

線上館刊的多元可能

大英博物館、倫敦博物館與M+的數位溝通術

文 | 王欣翻 (英國倫敦亞非學院藝術史碩士)

0
9
4

作為博物館資訊傳播的重要工具，館刊早在社群媒體興起前，便扮演著博物館在實體場域之外另一個發聲管道，有些館刊肩負著學術交流與累積的任務，有些館刊則是專注於大眾推廣教育的面向。而隨著數位時代到來，以紙本為主的館刊面臨是否數位化，以及該如何數位化的抉擇。

對當今博物館來說，數位策略的制定可以說是必然的方向，然而數位化並非單純的平台移轉，更是整體思維的重理。如何回歸機構的核心價值，在不偏離品牌設定下將數位策略納入機構整體策略，館刊的數位化也應當被包含在這番架構內。更進一步說，紙本刊物和數位館刊並非零和博弈，數位館刊更肩負著開拓不同族群的行銷與教育推廣使命，透過內容的生產與編排，藉此提升館舍影響力，維繫並提高品牌價值。

本文將聚焦在 M+、大英博物館 (British Museum) 和倫敦博物館 (Museum of London) 等三間博物館所推出的數位館刊。這三種館刊以截然不同的形式，與展覽和學術研究連動，更成功地與大眾推廣館舍內容，並藉此建構或重塑博物館品牌。

M+ 雜誌

2015 年 1 月動工，2021 年 11 月開幕的 M+，是香港標誌性的視覺文化博物館。該館不單只是關注於香港本地，更以國際化為目標納入全球視覺藝術史，而館刊「M+ 雜誌」即為重要發展方向之一。雖然在官網的側欄並無「M+ 雜誌」的導引按鈕，但其區塊在主頁僅位居展覽與活動兩大區塊之下，甚至優於藏品之上，不難看出館舍對於引導觀眾前往探索「M+ 雜誌」的意願明確。

M+ 早在 2012 年場館仍在建設之際便在香港四處



舉辦公眾活動，並推出子網站如「探索霓虹」暖身，再藉由「M+ 雜誌」的前身「M+ 故事」實驗「如何在展覽空間之外以策展形式說故事」。透過 Wayback Machine¹，我們回溯到 2019 年時的存檔，可以看見當時「M+ 故事」的平台內容主要圍繞藝術家訪談影片、藏品修復、以及視覺文化評論等主題。根據 M+ 數位內容資深製作人 Chris Sullivan 於官方 Medium 所發佈的〈如何介紹一座未建好的博物館？〉一文，彼時「M+ 故事」作為官網的先行平台，試圖先行建立觀眾基礎。為即將成立的博物館對外發聲，同時累積訪客的行爲偏好的數據，透過數據分析進一步勾勒數位化策略，並希望能將此經驗延伸至機構的不同面向。²

而當 M+ 官網建立後，「M+ 故事」的部分直接移轉至「M+ 雜誌」，團隊重新以專題的方式收束既有的內容，並持續生產新內容連結館舍現行展覽與發展目標。其雜誌框架可分成編輯推介、藝術家視

角、配有手語翻譯的藝術家訪談、以香港視覺文化為主題的「聚焦香港」、揭秘館務的「幕後工作」、「攝影」與「探索檔案庫」。其中又以「猜猜看」和「持續更新」系列最為有趣，前者以小遊戲的方式快速勾起觀眾對於收藏的興趣，後者則以邀請或轉載各界人士專文，並透過「物件」、「地理」、「視覺文化」與「視覺文化調查」等四個主題加以分類編輯，篇篇深入且精彩，但弔詭的是該系列似乎都是沿用過去「M+ 故事」既有的內容，反倒還看不出來為何以「持續更新」命名。

此外，M+ 數位團隊刻意於官網營造觀眾連貫性探索體驗，無論觀眾點擊藏品或是展覽，下方都會出現「M+ 雜誌」中曾與此展覽或藏品有關的文章或



是影片。另一方面，M+ 藏品與「M+ 雜誌」的每個網頁皆有如「概念藝術」、「視覺藝術」等複數標籤，按照團隊揭露的網站設想³，這些標籤應該串連平台上所有內容，好比說當觀眾點擊「概念藝術」這一標籤，即會出現所有含有此標籤的文章和藏品，使觀眾可以更靈活地發展自己的探索路徑。然而在目前現行的網站中，似乎僅有藏品的標籤能夠連結到「M+ 雜誌」，反倒是難以從雜誌端重新連結回藏品。

儘管如此，由於創館之初便納入數位策略思考，M+ 在官網的開放取用和使用者體驗都具標竿性，前者為整個網站奠基在開源的 PHP 內容管理系統，其所使用的代碼都能在 GitHub 上觀看和取用，後者不僅內容安排持續連動，當觀眾滑動時的視覺效果和質感更是極為近似，使觀眾能夠明確感受到線上館刊作為機構整體品牌策略和形象一環。

大英博物館部落格

自 1759 年開館至今，264 年來大英博物館挾著歷史底蘊源源不絕吸引著世界各處的觀眾。然而，相對於免費入場的政策，該館的館刊僅提供給付費會員，甚至直到 2021 年，才與數位內容平台 Exact Editions 平台合作，將 1990 年至今的會員制館刊全數上線。不過上線後的版本還是以紙本編排為導向，並無針對數位閱讀的習慣調整，而且仍舊為會員專屬內容。

如此一來，反倒是從 2010 年就開始經營的部落格，意外扮演對大眾推廣的數位館刊之角色。

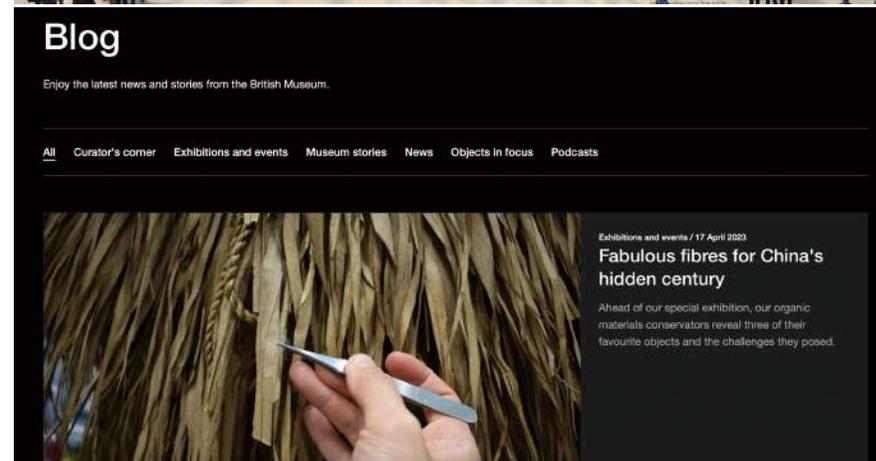
2010 年 9 月首篇部落格文章上線⁵，由當時特展「走過死後世界：古埃及死者之書 (Journey through the afterlife: ancient Egyptian Book of the Dead)」的策展人向大眾解釋《死者之書》為何⁶，然而部落格並未定時更新，僅以一年 2-4 篇文的速度鬆散地紀錄博物館的展覽或館藏研究。直到 2017 年 1 月，團隊以〈29 個你（可能）不知道的大英博物館知識 (29 things you (probably) didn't know about the British Museum)〉這篇宛如內容農場的文章打頭陣，開始穩定地以「策展人角落」、「展覽與活動」、「博物館故事」、「焦點物件」、「新聞」等五個分類持續刊載文章。

儘管部落格文章大多圍繞著當期特展的行銷和推廣為主，但部分以活化館藏或是品牌的文章則以多元角度切入，如邀請 LGBTQ 組織帶領志工重新審視南亞藏品中的 LGBTQ 面向⁷，或是指導家長如何與孩童一同探索博物館。⁸

¹ _____
² _____

¹ 大英博物館內部一景。Pixabay.com

² 大英博物館部落格網頁截圖。



相較 M+ 明確的數位化策略，以及將「M+ 雜誌」作為宣傳重心，大英博物館的部落格僅隱藏在官網的一隅，甚至連分類毫無邏輯可言（如在頂欄時是分類在「收藏 (Collection)」中，在下方的官網地圖卻又被列在「資源 (Resource)」之下），它更像是隨著網路時代發展出現的子計劃，卻因內容的趣味性，意外吸引著一群支持者默默關注，成為博物館線上教育推廣的一環。



倫敦博物館網站

1976 年開館的城市歷史博物館——倫敦博物館 (Museum of London)，以倫敦作為核心主軸，探討西元前 450,000 年至今人們在倫敦的活動軌跡。其官網在 2016 年創立時，便預設官網為獨立的場域，試圖凸顯收藏並重塑博物館品牌，驅動觀眾實際前往參觀。官網並沒有明確定位其為數位館刊或是部落格，而是透過「探索 (Explore)」和「發現 (Discover)」這兩個分類，為大眾呈現倫敦博物館的形貌。

對於故事的愛好者來說，倫敦博物館的官網極具魅力。「探索」以專題呈現倫敦的大小事，除了常設的「倫敦大火」、「倫敦女性歷史收藏」、「倫敦非裔人群歷史」等主題外，更配合當期特展如「雷鬼 (Dub)」製作專題，而查爾斯三世加冕之際亦推出皇室相關收藏專題，其呈現方式涵蓋錄音、文章或影片等。另一方面，「發現」則以單篇文章為主，囊括主題式收藏串連、研究成果發表，發展中的收藏計畫等，生動地勾勒出倫敦的樣貌。

由於倫敦博物館目前在 London Wall 的既有場館已經關閉，預計於 2026 年遷址西史密斯菲爾德 (West Smithfield)，更名為「The London Museum」重新開放，重塑品牌形象。¹⁰ 倫敦博物館也在彭博慈善基金會的數位加速器計畫支持下，預定於 2024 年

發布新版官方網站，強調為了改變觀眾對於博物館既定的沈悶又無聊印象，新版官網將改善觀眾線上觀看藏品的方式，以「故事優先」將藏品背後不為人知的故事呈現出來。官方挑選的案例如一塊與倫敦大火頗具地理淵源的磚塊、以及 17 世紀用來提醒路人前有瘟疫屍體的搖鈴，希望能藉由新版官網呈現其魅力。此外也將推出新的收藏系列「5000 件口述歷史」，包含為了躲避迫害被迫從維也納流亡至倫敦猶太教師 Edith Poulson，以及年長的理髮師 Fylaktis Philippou，以他們的生命經驗形塑倫敦的不同樣貌。倫敦博物館希望能藉由內容的重新梳理，串連線上與線下的體驗，讓用戶可以打造專屬自己的探索路徑。¹¹



結論

如今，博物館官網並非只是檔案庫或是基本資料基地而已，而是需透過內容的活化與設定進一步吸引觀眾前來。而能夠定期分享內容的數位館刊，即是能達成此目標的方法之一。透過博物館本身既有的研究和內容積累，不單是讓觀眾有機會進一步吸收到資訊，更能藉由搜尋引擎中的關鍵字搜尋獲得更多瀏覽數。這也能引發長尾效應，即使是不熱門的主題，也能透過關鍵字設定，在日後慢慢累積出反饋，擴散到更多族群。

從以上三件案例來看，博物館的數位館刊並非需要以雜誌或刊物的既定型態出現，它可以彈性地化身為不同樣貌，藉由數位團隊以柔軟的聲腔轉化內容，策略性地達到教育與研究推廣兩種目標。不管是倫敦博物館或是 M+ 透過通盤思考而出的介面，或是大英博物館在夾縫中求生的子計劃，都能在漫漫網路之海中抓到觀眾的目光。且以上三者更都是將內容架設在原始的平台，這樣的設定更有機會最佳化搜尋引擎（SEO），亦是未來博物館團隊發展其數位化策略時，可以納入評估的一環。

注釋

- 1 M+ 故事的網址架在「<https://www.mplus.org.hk/>」之空間，意味著如今已經難以看見當時發展中的樣貌，Wayback Machine 是能夠去撈網頁存檔的時光機，研究者可以藉此工具爬梳網站發展歷史。
- 2 Sullivan, C (2018, April 3). 如何介紹一座未建好的博物館？ (梁仲汶, Trans.). M+ Labs. <https://medium.com/mpluslabs/%E5%A6%82%E4%BD%95%E4%BB%8B%E7%B4%B9%E4%B8%80%E5%BA%A7%E6%9C%AA%E5%BB%BA%E5%A5%BD%E7%9A%84%E5%8D%9A%E7%89%A9%E9%A4%A8-9eff0959c5bd>
- 3 Sullivan, C (2018, April 3). 如何介紹一座未建好的博物館？ (梁仲汶, Trans.). M+ Labs. <https://medium.com/mpluslabs/%E5%A6%82%E4%BD%95%E4%BB%8B%E7%B4%B9%E4%B8%80%E5%BA%A7%E6%9C%AA%E5%BB%BA%E5%A5%BD%E7%9A%84%E5%8D%9A%E7%89%A9%E9%A4%A8-9eff0959c5bd> | Day, L. (2019, March 15). M+ 藏品系列網頁現已推出！ (梁仲汶, Trans.). M+ Labs. <https://medium.com/mpluslabs/m-%E5%85%B8%E7%9A%84%E5%8D%9A%E7%89%A9%E9%A4%A8-9eff0959c5bd>
- 4 <https://ocean.exacteditions.com/magazines/23485/issues/>
- 5 John, T. (2010, September 22). *What Is a Book of the Dead?* The British Museum. <https://www.britishmuseum.org/blog/what-book-dead>
- 6 *Researching LGBTQ Connections in the South Asia Collection*. (2022, January 18). The British Museum. <https://www.britishmuseum.org/blog/researching-lgbtq-connections-south-asia-collection>
- 7 *Visiting the British Museum as a Family*. (n.d.). The British Museum. <https://www.britishmuseum.org/blog/visiting-british-museum-family>
- 8 Vetch, P. (2016, April 20). *Designed for London*. Torchbox. <https://torchbox.com/blog/designed-for-london/>
- 9 *Museum of London to Make 5,000 Stories from the Capital Available to the Public for the First Time*. (2023, January 11). Museum of London. <https://www.museumoflondon.org.uk/news-room/press-releases/museum-london-make-5000-stories-capital-available-public-first-time>
- 10 *Museum of London's New Platform to 'Revolutionise Digital Offer' in 2024*. (2023, January 11). Museums+Heritage Advisor. <https://www.museumoflondon.org.uk/news-room/press-releases/museum-london-make-5000-stories-capital-available-public-first-time>