流發表方式和全體參與者分享。

表 1. 教育人員對部分藏品規劃之觀察重點與觀眾現場回應

物件	教育人員規劃之觀察重點	觀眾現場回應
1 《虎頭紋童帽》 館藏編號 84-00167 	1. 使用的顏色 2. 給人的感覺 ----- 1. 外型／表情描述、模仿 2. 給人的感覺 ----- 1. 製作者與使用者 2. 製作的理由 3. 製作者與使用者的關係	1. 紅色、藍色、黃色，紅色最多 2. 有力量、有活力 ----- 1. 嘴巴張很開、齜牙裂嘴 2. 可愛、兇猛 ----- 1. 大人、小孩 2. 保護小孩不著涼、不被無形力量欺侮 3. 成人（多半提及媽媽）給小孩

表 1. 教育人員對部分藏品規劃之觀察重點與觀眾現場回應 (續)

物件	教育人員規劃之觀察重點	觀眾現場回應
<p>2</p> <p>《花籤》 館藏編號 32460</p> 	<p>1. 日常生活中類似的物件</p> <p>1. 觀察圖案 (兒童)</p> <p>2. 猜測寓意 (成人)</p> <p>1. 使用的時節</p> <p>2. 時節的意義</p> <p>3. 當代時節使用些什麼</p>	<p>1. 剪紙、春聯 (紅色)</p> <p>1. 牡丹、太陽等</p> <p>2. 富貴、光明等</p> <p>1. 過年</p> <p>2. 拿紅包、回外婆家、團聚、拜拜</p> <p>3. 有字的春聯、長條形或方形春聯</p>
<p>3</p> <p>《神荼鬱壘》 館藏編號 07638</p> 	<p>1. 人物描述</p> <p>2. 兩者的關係 / 給人的感覺</p> <p>3. 門神腳底下踩著某兩種生物，仔細看看牠們身上的文字</p> <p>4. 歷史背景介紹</p> <p>5. 當代議題</p>	<p>1. 嚴肅、抬頭、手拿武器、腳踏怪獸</p> <p>2. 朋友 / 2 個人一起、合作</p> <p>3. 上面印著「毛匪」、「俄魔」(反映當時臺灣「反共抗俄」的氣氛)</p> <p>4. 國民政府遷臺，反共抗俄時期</p> <p>5. 資訊的傳遞、選擇</p>
<p>4</p> <p>《和合二仙》 館藏編號 85-00526</p> 	<p>1. 人物描述</p> <p>2. 兩者的關係 / 給人的感覺</p> <p>3. 手拿物件</p> <p>4. 物件代表的意義 (諧音)</p>	<p>1. 2 個小朋友、2 個男生、2 個古人、好像要去哪、手舉很高</p> <p>2. 朋友、兄弟 / 感情很好、要去某個地方玩</p> <p>3. 荷花、盒子</p> <p>4. 和氣、和諧、合作、和樂</p>

資料來源：史博館教育推廣組

四、發想與創造：發明送給夥伴的紅色禮物

聽完他人分享各自的紅色記憶後，教育人員以外文繪本做為第 2 個任務「發明」之輔助資料，以此概述創造力生成過程。接著邀請家庭觀眾發明紅色禮物送給彼此，使對方難忘記憶成為快樂回憶；完成後，以組為單位分享，並透過「贈送」儀式，以行動促進雙方理解與情感。

資料分析與結果

2018 年迄今，「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」累積辦理 13 場，計 80 組家庭觀眾參與。活動參與者背景部分，家庭觀眾須組隊參加，每組至少 1 成人 1 兒童（學齡前至國小中年級），兒童年齡已預先設定，故年齡分佈調查以成人為主，以 35-44 歲（61 人）最多，25-34 歲（9 人）、45-54 歲（6 人）次多，55-64 歲（1 人）最少。職業部分，以家管（25 人）最多，接續為工商業（15 人）、軍公教（12 人）、服務業（9 人）、其他（6 人）。平常到訪博物館或美術館的目的，由多至少為參觀展覽（提及 54 次）、參加活動（提及 40 次）、固定休閒活動（提及 5 次）。

研究者以個案研究與參與觀察為主要方法，透過影像與文字記錄家庭觀眾創造

力產生到發展的過程，輔以問卷調查法蒐集觀眾滿意度與建議，以匯合取向的創造力研究觀點檢視活動內容及觀眾參與之成效，並於文末提出未來發展相關創意學習資源之建議。資料分析結果條列如下：

一、以有別於傳統博物館教育的自由氣氛，打造創造力發展的環境

研究者 Callahan (1978) 認為，幼教教學者與兒童在自由、無壓力的氣氛下互動，有助於發展創造力。奠基於活動現場參與觀察與問卷調查資料，剖析「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」活動 3 階段架構成效部分如下：

（一）探索：營造無拘束的空間，透過開放式提問鼓勵家庭觀眾腦力激盪、充分互動（圖 1）

首先為空間與關係。有別於傳統教學空間所創造的權力關係，以野餐的方式創造自由、開放的參與環境，教育人員、成人、兒童皆為實際參與者。兒童與熟稔的成人並坐學習，並被允許隨時起身走動、飲食，頻繁互動所感受到的新奇趣味，具體陳述於問卷文字「增加與孩子之間的親子關係」、「喜歡這樣的互動形式」、「互相為對方著想」、「有趣好玩」，參與觀察之現場亦有討論藏品與知識、分享食物與回憶、表達情感等多樣互動行為。



圖 1. 探索：家庭觀眾在自由氛圍下實踐創造力（攝影／史博館教育推廣組）

再者為知識與生活。教育人員於選擇藏品時，考量家庭觀眾切身的議題（如「關係」手足、父母等相處；「節慶」特殊用品與儀式）並結合歷史（如和合二仙故事與寓意、反共抗俄背景與文宣意義）。活動中刻意以沒有單一答案的提問，鼓勵家庭觀眾腦力激盪、自由討論，發展各種不同的意見，並避免任何的價值評判。

（二）發想：提供可操作性材料，讓家庭觀眾透過創作了解自身、與他者連結，與博物館創造回憶（圖 2）

為加速家庭觀眾對於創造力實踐之理解，發想階段教育人員以世界繪本各種角色的經歷做為情境教學，接著以現場提供可操作性的材料（紙筆等），鼓勵成人與兒童以文字或圖像表現創造力。

教育人員規劃 2 個簡單且互動性強的創作，讓觀眾實踐「發現」、「發明」之創造力產生過程。前項命題之創作提供了個人了解自身（發現自己的記憶），後項命題之創作則透過贈送與分享的儀式賦予創作意義，創造與他者連結。此外，在博物

館與熟悉及陌生的他者分享既有經驗與新創成果，本身即為創造意義的過程：讓博物館成為創造力發展的場域、教育人員與觀眾共同探索如何發展創造力。

（三）創造：以遊戲做為創造的方法，鼓勵家庭觀眾跳脫框架、建立新觀點（圖 3）

學習本身的目的是培養、發掘個人新的創造經驗 (Lainer, 1972)，有各式各樣的方法可以落實創造，「遊戲」也是其一（鄧宗聖、李律鋒，2012）。透過遊戲性質的創造，人們統整及運用各類藝術，自由地陳述理念，推翻各種限制，同時重新架定自身與他者、世界的關係。

「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」鼓勵兒童與成人透過「玩」，不受限制地呈現自身的記憶，以中立態度聆聽別人的創作理念、欣賞他者的創作。觀眾於開放式提問表達活動感想，提及「很好玩」、「一起玩」等字眼，指出本活動實踐遊戲做為方法的嘗試。

除上述參與觀察與開放式問答資料，本活動亦以量化五點量表，提供觀眾自評



圖 2. 發想：以紙筆等簡易且可操作性的材料，鼓勵家庭觀眾以文字或圖像表現創造力。（攝影／史博館教育推廣組）



圖 3. 創造：以玩做為方法，讓觀眾自由陳述與表達。(攝影／史博館教育推廣組)

參與收穫，問卷結果由高至低為「激發自己無限創意」、「認識史博館和藏品」、「分享故事不再害羞」、「了解一起來的夥伴」，足見教育人員所規劃探索（營造自由氣氛）、發想（提供可操作性材料）、創造（採用遊戲做為方法）3 階段活動結構，對於觀眾實踐創造力有所助益。

二、引導激發的成果，觀眾持續發展創造力

「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」實踐階段，教育人員以「詮釋」專業，創造博物館知識與觀眾日常的連結；以「引導」專業，提供觀眾多面向的切入方法。針對引導激發之成效，以觀眾「發現+發明=創意」實踐成果為分析資料，分述如下：

（一）發現自己與紅色的深刻記憶

為使兒童了解第 1 個創作任務「發現自己與紅色的深刻記憶」，教育人員因應不同年節，選用與價值有關之繪本做為引導，例如法國繪本《城市的狗》（關懷他者、不太偏見）、韓國繪本《和耶誕老人一起跳舞》（熱心助人、分享喜悅）等，以此讓兒童對普世價值、多元文化的理解；講述繪本時讓兒童聚集於教育人員身旁，以利講述時穿插問答、觀察等互動。

以繪本引導後，詢問家庭觀眾對於紅色的各種記憶，並鼓勵其發掘難忘、有趣等之於個人富有意義的記憶；如至此家庭觀眾仍無法理解，教育人員會以先前參與者創作故事為例，用實例引導觀眾。參與觀眾的創作，兒童的創作有水果、紅包、鞭炮、衣服等較為具體而單一的物件，成人則有棒球隊徽、紅龜粿、傳統公園的紅色鐵製玩具等包含物件與人之構圖；無論成人或兒童，創作完成後皆須與所有參與者分享作品背後的故事。教育人員參與觀察後發現，不同世代關注的時限與範疇有所差異，兒童多半專注於現在、物件，成人大多回顧兒時、以物件與人的關係為主。分享過程中，兒童除介紹物件外，多半連結喜歡、不喜歡等較為絕對的情感表達，而成人多半會以陳述故事的方式，分享物件所處脈絡（人、事、時、地）、與自身的連結（關係、情感等）（圖 4）。

另外，活動後以開放式問題，詢問參與者對「發現自己的紅色記憶」感想，回饋如「很有創意的連結」、「用常見的顏色引出自我記憶」、「想到很多過往事件」、「讓每個人將記憶與顏色做連結，很棒的想法」等，藉由引導而使個人探索內外因素而產生連結，做為創造力發展的起始。



圖 4. 發現自己與紅色的深刻記憶：兒童創作以物件為主，成人創作較偏重物件與人的關係。（攝影／史博館教育推廣組）



（二）發明送給夥伴的紅色禮物

教育人員以日本繪本《這是蘋果嗎？也許是喔》做為引子，書中主角為想像力豐富的小男孩，從 1 顆蘋果衍生多種想像，為創造力生成過程之具體呈現。本階段繪本引導將成人、兒童觀眾皆列為講述對象，刻意選用日文版本的繪本，希望降低成人對文字的依賴，並以原著提供兒童不同文化的視覺美學，進而引發更多討論與想像。

繪本講述完畢後，教育人員以問答方式，帶領家庭觀眾回憶書中小男孩對於蘋果的多種想像（變成了什麼？能做什麼？），以此重述創造力生成的過程，接著給予家庭觀眾第 2 個任務「發明送給夥伴的紅色禮物」，鼓勵家庭成員以前階段對方分享的紅色記憶為基礎，發明與之對應的紅色禮物。研究者參與觀察的結果，觀眾產出大多將紅色連結情感，例如有兒童把紅色與紅綠燈連結，表示等紅燈是她最討厭的事情；同組的成人畫出竹蜻蜓，讓她可以戴著竹蜻蜓飛越每個紅燈，減少其心情不愉悅的時刻。有兒童連結紅色與爺爺的手寫春聯，希望爺爺可以多寫幾

張，同組的朋友創造機器人複製爺爺的春聯，減輕爺爺的負擔，又滿足小朋友的心願；有媽媽看到紅色就想到大拍賣，同組的爸爸創造一張無限制信用卡，讓媽媽喜歡什麼就買什麼（圖 5）。

另以開放式問題，詢問參與者對「發明紅色禮物給一起來的夥伴」的看法，回應如「有互動、有分享」、「親子有感，創意在輕鬆的藝術之中發揮」、「了解彼此」、「很有挑戰也很有創意」、「互相為對方著想」。

結論與建議

一、結論

做為博物館資源與觀眾的中介者，教育人員除綜整物件知識，更應考量促進觀眾發展素養與能力，以適應當代社會。本研究奠基於創造思考教學，融入匯合取向創造力研究的多重因素，就個案研究、參與觀察、問卷調查成果，檢視教育人員活動規劃與實踐過程，是否促進觀眾創造力產生與發展，歸納結論並提出建議如下：



圖 5. 發明送給夥伴的紅色禮物：以禮物回應彼此的紅色記憶，多半與情感有所連結。(攝影／史博館教育推廣組)

(一) 自由氛圍的營造，有助於創造力發展

以問卷調查、觀眾參與成果、參與觀察等資料檢視「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」，教育人員規劃有別於以往的空間形式與參與方法，營造無壓迫感與進度壓力的活動氣氛，鼓勵家庭觀眾發表各種意見並尊重彼此的分享，讓兒童與成人感受到活動的創意與新意，對整體課程²與自身表現³相當滿意。

活動過程亦提供觀眾大量的資源與

刺激，例如藏品與生活的詮釋與連結、可操作性材料、開放式提問等，讓兒童與成人在遊戲之中完成探索、發想、創造等實踐創造力的方法，更進一步強化個人對於自身、他者、社會文化的了解，呼應多數創造力研究者所認同的理念「創造力的來源，是個人本能與支持環境互動所引發」。

(二) 情感與互動是博物館連結觀眾的方法，亦是使觀眾產生創造力的重要因素

² 以量化五點量表分析，滿意度 1 (最高)、5 (最低)，平均滿意度 1.28。

³ 以量化五點量表分析，滿意度 1 (最高)、5 (最低)，平均滿意度 1.53。

在「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」活動中，博物館不僅傳遞文物知識，更扮演著過去藏品與現代生活、個人與他人等中介角色。透過故事或問答等互動設計，促進觀眾與過去的人、事、物產生關聯並能對應到現代生活，強化博物館之於個人的記憶、情感，進而發揮博物館的社會價值。

在觀眾參與部分，無論兒童與成人在「發現自己與紅色的深刻記憶」、「發明送給夥伴的紅色禮物」2個任務的創作，皆提及「情感」部分。前項以個人記憶為基礎，論述紅色與自身的連結，不僅止於個人記憶中紅色所處脈絡（如日常場景、節慶習俗），亦提及記憶中的自身情緒或是群體對於該物件或事件的感受；後項則強化與他者的連結，兒童與成人基於對彼此的認識，以讓對方「快樂」為原則發明相關物件，並透過贈送儀式表達與分享情感。與此同時，博物館也成為雙方記憶的一部分，與觀眾建立關係、產生連結。

二、建議

(一) 與跨領域合作，提供更為多重的

因素，鼓勵觀眾發展創造力

「Creative BOOM! 一起迸創意！紅色寶盒」創意學習資源以創造力為主軸，以創意方程式「發現 + 發明 = 創意」貫穿活動，在主題與內容上保有相當彈性，可依據教學者自身經驗與關注議題調整。建議未來可與不同學科知識之研究者、學科教學知識之教學者合作，為不同目標觀眾量身打造能激發其興趣之教案。

(二) 以主題性與長期性課程，深化觀眾實踐創造力之習慣與能力

本活動為單次性活動，兒童與成人僅於當下實踐創造力，對於參與者後續理解與實踐創造力之影響力尚嫌不足。建議未來嘗試主題性及長期之課程，並透過階段性質量化研究，觀察家庭觀眾創造力發展與轉變。

誌謝

本文感謝審查委員細心審閱並提供寶貴意見，特此致謝。

參考文獻

- 朱倩儀，2009。在職進修成人學習者思考風格與創造力之相關研究，屏東教育大學學報，32：359-392。
- 林幸台，1974。創造性教學對才賦優異者創造力發展的影響。國立臺灣師範大學教育研究所集刊。
- 林潔盈譯，Talboys, G. 原著，2004。博物館教育人員手冊。臺北：五觀藝術事業有限公司。
- 施明發，2000。建構主義學習理論對於博物館教育的啟示，博物館學季刊，15(1)：25-37。
- 陳龍安，1995。創造思考教學的理論與實際。臺北：心理出版社。
- 鄧宗聖、李律鋒，2012。遊戲入課：通識教育中以學生為主體的媒體素養教學法，課程與教學，15(3)：109-133。
- Amabile, T., 1983. *The Social Psychology of Creativity*. US: Springer-Verlag.
- , 1996. *Creativity in Context: An Update to the Social Psychology of Creativity*. US: Westview Press Inc.

- Bens, I., 2012. *Facilitating with Ease! Core Skills for Facilitators, Team Leaders and Members, Managers Consultants, and Trainers*. US: Jossey-Bass.
- Callahan, M., 1978. *Developing Creativity in the Gifted and Talented*. US: Council Exceptional Children.
- Carter, J., 1990. Writing a museum education policy. *Journal of Education in Museum*, 11: 26-29.
- Cook, L., and Mayer, R., 1983. Reading strategies training for meaningful learning from prose. *In: Pressley, M. and Levin, J. (Eds), 1983, Cognitive Strategy Research*, pp. 87-131. US: Springer.
- Csikszentmihalyi, M., 1999. Implications of a systems perspective for the study of creativity. *In: Sternberg, R. (Ed.), 1999, Handbook of Creativity*, pp. 313-335. US: Cambridge University Press.
- Guilford, J., 1967. *The Nature of Human Intelligence*. US: McGraw-Hill.
- , 1968. *Intelligence, Creativity and Their Educational Implications*. San Diego, Calif., R. R. Knapp.
- Gruber, H. and Wallace, D., 1999. The case study method and evolving systems approach for understanding unique creative people at work. *In: Sternberg, R. (Ed.), 1999, Handbook of Creativity*, pp. 313-335. US: Cambridge University Press.
- Lainer, V., 1972. Objectives of teaching art. *Art Education*, 25(3): 15-19.
- Lubart, T., 1994. Creativity. *In: Sternberg, R. (Ed.), 1994, Thinking and Problem Solving*, pp. 290-333. USA: Academic Press.
- Mednick, S., 1962. The associative basis of the creative process. *Psychological Review*, 44: 220-232.
- Ochse, R., 1990. *Before the Gates of Excellence: The Determinants of Creative Genius*. US: Cambridge University Press.
- Rhodes, M., 1961. An analysis of creativity. *Phi Delta Kappan*, 42(7): 305-310.
- Roberts, L., 1997. *From Knowledge to Narrative: Educators and the Changing Museums*. US: Smithsonian Books.
- Runco, M. and Sakamoto, S., 1999. Experimental studies of creativity. *In: Sternberg, R. (Ed.), 1999, Handbook of Creativity*, pp. 62-92. US: Cambridge University Press.
- Simonton, D., 1999. Creativity from a historiometric perspectives. *In: Sternberg, R. (Ed.), 1999, Handbook of Creativity*, pp. 116-133. US: Cambridge University Press.
- Stein, M., 1974. *Stimulating Creativity: Individual Procedures*. US: Academic Press.
- Sternberg, R., 1994. Allowing for thinking styles. *Educational Leadership*, 52(3): 36-40.
- Sternberg, R. and Lubart, T., 1995. *Defying the Crowd: Cultivating Creativity in a Culture of Conformity*. US: The Free Press.
- , 1999. The concept of creativity: Prospects and paradigms. *In: Sternberg, R. (Ed.), 1999, Handbook of Creativity*, pp. 3-15. US: Cambridge University Press.
- Torrance, E., 1965. *Rewarding Creative Behavior: Experiments in Classroom Creativity*. US: Prentice-Hall Inc.
- Wallas, G., 1926. *The Art of Thought*. US: Harcourt Brace.

作者簡介

王惇蕙現任國立臺灣美術館助理研究員。

Teaching for Creativity in Museums: A Case Study of the National Museum of History

Chun-Hui Wang*

Abstract

The focus of this study is on the 2018 “Creative BOOM!” project of the National Museum of History, which incorporated creative thinking, methods, and models to inspire families to be more innovative during museum visits. Based on educator planning and visitor practices, possibilities for implementation of teaching for creativity projects were examined. Educators developed content based on the confluence approach and that incorporated diverse elements and skills. Moreover, a three-stage activity framework was constructed to enable participants to discover, develop, and innovate.

The aim of this study is to provide a reference for museum educators who are interested in planning and implementing teaching for creativity programs. Research methods included case study, participatory observation, and 13 activity questionnaire surveys. The findings indicated that constructing a lively atmosphere and emotional connections through interactive practices can enhance the creativity of families during museum visits.

Keywords: teaching for creativity, museum education, confluence approach

* Assistant Researcher, National Taiwan Museum of Fine Arts;
E-mail: chunhuiwang@art.ntmofa.gov.tw