

第一章 緒論

本章主要目的旨在論述本研究的背景、動機、目的、問題、範圍、限制與名詞釋義。全章一共分為四節，分別為：第一節 研究背景與動機、第二節 研究目的與問題、第三節 研究範圍與限制、第四節 名詞釋義。

第一節 研究背景與動機

一、 研究背景

(一) 城市漂流中的美術館空間閱讀

當一個人知道如何閒逛，如何觀察時，在一個大城市中有什麼樣的怪事。是他不會發現的呢？

Baudelaire, The Poems in Prose, 1983, 32

自幼就喜歡參觀美術館的我，作為研究者便選取了此一場域作為觀察範本，起因於身處於華人社會之中，逛美術館，經常被認為是一項「太閒」時才會想到要去的場域。走進美術館，其中展示物件琳琅滿目，豐富地鑲嵌在展場每一面牆、每一道投射光線裡，滿心期待地等候著觀眾向前擷取；然而，此一誘人心神之處，卻往往因其豐厚的資訊眩惑了觀眾的耳目，觀眾往往在應接不暇的慌亂中，胡亂搜尋熟悉的、新穎的或是對於個人產生意義的展示；本文之撰寫，便是設定己身為波特萊爾(Ch. Baudelaire, 1821-1867)筆下的一位「都市漫遊者」(The Flaneur in the city)，在代表高度文明象徵的美術館中間逛。因此作為一位都市漫遊者，我嘗試在其中閒逛，並針對其中觀眾的參觀行為，進行所謂的觀察研究。

(二) 定義都市漫遊者

在城市中散步是奇特的，悠閒的，孤獨的，然而這種經驗卻是極具現代的，因為城市的興起是自 1840-60 間工業革命之後方有之，蓬勃發展於 19 世紀末、20 世紀初；但並不是所有的人都能如此自在地享受著身處於人群中的滋味，現代法國詩人 Baudelaire 在他的散文集中這樣的宣揚著：「散步是悠閒的，因為散步的人有空餘的時間」¹。

這悠閒的詞語背後透露著，散步的人在此時此地，在這當下的片刻是不需要為生活而煩惱，能獨自決定他的時間與空間的運用或不運用，能夠在生活的縫隙間靜靜享受這個城市；所以「閒逛的人」²能夠在悠閒之間，發現城市中的故事，奇趣，解讀城市的空間文本。

(三) 都市漫遊者逛入美術館

回溯班雅明(Walter Benjamin)於下段文字中，曾經對於遊閒者參觀百貨公司的深刻描述：

¹ 引自蔡秀枝(1999)，她寫道：「波特萊爾筆下的詩人，城市的眼睛，是以一種神入的，超越的狀態來做為瞭解城市居民的生活與言行舉止」(28)。

² Baudelaire 將稱之為遊手好閒者(l'homme des foules)，譯為「人群中的人」，又稱為「閒逛的人」、「都市漫遊者」、「閒遊者」、「游閒者」、「漫遊者」等。以上名稱皆意指一邊在城市漫步、觀看、一邊思考，不能趕，做的是把目的地延擱——暫時沒有一定要去的地方，正是 Walter Benjamin 筆下的典型「閒逛者」(flaneur)，逛的是十九世紀的巴黎。十九世紀的巴黎有很多購物廊(Arcade)，現代主義方興未艾的文化之都，大街上開始充滿高速行走的車輛(當時還是馬車)，生活調子開始偏快，各式各樣的文化產品也開始在街上展示自身，等待欣賞者／分析者／思考者的眼光。

遊閒者 (flaneur) 仍站在大城市的邊緣，一如站在布爾喬亞階級的邊緣。此二者尚未將其完全淹沒，他亦無法在此二者之中感覺安適舒坦，他在人群中找尋他的避難所。……人群是面紗，熟悉的城市隱於其後，有如幻影燈般向遊閒者召引。於其中，城市現在化身成為風景，現在化身成為房間，此兩特色更進而形成百貨公司的建構，運用閒逛 (flanerie) 去銷售商品，百貨公司正是遊閒者的最後出擊。

(Benjamin, Paris, Capital of the Nineteenth Century, 1973)

Benjamin 以巴黎城市為背景，提出他對於都市漫遊者的觀察，啟發了研究者將此一空間閱讀與符號化之意涵；將此概念延伸至美術館觀眾進行參觀時的一舉一動，為美術館所呈現的「幻視空間」³效應作一詮釋，讓城市中的遊閒者能透過精神分析的論述，不僅從中尋找到更多觀看的樂趣，也為日後發展無所不在的展演文化，提供更多觀眾參予其中的有趣思考。

(四) 博物館時代全面化的來臨

今日，新博物館學的概念以「人」為出發點，將過去博物館以收集、研究、維護藏品為重心的經營理念，轉向運用展示及推廣教育為其經營重心；而美術館屬於博物館的一支，更是在社會教育的範疇中，最常從事藝術教育活動的場域，美術館在此，不僅提供了欣賞藝術原作的視覺經驗，更進一步的成為鑑賞教育最佳的學習場所；深入美術館的場域中，我們可以發現到，各類型之展示設計與相關活動，在其中扮演著與觀眾交流、溝通的中流砥柱。

³ 張小虹 (2002) 曾引用 Lacan 的鏡像階段，針對百貨公司的現代性商品空間所帶來的暈眩與興奮，做一詮釋，曾提及百貨公司的商品空間，既是「自我」與「鏡像」的想像認同，也提供了主體在慾望場景中的象徵認同位置，將此現象與空間特性稱為「幻視空間」。詳請參閱本論文第四章第四節。

展示既然是博物館的四大功能⁴之一，也是館方與觀眾最直接的溝通管道，然而遍尋國內外研究文獻，針對展示設計的相關資料與研究分析皆極為稀少⁵，有的主題也多是切重於技術面的探討，如：照明、牆面色彩等。（蔡振強，2004）研究者認為無論今後要從事教育推廣、策展研究或是典藏項目的考量，無一不須考量到展示的發展與走向，在此，展示本身就成為是美術館功能作用的母體，既可以成為是美術館中所有教育活動的基礎，本身也是一件最引人玩味的作品。

學者專家 Falk & Dierking（1992）亦表示一個良好的展示設計，的確可讓觀者達到較好的學習效果；而在參觀展示的過程中，觀眾參觀的行為會受到三大因素的影響，即為展示設計的元素、觀眾本身的因素、建築物本身的影響，而其中又以展示設計的種種因素影響最為卓著，是故，必須對於展示作更深入地研究與詮釋。

另一方面，隨著人們對於終身學習需求逐漸的提高，意味著博物館時代全面化的來臨；自 1984 年起，美國博物館協會（AAM）亦揭示了博物館未來的任務，是要成為大眾教育的代理人，更強化了美術館任務的改變勢在必行。然而究竟如何的設計才能實踐以「人」為主的展示理念呢？

⁴ 博物館四大功能為：蒐藏、研究、展示、教育。

回顧相關文獻，在結構主義的觀點之下，我們可以將展示視之為是美術館意識或價值傳佈的框架（framing），而意識或價值是精神層面的抽象存在，必須透過中介媒介，以形象（image）的模式再現（representation）出來，

因而展示設計便是經由一連串的符碼所再現出來，其中符碼的內容包含著製碼意識的力量，同時也預言展示論述下一個仲介的相對性作用力。展示設計者在從事展示製碼時，必須意識到製碼的作用力與媒介符碼的作用力，而這兩方的作用力分別可從兩方面了解：1、製碼意識的再現，2、符碼再現的內容與力量。前者是發自於人的內部意識(潛意識)；後者則是意識的外部力量(意識)，此兩者內、外部因素構成展示製碼意識的論述動向。

黑格爾(Georg Wilhelm Friedrich Hegel，1770-1831) 認為：

人的自我意識是從動物性的生活基礎上發展起來的，最初自我意識就是慾望，…物質匱乏和慾望受挫引起最初的『自我感覺』，即透過否定性的痛苦經驗，才有了『我』的感覺。…但真正『自我意識』的產生卻需要另一自我的承認，…是主體和另一主體之間相互認可的產物。

Hegel(引自王國芳、郭本禹，1997，67)

從這個觀點出發可以發現，展示製碼者與符碼之間，存在著相互認可的需求關係，也就是展示製碼者將意識投射於符碼的意圖，是尋求自我認同的行為，而在這項認同關係裡，製碼意識的認同狀態到底是什麼？Hegel認為是因為匱乏所引起的痛苦經驗，促使人主動地在對象中尋求慾望匱乏的滿足。再者，法國學者拉岡(Jacques Lacan，1901-1981) 從 Hegel 精神現象學裡關於自我意識的生成理論做進一步的解釋，並提出「鏡像階段」來

⁵ 可參閱本論文附錄一：國內近五年有關博物館展示設計之相關碩士論文。

說明人們透過鏡像的誤識，使主體產生聯想的認同，又在脫離鏡像階段後，透過語言模式與他者（Other）的慾望連繫在一起，產生主體與外在客體世界的異化與疏離感，以建構起主體的自我確認與意識。綜合以上，「慾望匱乏」與「異化確認」，作為是製碼行為與符碼之間連接的根本原因，製碼意識所表達的意義透過符碼媒介物的形象，進而產生主體對自我個體的辨認與慾望的滿足。

展示製碼意識的內在本質因素是為了尋求慾望滿足與異化確認，但瞭解製碼意識如何運作，是展示製碼行為的內在基礎。美術館的展示符碼負載了館方或展示製碼者自我意識的投射，這個意識再現象徵了什麼潛藏的意義？意識的基本形成是基於慾望匱乏與異化的確認，由精神分析理論得知，意識的運作利用象徵手法掩飾了潛意識，但提供了一條可循的具體線索，使博物館展示製碼的詮釋者得以檢視自我意識，和製碼行為現象背後的動機意涵，或解析意識再現的展示符碼內容⁶。

至於展示符碼再現所象徵和呈現的潛意識信念或慾望是什麼？或這些潛意識又是如何在展示設計中運行？觀眾在參觀過程中又是如何與這些符碼進行著互動，尤其是如何才能引發觀眾產生對話的興趣，然而相關之國內外文獻資料卻付之闕如，以上種種因素與理論便形成了本論文之研究背景。是故，本文的論述基調有二，其一為符號學，因為空間的符號系統具

⁶ 精神分析學試圖穿越人的表層意識，去理解非意識層面的運作如何影響人的心智與行為，但這部份本是隱晦不明的心靈角落，更別提相異個體間心靈世界的獨一性，所以針對媒介內容的分析，精神分析無法毫無保留的指出正確無誤的潛意識事實，這是精神分析理論的限制與事實，但精神分析真正的價值是在於幫助人們了解，人的動機並不如表意識知覺或理性活動所提及的那麼理所當然，人常常依循邏輯、理性、知識行事或思考，但這些不明意識的作用卻同樣的影響或支配人的行事、情感與意識活動。

有著多重層次的意義，一個單純的空間符號是由符號的能指(signifier)與符號的所指(signified)所構成，空間符號的能指，正是此符號的表述部分(expression)，而所指則是指其內容(content)的部分。

二、研究動機

根據上述之研究背景，研究者認為如何運用展覽的設計，設計出一個以「人」為主體的展示設計，而如何來傳達並完成如是任務，便將涉及到其結構模式的不同思考，諸如空間的使用、概念上的區隔，以及與觀眾互動等元素之深度考量，然而，身處其中的觀眾究竟如何透過參與和觀看的過程，來達成與藝術作品溝通和自我的觀看實踐呢？

這些問題皆必須回到觀眾參觀行為的基調上，作一深入的探索與研究，尋覓出觀眾在參觀展示過程中的各種行為慣性與影響因素，關注其中的「主體」意識究竟如何作用？待諸多問題釐清之後，方能建構出具體的展示設計策略，並根據此策略來從事實驗設計之操作，檢視具體的實作成效。以下即將本研究之動機歸納如下：

- (一) 展示扮演了傳譯符碼的重要角色，其中包括了潛意識與意識的部份，是故除了既往之研究成果外，必須加入精神分析的理論，從事更為深入的詮釋與觀察。
- (二) 展示設計必須將觀眾的參觀行為納入考量之中，方能從事一個好的展示策略之擬定。
- (三) 展示設計的擬定勢必需要實證研究之證明，如何進行調查研究之設計便是十分重要。

第二節 研究目的與問題

因而本研究便在上述的背景與動機上，為如何達成觀眾在展示設計中進行觀看實踐並從事學習而努力，茲將本文的研究目的與問題分述如下：

一、研究目的:

本研究旨在探討「展示設計」策略之擬定，以及如何對於觀眾的參觀與學習進行裨益，是故將從展示的「內容」與「形式」兩方面著手，「內容」方面將借重精神分析之理論成果，作為詮釋的依據；而「形式」方面則將運用展示設計進行觀察研究，據此，本研究目的具體歸納如下:

研究目的（一）：針對現今美術館展示觀眾參觀行為的慣性機制作一分析，評定出今後仍可努力的方向。

研究目的（二）：以精神分析結構學的論述，詮釋參觀行為與展示介面之間的互動關係。

研究目的（三）：根據精神分析結構學的發展論述，透過實際策展與調查研究，從中深入分析觀眾參觀行為，並將結果回饋於展示介面設計與知識建構的論述之中。

二、研究問題:

依據以上的研究目的，本研究擬探討的待答問題如下:

待答問題（一）：如何的展示設計可以增加觀眾參觀的意願與停留時間？

待答問題（二）：精神分析結構學是否有助於美術館論述之補充？

待答問題（三）：如何從事一個更符合觀眾期望的展示設計介面？

第三節 研究範圍與限制

本論文的研究範圍與研究限制，分述如下：

一、研究範圍：

本文中所探討之展示設計策略之提出，皆以調查研究之場域(如：美術館或是美術展覽場所)作為主要之研究範疇。理論方面主要是以精神分析結構學，從事觀眾參觀展示時解碼過程的詮釋；研究設計方面，則以研究者在本論文第五、六章中，以自身所策劃之「國際現代水墨大展」(International Modern Ink Painting)為例，進行調查研究設計，藉由相同展品在台灣的不斷巡迴，將展示內容予以統一，觀察不同的展示設計之操作，將如何影響觀眾的參觀行為。

二、研究限制：

(一) 理論探討方面

本研究屬於開創性研究論文，因目前國內並未有太多相關的理論與實務可為引證，故本研究企圖建置該領域之論述性研究成果，資料收集多採國外研究文獻與實驗設計成果，作為觀察記錄與統計分析的指標，並針對國外研究成果進行實驗研究設計以為印證。

(二) 觀察研究方面

1. 資料收集

在本論文中第三章中所進行的前導性研究，是以調查研究方式從事之，其中又分為兩大部分：其一為觀察研究，先在每個展場中跟蹤觀眾的參觀行進路線，並記錄其參觀行為、駐足點、展場規模與展品數量，而後透過軟體 SPSS 作一數據統計，其觀察指標之設定主要是參酌 AAM(1998)的研究報告；其二為調查研究，結束上述跟蹤式的觀

察研究之後，再請每一位被觀察者填寫「展示設計與觀眾反應回饋單」，並接受口頭訪問，而後亦透過軟體 SPSS 作一數據統計與分析。

本論文第五章中所進行的調查研究設計，研究重點在於觀眾對於展場中不同的展示設計，所產生不同的參觀行為，是故單一展場的硬體設施、交通位置，及其觀眾的身心狀況等因素，無法被控制與考量。

2.研究樣本

前導性研究是以「台北市立美術館」作為調查研究的場域，由於取樣的展覽是該館每年一度的「典藏常設展」，是故參觀民眾的屬性與大型特展相左，皆非慕名而來的遠道之客，多為台北縣市居民、學校團體與家庭朋友等；而第五章中的展示研究設計，則是取樣了國內的美術展演場所：台東縣政府文化局、南投縣藝術家資料館、彰化藝術館，三個展場皆為公家之非營利性質之社教機構，參觀民眾多數皆為當地的縣民。若要將本結果延伸或是推論至營利性藝術展示機構、售票型特展等，仍尚待研究。

第四節 名詞釋義

以下將針對「精神分析結構學」、展示論述中所汲取操作的「線性結構」、「凹室理論」、「生態展示」等名詞，以及本研究所設計之「觀察研究」作一界說。

一、精神分析結構學

從 1945 年開始，Lacan 便以精神分析學家的身份聞名於世，並嘗試將索緒爾(Ferdinand de Saussure, 1857~1913) 的結構主義語言學，與 Freud 的精神分析作一結合，建構出屬於 Lacan 的精神分析結構學體系；他依循 Freud 的學說將之重新改寫，將其中有關主體的討論發揚光大(尤其是針對探討主體與語言的關係的面向)，嘗將精神分析推入結構主義脈絡之下作解釋，吾人統稱其學說為「精神分析結構學」。

二、線性結構：

在諸多展示敘事體當中，最傳統也是最容易理解的就是線性敘事結構，因為它具有非常明確的線性發展脈絡和起始與終結，這種線性的敘事結構或所謂線性文本 (linear text)，讀者必須從頭到尾、線性的、受限制地在既有的文本脈絡中循序漸進，各個段落無法各自獨立成為自足的單位，各個段落必須依賴先前的文本，才能呈現出敘事的環節和來龍去脈。最常見的運用便是歷史性的展示，依時間年代線性安排敘說的故事結構，這就是很清楚的線性敘事結構。

三、凹室理論 (alcove)：

學者 Lakota 與 Kantner (G1991) 針對美術館中建築與組織各因素，曾提出的以下思考：展示空間可巧妙使用小房間 (chambers)、凹室 (alcoves)、島形結構 (Island) 等結構體，而其中「凹室 (alcove)」便是將美術館分割成較小的區塊，而這些小區域大約是能讓大約 10-20 人來參觀的規模，以此隔間可增長參觀的時間與學習效果。

四、生態展示 (diorama display) :

此展示理念的實際呈現，在於強調針對不同的對象，展示所要設計的內容也會有所差異。在展示的情境上，皆必須考慮到主要參觀者的類型，換言之，必須注意到主要參觀者的次文化與生活經驗，方能提供吸引參觀者的情境，以現今的許多互動性展示空間，加入了許多生態造景 (diorama) 的互動展示手法，其目的不外乎情境的塑造與場景的復原。這種場景的手法在建築中即所謂「空間中的空間」(space in space) 的設計觀念。

五、觀察研究(Observation Research) :

此法是藉由觀察樣本的相關行為與背景，來從事蒐集新資料的方法，也就是研究者運用觀察的方法，取得想要蒐集的資料，方法包括有包括有問卷調查、訪談等；而本文中所使用的觀察研究法，主要是參酌 AAM(1998) 委由 Beverly Serrell 所從事的美術館觀眾研究設計；他設定了四個變項(展覽規模、展出物件數量、參觀時間與停留點)，透過觀察兩兩變項間的關係，歸納出觀眾參觀行為的特性，本論文則沿用此四大變項作為研究的觀察指標。