

博物館與文化 第 21 期 頁 3~30 (2021 年 6 月)
Journal of Museum & Culture 21 : 3~30 (June, 2021)

#BLM，博物館如何利用社交平台落實社會正義

陳思妤¹、戴卉玟²

#BLM, How do Museums Practice Social Justice through Social Media

Shih-Yu Chen & Hui-Wen Dai

關鍵詞：博物館、社會正義、社交平台、BLM

Keywords: Museums, Social Justice, Social Media, BLM

¹ 本文作者為中華民國博物館學會博士後研究員。

Postdoctoral Researcher, Chinese Association of Museums

Email: sychen1306@gmail.com

² 本文作者為國立臺北教育大學文化創意產業經營學系研究生。

Postgraduate, The Department of Cultural and Creative Industries Management, National Taipei University of Education

Email: s29202200@gmail.com

(投稿日期：2021 年 1 月 25 日。接受刊登日期：2021 年 3 月 18 日)

摘要

2020 年席捲社交平台的社會運動 Black Lives Matter(BLM)促使博物館正視其落實社會正義的社會角色與責任，而由於新冠疫情的影響，世界各地博物館多處於閉館狀態，社交平台則成為博物館與民眾對話的主要平台，也因此博物館在社交平台上的作為成為社會大眾檢視的主要重點。本文從博物館社會角色的轉變為始，強調博物館與社會連結的重要性與必要性。並接著探討社交平台於博物館場域中的應用，如希望增加實際參觀人數的展示宣傳、提升博物館收益的數位行銷以及保持與博物館觀眾連結的社群營造等。也因為社交平台的普及性，政治議題得以迅速引起社會大眾的注意力以及討論，而社交平台也提供民眾更直接的對話平台，讓要求博物館省思機構實踐社會責任以及館方對於議題的工作策略方案變得更加容易。本文最後以檢視不同博物館對於 BLM 議題的作為，指出雖然博物館多宣稱提倡多元與包容的社會價值，然而為了形成有意義的改變，博物館的社會責任不能僅止步於立場的宣稱，而必須做出實際作為，如促進多方且開放的對話與提升管理階層的多元性等。

Abstract

Since the social movement, Black Lives Matter (BLM), had taken over social media in 2020, museums are urged to examine their social responsibilities and practice social justice. Due to the influence of COVID-19, museums worldwide mostly remained closed to the public, and social media has become the primary channel to connect and interact with the audience. This article begins by addressing the shift of museums' social roles and emphasizes that it is crucial and necessary for museums to reexamine their social responsibilities and connect with society more than they used to. The article explores the application of social media in museums, including promoting exhibitions to bring more visitors in, increasing profit from digital marketing, and connecting and interacting with the audience to build a close community. Because of its high accessibility, social media also gives the public a much direct platform to require museums to reflect their strategies on practising social justice. Lastly, this article looks into how different museums responded to BLM. Although museums claim to stand with diversity and equality, to make meaningful changes, museums need to turn their online statement into actions, such as encouraging open and diverse conversations and improving the diversity among museum management staff.

前言

二十一世紀博物館觀眾已不僅僅侷限於入場參觀的民眾，因為網際網路和社交平台的發展，博物館觀眾也包含於線上使用博物館資源，例如數位資料庫、網站等，以及在線上與博物館互動、對話的民眾。觀眾族群的擴大主要源自於線上社群的形成。社交平台所提供的作用為社群網路服務(social networking service)以提供資訊交換、分享、建立關係做為主要功能，早期多數的應用方式以透過線上網站建立聊天室，區分不同主題、喜好、類別建立不同群組，使用者可以根據自己的喜好加入與其他群組成員交流，並以文字留言作為主要的溝通方式。現今社交平台的機能更多元化，除了提供資訊交流，不少社交平台整合了多項功能，包含線上購物、線上遊戲、影音編輯、商業行銷等，結合社交平台本身特色拓展更多元的服務。

網際網路具備的重大優勢之一為打破物理距離、空間的限制，而這樣的優勢在 2020 年新冠肺炎疫情的影響下又更加被凸顯。因為疫情的影響，世界各地博物館多處於被迫暫時閉館的狀態，僅有少數地區仍持續開放民眾進入博物館參觀。在無法對社會大眾開放的情況下，博物館面臨的重大難題之一即是如何持續與民眾保持互動關係，提供藝術與文化資源、教育活動與體驗，甚至是幫助民眾度過新冠肺炎疫情所帶來的難關。而數位資源、社交平台因此成為各地博物館的解決方案之一。根據歐洲博物館網組織網絡的調查，博物館在閉館期間開始將重心轉移至數位網路，40%的博物館回覆線上瀏覽量有顯著的增加³。另外，社交平台，如 Facebook、Instagram、TikTok 等，皆可以看到博物館的積極運用與參與。超過 70%博物館增加社群網路的活動，其中 80%使用 Facebook，20%使用 Instagram 作即時分享。博物館使用社交平台過往多以行銷為主要目的，宣傳館藏、活動消息等，希望藉由平台的傳播力可以將更多的觀眾吸引進館內。博物館的社會影響力也多立基於

³ 其中，41%博物館每週瀏覽量增加 20%，38%博物館增加 50%，8%博物館增加 100%，13%博物館增加 500%。

博物館內展示、導覽、或教育活動。然而，2020 年在新冠疫情的影響下，全球各國博物館皆面臨到衝擊，從減少活動舉行、限制觀眾人數到館所閉關。在實體場館使用的限制下，多數館所皆致力於利用線上資源，如線上導覽、課程、影片等，期望持續與博物館觀眾(audience)連結與互動。

另一方面，社會議題，如 Me Too 以及 Black Lives Matter(BLM)近期因社交平台的運用，成功喚起大眾對於議題的重視，即便是過往被認為對於社會、政治議題較為陌生的 Instagram 也可見到大量的貼文與討論。此等社會議題也促使許多博物館在社會大眾的關注，甚至是壓力下，做出程度不同的回應，從在社交平台上表明立場、將議題與自身館藏結合，以及針對館藏、展示做出相對應的改變，例如，大英博物館將具有蓄奴歷史的創立者雕像從展示中移除。英國利物浦國家博物館(National Museums Liverpool)前館長 David Fleming 教授於 2018 年來臺演講時也提到，倫理議題是當今社會博物館最為迫切的議題，如 Janet Marstine 於 *The Routledge Companion to Museum Ethics* 裡寫道，「傳統博物館在倫理議題的論述……已無法滿足二十一世紀博物館與社會的需求」，因二十一世紀的博物館不僅受到公共監督，也被期待肩負更多的公共責任，「博物館裡的改變，繫於博物館倫理論述上的改變」(Marstine, 2012: 5-6 引自 Fleming, 2019)。

本文以博物館社會角色的轉變為切入點，探討博物館於當代社會中所能發揮的影響力，並以積極參與對話的方式落實社會正義。本文將進一步討論社交平台的崛起，將傳統博物館影響力主要為線下的實際場館參觀與參與延伸至線上數位行銷以及社群的經營。藉由社交平台的運用，博物館與社會大眾之間不僅僅是距離的拉近，更是改變以往單向為主的互動過程。而本文也將這樣的互動關係置於網路社會運動以及博物館倫理討論的脈絡中，以 2020 年 5 月開始引起社會大眾注目的 BLM 議題為主，討論社交平台如何於新冠疫情的影響下推動社會運動與社會議題的討論。因為 BLM 議題的發酵以及社交平台的廣泛應用，博物館自然是無法置身其外，不管是自願或非自願。藉由議題的探討，本文亦將論述重點著重於博物館如何因社交平台的運用將

傳統著重於場館內的影響力延伸至館外，並進一步將線上的討論、宣言化為實際作為而達到落實社會正義和促進平權的目標。

貳、博物館社會角色的轉變

博物館在設立之初為社會菁英階級服務、貴族所擁有的櫥窗，除了炫耀蒐藏者於世界各地征戰或遊玩時所獲得的珍奇物件以外，也成為觀賞者習得其他地區、社會文化或歷史的場合。博物館的教育角色在成為公共機構之後又更加明確，以教育傳授者的角度，透過博物館專業，蒐藏、研究、展示與教育，教育社會大眾，就如同大英博物館首任館長 Gowin Knight 提到：

「籌建大英博物館的方針在於為有識之士提供研究所需，鼓勵學風，以祈拓展不同知識領域，推動文明進步，有益於社會大眾，彰顯國家榮耀。」（Cash, 2002: 29；引自丁穎茵，2017）

由上述言論也可得知，除了教育功能之外，博物館長久以來也是權力展現、互動的政治場域，隨著博物館空間的公共化，博物館的目的與意義也包含更為複雜的政治性。借用自 Foucault(1977)的「規訓」，Bennett(1995, 1998)提到，博物館為一展示權力與秩序的場域，博物館藉由物件的排列提供一種機制有效將原本雜亂無章的大眾(public)轉變為有秩序的公民(citizen)。參觀博物館不僅僅是去看成列的展示，觀眾也是被觀看的客體，參觀博物館演變成一文明化的行為展示。也因為具備社會公信力、權威，博物館有將一般普羅大眾形塑成有秩序的現代公民的權力，再加上博物館物具有的收藏專業，其館藏的真實性更是深植於社會，據此，博物館不僅僅是展示文物源自的文化，也具有打造文化跟身份認同的能力。

就如同 Foucault(1979)提及，權力與知識是交互影響的，尤其是在博物館場域內，知識的政治性藉由展示呈現，物件、文化間彼此競爭著觀眾、社

會，甚至是權力的目光。Haraway(1992)以自然歷史博物館為例，由於博物館所具備的權力與社會地位，因而具有讓歷史「自然化」的效果，博物館不僅僅是讓民眾學習自身與他人，也讓國家權力得以有意或無意地去除特定歷史與族群，並定義何謂「我們」與「公民」。然而，劃分他者的方法不僅僅是將特定族群去除於博物館展示，而呈現整體社會的展示也不見得就是提倡多元、包容，如何論述才是關鍵(Crooke, 2007)。被隱藏的歷史有極大的可能性最終是會被遺忘的，比起文化相對論者將所有文化視為同等重要的，多樣文化間的階級性不容忽視，特定文化得以進入博物館被詮釋的可能性會因國家權力、社會價值等因素遠高於其他文化，而在被選定以外的文化或族群則很有可能不見於博物館展示或是被以不平等的方式呈現(Crane, 2006)。

然而，二十世紀以後受到後殖民主義的影響，博物館也開始反思殖民帝國與被殖民社會的關係，以及在這樣關係下所建構的知識系統。學者亦提出博物館必須卸下過去的文化優越感，必須思考如何更真實地去瞭解他者文化(Simpson, 2001)。再加上，自 1990 年代始，新博物館學(New Museology) 以及後博物館(post-museum)的發展，強調博物館與環境、社會和社群的關係之外，也著重於博物館所能扮演的社會角色(Hooper-Greenhill, 2000; Stam, 1993)。博物館不再是以往高高在上，甚至具有神聖性的文化機構，而必須與社會、民眾連結，強調社會脈絡的重要性，提出博物館可以如何因社會的變化而更新對館藏的詮釋，以及如何促進與當代社群進行對話(Witcomb, 2003)。人類學者 James Clifford(1997)提出博物館必須成為「交流地」(contact zone)，確保人人參與其中，尊重彼此的不同意見。不同社群往往因政治、族裔、信仰、性取向等分歧而遭受隔離，而博物館的社會責任在於消解大眾的成見與習以為常的規範，讓不同生活經驗、想法、價值觀與意義獲得討論、理解、反駁甚至修訂。

參、博物館社交平台社群經營

社交平台如今成為網路使用中最活躍的領域，2020 年 10 月統計全球社群使用人口為 41.4 億，在臺灣社交平台使用率更是高達 88%，相較於全球平均社群使用率 49%高出了許多，以亞洲地區排名也是社群使用率之冠(We are social, 2020)。社群普及帶來不少轉變，社交平台使用者人口的增加也讓資訊傳遞速度加快，透過社交平台作為資訊取得管道是現今社群文化的一環，如新聞媒體在過去以電視作為主要訊息傳播媒介，如今透過社交平台直播、發布即時新聞已成為常態。而不同產業對於社群媒體經營的方向也有所不同，例如個人帳號多用以分享個人生活經驗、企業帳戶及部落客或網路名人以行銷宣傳為主要使用目的。體會到社交媒體上社群形成的重要性與影響力，許多政府機構、官方組織也經常使用社交平台營造更親民化的形象或作為政令宣傳的管道。

相較過去博物館給人較為嚴肅、有距離感的既定印象，現在許多博物館正透過社交平台增加與社會大眾的互動，企圖翻轉民眾對於博物館的印象。對比過去博物館利用社交平台多以推廣展覽為主，現今博物館對於社交帳號的規劃則有更多彈性的運用，改變過去制式的貼文格式，宣傳展覽、提供資訊的方式有更多選擇，例如透過社交平台的影音功能，博物館可將動態展示及活動保存於社交平台上供民眾重複瀏覽⁴，又或是如英國自然史博物館(Natural History Museum)在疫情期間重新開放參觀當天，以 Instagram 直播帶領社群使用者一同於線上參訪，表示會持續以線上模式互動請觀眾持續關注博物館的社交平台。

透過社交平台的交流亦能促進民眾與藝術品之間更多元化的互動，2020 年受到疫情影響而暫時閉館的蓋蒂博物館(J. Paul Getty Museum)，透過 Twitter 帳號發起重現藝術品挑戰，鼓勵民眾在家防疫時發揮創意運用身邊

⁴ Whitney Museum of American Art 邀請行為藝術家於場館中表演頌鉢浴引導民眾冥想。檢自：<https://www.instagram.com/p/CG8BhTQFqt0/?igshid=hlouy3q3o791>(瀏覽日期:2021 年 1 月 22 日)。

物品再現藝術，並推薦民眾可透過博物館的線上館藏系統挑選藝術品（如圖 1）。此挑戰在 Twitter 超過 1.4 萬次轉發，娛樂之餘也讓展品再次利用社交平台曝光。博物館以社交平台在閉館時期與民眾保持連結，以不同形式提供民眾與展品互動。此活動概念來自一個專門分享各種民眾透過自身創意再現藝術作品的 Instagram 帳號⁵；阿姆斯特丹國家博物館(Rijksmuseum)於 2020 年度排行最多讚數的貼文也是轉發自此帳號分享的照片，此活動以輕鬆的方式讓民眾得以更貼近博物館，在社交平台上是受到民眾認可且喜愛的方式。



圖 1 博物館分享民眾再現藝術品照片。（圖片來源／Getty Museum Twitter）

⁵ @tussenkunstenquarantaine. Retrieved January 16, 2020
from <https://www.instagram.com/tussenkunstenquarantaine/?hl=en>.

博物館作為文化教育機構，藉由網路社交平台得以破除場域的限制提供線上的文化交流與學習資源，將博物館專業落實於場館以外。當代博物館逐步延伸服務範圍到無遠弗界的虛擬社群，此舉同時能夠使博物館資源更有效的運用於教育並拓展所屬的觀眾群（劉襄儀，2008）。在臺灣，國立故宮博物院是較積極經營社交平台的博物館之一，善於使用社交平台以平易近人的撰文方式提供文化知識。在其社交帳號中，能見到許多館藏的圖片，圖片的拍攝以更清晰的視覺提供給線上社群使用者近距離的觀賞感受，透過細節的呈現，社群媒體上提供的照片反而比親自到場能夠看到更多的細節，是許多社群使用者追蹤的關鍵。除此之外，故宮精品為國立故宮博物院文創品牌貼文經常以風趣的口吻、結合不同話題而引發討論，「故宮小編」也因此成為網友熟知的人物，順應即將到來的節日幫圖片配上較詼諧的獨白，搭配說出民眾心聲的文字藉此吸引大眾，拉近博物館與民眾的距離（如圖 2）。



圖 2 故宮宣傳年節商品貼文（圖片來源／故宮精品臉書）

肆、#BlackLivesMatter, #BLM 網路社會運動佔據社交平台

2020 年 5 月因為警方執法過當造成 George Floyd 過世而引發的 Black Lives Matter(BLM)社會運動受到社會大眾的關注，種族歧視等相關議題佔據各社交平台的版面與討論。而比起 Twitter 和 Facebook 等社交平台，Instagram 幾乎是推動議題的最大功臣，開啟關於體制性種族歧視相關的對話，教育民眾應該如何面對並打擊歧視。平權人士與團體的 Instagram 帳號追蹤人數也在這段期間大幅增加，例如 The National Association for the Advancement of Colored People(NAACP)從 5 月到 6 月間多增加 1 百萬人追蹤帳號；Black Lives Matter Los Angeles's 也在一個禮拜間增加約 4 萬人次(Stewart and Ghaffary, 2000)。

社交平台政治化並非新現象，Twitter 與 Facebook 都是長久以來政治議題的主要討論平台，如 2010 年阿拉伯之春即是仰賴 Twitter 組織行動。然而，比起 Facebook 使用者活躍程度的停滯，以及較年長的使用者年齡層，Instagram 成為較年輕一代主要使用的社交平台，並在平台上得到有關社會行動主義與平權相關的資訊。比起 Facebook 跟 Twitter 一天約有 1.7 億的使用者，Instagram 一天有超過 5 億線上使用者，大量的使用者也是議題推動如此迅速的最主要原因 (Stewart and Ghaffary, 2000)。另一方面，Instagram 的政治化也跟主要推動議題、參與示威的人口結構相關。過去幾年，主要參與及組織示威活動的主要群眾為千禧世代與 Z 世代⁶，而這些人主要活躍的社交平台即為 Instagram。

Rauch(2019)於經濟學人中指出，千禧世代與之後出生的世代，比起較為年長的族群，普遍被認為較為理想性，對於讓世界變得更好充滿希望。此外，尤其是千禧世代為第一代成長於廣泛應用科技的世代，對於科技的熟悉度與接受度高；人口組成也比起以往更為多元，在美國約 56%為白人，與

⁶ 千禧世代(millennials)為出生於 1981-1996 年之間的民眾；Z 世代為出生於 1997-2012 年。

上一代嬰兒潮世代(boomers)約三分之二為白人的情況大為不同；信仰宗教的人數也普遍較少。比起他們的上一代在政治傾向方面，也偏向社會自由主義，多數認同並支持跨種族婚姻、同性婚姻以及大麻合法化等。進步的社會價值也反映在世代文化並推動體制、不同機構的改變；年輕世代提倡在地商家、環保、以及社會關懷，擁有財產如房子、車子等不再是必須。而這也是#Metoo⁷成功引起社會注視的原因，這一世代無法忍受職場性騷擾、因性別及性傾向受到歧視等此類上一代傾向輕描淡寫的不公平待遇。

除了使用人口結構特質以外，Instagram 的政治內容增長也跟 2020 年爆發的新冠疫情有關。在疫情的影響下，多數人都生活在封城限制下，人們花在社交平台上的時間大增，也開始尋找除了旅遊、美食與生活大小事這些以往人們熱衷分享的主題以外的議題關注與分享。上述提及的平權團體 NACCP 與 Black Lives Matter Los Angeles's 也鎖定機會，於此時大量分享有關體制性種族歧視相關訊息，並將虛擬的追蹤人數轉化為實際的行動，例如，呼籲大眾參與示威遊行、簽署連署書、打給地方民意代表等(Stewart and Ghaffary, 2000)。再加上，Instagram 以視覺性的圖片為主，有助於將複雜的概念以簡單明瞭的形式傳達給大眾，比起大量文字或書籍，民眾的接受度也較高。因為不見得任何議題或是概念都可以利用簡單的圖片傳達，此時 Instagram 的其他功能就成為主要的推動工具。例如 2018 年 5 月增加的功能，限時動態，讓使用者可以分享簡短的影片，以及 2018 年 6 月新增的 IGTV 讓使用者可以拍攝完整的影片，也讓 NACCP 可以呈現完整的討論，讓民眾對於議題有較完整且深入的瞭解。

然而，Stewart 和 Ghaffary(2000)也提出，「表演性的覺醒」是社交平台上議題推動時常見的問題，許多人僅僅是因為一時的議題性而分享或在線上支持相關的活動，希望藉此表現出對於社群的參與，然而這樣「表演性的覺

⁷ 2017 年開始，由網路名人 Alyssa Milano 開始以#Metoo 呼籲性騷擾受害者於社交平台上分享自身經驗，引發社會大眾的討論與重視。

醒」對於社會問題改變是遠遠不夠的。這樣的問題不僅僅是發生在社交平台上，也可見於博物館。

伍、博物館社交平台與社會議題

民眾使用社交平台的原因不外乎是希望可以跟外界和他人有更多的連結、增廣視野、減少與社會隔絕以及形成社群與社會包容(Ellis & Goggin, 2014)。另一方面，博物館也透過社交平台分享館內藝術作品或其他館藏訊息、分享文化或藝術相關經驗與看法、商業活動，甚至是政治觀點等。社交平台讓使用者得以與他者相互連結、參與及享受生活及觀點，也因此，博物館觀眾除了是會實際參觀博物館的民眾外也包含線上關注博物館消息的社交平台使用者。博物館觀眾群體的擴大與轉變也促使博物館重新思考如何藉由不同的管道與媒介觸及民眾，並且營造以及提升博物館的社會包容性(Proctor, 2011)。

博物館界針對博物館如何提升包容性提出指標不外乎為提高博物館與民眾的相關性、讓博物館有用且有意義(Simon, 2015)。除了在實體場館內做出改變，例如增設無障礙設施、視障者導覽解說服務、性別友善廁所等以外，McMillen 和 Alter(2017)針對博物館使用社交平台使否對提升視障者包容性有益探討，研究指出，視障者認為使用社交平台可以提升與博物館的連結，讓與博物館的溝通更為容易。據此，社交平台的運用具有讓博物館成為包容性更高的場域，觸及更多的民眾。若操作得宜，社交平台也可成為博物館觀眾發聲的平台，讓與博物館的對話更平等、更有效。

長久以來，博物館即不斷思考最好行銷、推廣展示的方式為何，就像 Simon(2015)提出的，不管博物館的目標是希望可以促進對話、傳達理念、分享或共同合作，所有的過程都從一個簡單的問題開始：什麼樣的工具或策略可以生產出讓人人都想參與的經驗？如果博物館僅將自身的價值依附在展示和館藏，那麼博物館即很有可能會錯失跟廣大潛在觀眾社群連結的機

會。因為博物館角色的實踐與影響力如果僅僅是透過展示和藏品或是活動而作為，便會對於其他新面向的發展機會以及新觀眾群體視而不見。McMillen 和 Alter(2017)也指出，視障觀眾多數希望可以有更多的機會可以了解藝術，然而真正進去館內欣賞藝術的人卻少很多，而其中的原因即是因為他們認為博物館與美術館跟他們沒什麼相關，而且也並不受到博物館與美術館的歡迎，因而失去進館參觀的動力。

美國博物館聯盟(American Alliance of Museum, AAM)在 2016-2020 年的策略計畫中指出，針對未來將如何落實可及性、多元、平等和包容等議題是博物館業界仍須面對、處理的，並且更進一步發展出可行的解決方案(AAM, 2016)。為了要達到 AAM 所設定的目標，博物館必須要調整將如何增加包容性的策略，並且建立一個能夠代表不同需求族群的館藏，如身障族群、邊緣團體、LGBTQ 等(Delin, 2002)。對博物館來說，起初提升社會包容性幾乎與觀眾開發畫上等號，然而，有越來越多的文獻指出(Carter & Orange, 2012; Fleming, 2009; Kinsley, 2016)，如果博物館希望可以成功提高自身的社會包容性，並與觀眾有較為深刻的連結，那麼博物館對於其本身所扮演的角色以及存在的目的都必須做出改變，其中包含博物館工作策略，實踐方法以及所生產出的結果。Sandell(2002)更進一步提出，博物館對於社會包容性的貢獻分別於個人、社群以及社會：在個人方面，博物館可以幫助民眾建立自信、自我認同、提升創造力；在社群方面，博物館可以成為社會世代進步的推動者，幫助社群打造理想中的生活場景，包含增加社群的獨立性、提高社群成員公共事務的參與，以及推動民主化；而在更廣大的社會層面，博物館則具有提升社會包容性、挑戰刻板印象、增加族群間了解與尊重等。博物館的真正價值不在於自身的館藏、博物館建築或是所創造出的商業利益，而是在於博物館所服務的社群與民眾上(AAM, 1916)。

博物館非中立

#museumsarenotneutral

過去博物館常宣稱「中立」立場，自詡為「教育機構」、「文化權威」，提供公平且全面的真實，與社會保持距離，希望藉由宣稱其科學性、客觀性並與政治、敏感議題劃清界線。然而，當今博物館在其所能扮演的角色以及在倫理議題上的發展趨勢為「假裝中立有違倫理」(Fleming, 2019)，尤其當人權議題的推廣日漸受到社會大眾的注目，在後殖民主義與無形文化遺產的影響下，博物館不再只是物件的守護者而已，其背後的價值、知識、文化、語言、信仰以及「人」更是博物館實踐與展示價值所需著重的。社會大眾的參與可以為博物館帶來更豐富的内容以及更多的潛力與可能性，也因此，如同 Fleming 所稱：「而佯稱博物館不存在觀點或偏見，這類假中立的謊言已被揭穿」。

博物館社會正義聯盟(Social Justice Alliance for Museums)在其組織章程寫道：「我們頌揚博物館與典藏對社會的價值」、「我們支持社會正義的概念——我們相信公眾有權從博物館資源近用與引發的想法中受益」、「我們誓言令博物館為所有人而開——這是社會正義的要義」(SJAM, n.d.)。博物館開始致力於促進人權議題、社會正義，除了改變傳統博物館的組織與工作型態外，藉由其社會影響力，也自詡有能力可以阻止在不同程度的人權侵害。在 2009 年的博物館管理委員會(The International Committee for Museum Management, ICOM)提出的「博物館促進人權宣言」中明確指出，博物館對於主動提倡多元化與人權所需肩負的責任(INTERCOM, 2009)。在此一發展浪潮下，博物館也開始展現與過去不同的作為和面貌，不怕面對爭議、參與社會運動、發表政治立場或評論。希望藉由採取積極作為而對社會問題造成改變。例如，英國大英博物館因為受到社會壓力，正視過去奴隸製造、買賣的歷史，將有蓄奴紀錄的創立者 Hans Sloane 的雕像從展示中移除⁸，以宣示面對與殖民歷史關聯性的決心。至今仍容易受到衛道人士和團體攻擊的

⁸ Guardian, 2020/8/25, British Museum removes statue of slave-owning founder. Retrieved January 5, 2021 from <https://www.theguardian.com/culture/2020/aug/25/british-museum-removes-founder-hans-sloane-statue-over-slavery-links>

LGBTQ 議題，也開始在博物館中被重視，如芝加哥兒童博物館因為體認到同性家庭或是性別認同多元化等相關論述仍少見於博物館展示中，或使參觀兒童對於家庭的認知不夠多元而開始 LGBTQ Inclusion 計畫，企圖完整實踐多元化的目標（如圖 3）。



圖 3 芝加哥兒童博物館將 LGBTQ 融入博物館實踐。（圖片來源／芝加哥兒童博物館官網）

2020 年 5 月 BLM 受到社會的廣大矚目，也讓美國博物館開始思考應該要如何回應存在已久的種族不平等以及體制性種族歧視等議題。而因為疫情的影響，多數博物館處於關閉的狀態，也因此社交平台成為博物館主要回應的管道，除此之外，雖然民眾無法親自進到博物館，博物館對於社會議題的作為仍然受到社會大眾關注。有許多博物館對於廣大 BLM 的回應方式為在社交平台上發佈館內非裔藝術家的創作，寫上藝術家曾經發表過的言論或是與團結相關的詞語。然而，如同前述文中提到「表演性覺醒」對於議題、社會問題的改變所能產生的作用是非常有限。尤其是考量到博物館於社會中所佔據的地位與資源，若僅僅是因為一時的社會熱潮而對議題作出表面性的回應與表態，與「佯稱博物館中立」違反博物館專業倫理般(Fleming, 2019)亦是無法被社會所接納的。也因此，當博物館僅僅是以表面性的發文回應 BLM 時，雖然可以看到認同博物館表態的支持話語，但並不是所有的貼文

都受到民眾的歡迎，有許多人針對博物館的回應表示這些都僅僅是表面功夫，並要求博物館拿出實質的作為。

其中，引發強烈批評的是舊金山當代美術館(San Francisco Museum of Modern Art, SFMOMA)。2020年5月30日，SFMOMA於Instagram發佈一則貼文，其中是藝術家 Glenn Ligon 的作品 *We're Black and Strong* (如圖4)，搭配文字為藝術家曾經發表過的內容，並無提供額外的描述。而美術館前員工 Taylor Brandon 在貼文下回覆並點名美術館管理高層利用館內非裔員工作為表面上多元的棋子，這樣的內容也只是想搭 BLM 的順風車，實際上 SFMOMA 並不像其所稱的多元且平等。美術館當天即刪除 Brandon 的留言並將留言區關閉，此舉引起社會的不滿，民眾紛紛致博物館的社交平台表達憤怒，迫使博物館館長於幾天後出面承認錯誤及發布道歉信(Bishara, 2020)。

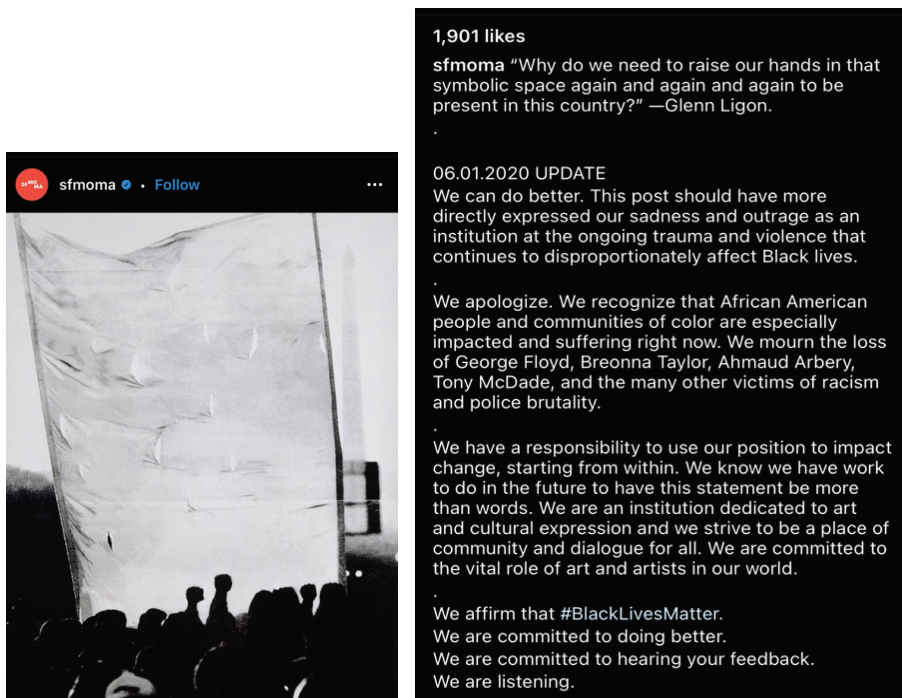


圖4 SFMOMA 分享藝術家作品，文字敘述為受到社會輿論壓力之後更新。(圖片來源/SFMOMA Instagram)

除了 SFMOMA 以外，同時也有其他博物館因為對於議題的沈默或是輕描淡寫而備受社會大眾的批評，甚至是受壓做出回應。例如，蓋蒂博物館因為發佈一則貼文強調博物館支持「平等與公平」、希望大家都可以得到「正義與和平，以及為他人著想」，但並無特別提及 Floyd 或 BLM，而受到大眾的批評，受壓發布道歉信，希望可以平息眾怒⁹。相同的情形也發生在紐約的大都會藝術博物館(The Metropolitan Museum of Art)，因為分享 Faith Ringgold 之畫作 Freedom of Speech 而沒有其他文字而引發社會大眾對於博物館的「距離感」的不滿與憤怒¹⁰。

另一方面，有部分博物館也於此時認真嚴肅的看待議題，並且採取確切的立場以及作為。例如位於 Floyd 受到警察執法過當致死的同一城市明尼亞波利斯(Minneapolis)的沃克藝術中心(Walker Art Center)，於事件發生之後便發布聲明，決定博物館未來不再將與明尼亞波利斯警察部門合作。在事件發生之前，博物館透過明尼亞波利斯警察部門維護館方安全，而在事件發生之後決定與警察部門斷絕合作關係，並且呼籲警察部門做出改變，要求警方負起責任，正視體制性種族歧視的弊病（如圖 5）。除了在社交平台上發布聲明外，博物館也清楚地寫下對於 BLM 的支持立場¹¹。

⁹ Getty museum Instagram. Retrieved February 25, 2021 from https://www.instagram.com/p/CA6dZvvHCN7/?utm_source=ig_web_copy_link

¹⁰ 原始貼文已修改過。Metmuseum. Retrieved February 25, 2021 from https://www.instagram.com/p/CA3OhwVFSKZ/?utm_source=ig_web_copy_link

¹¹ 沃克藝術中心在社交平台上原文：“Enough is enough. George Floyd should still be alive. Black lives matter.”

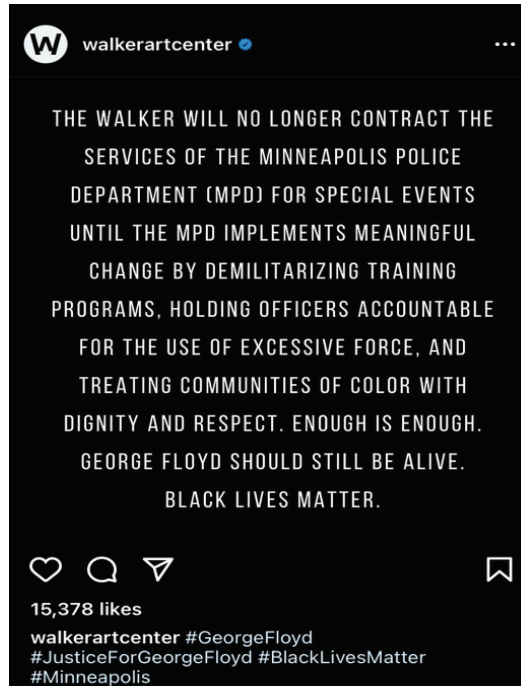


圖 5 博物館發布與警察部門終止合作關係聲明。(圖片來源／沃克藝術中心 Instagram)

除了位於美國的博物館針對 BLM 做出回應之外，此一社會運動也於其他地區產生影響，而讓其他地區的博物館受到社會的檢視，例如大英博物館也因為議題的影響對此發出聲明，除了提及 George Floyd 與 BLM 之外，指出非裔社群受到不平等待遇的問題也同樣發生在英國及全球其他國家，而博物館必須致力於找出「正確」的方式以更好地反映社會與歷史，然而，因為大英博物館自身館藏的爭議性，聲明也引來社會的批評，知名歷史學家 Geoffrey Robertson 更是直接指出大英博物館的館藏是竊盜而來的(Charr, 2020)。

另一方面，Charr(2020)也以布里斯托城市博物館與美術館(Bristol Museum and Art Gallery)為例，因為所在城市因人口結構的多元，以及與奴隸交易的歷史，BLM 社會運動更是促使地方民眾將 17 世紀奴隸交易商人

Edward Colston 的雕像移除並推進河裡¹²。博物館在此之前早已嘗試將城市發展歷史與成就放置回奴隸交易的歷史脈絡裡，博物館更是於 2020 年 6 月 2 日在博物館外牆打上紫色的燈，以宣示與美國明尼亞波利斯民眾的同一陣線（如圖 6）(Charr, 2020)。



圖 6 博物館於外牆打上紫色燈光以回應 BLM 運動。（圖片來源／布里斯托城市博物館與美術館官網）

一直以來歐美地區的博物館被認為是服侍「白人優越主義」的空間，即便是在臺灣，博物館也仍被視為是「菁英階級」的場域，尤其當博物館工作人員反映出如此的人口特質時，也不難理解博物館訪客擴展的限制與難度。提升「博物館包容性」於博物館界早已被提倡超過二十年，然而從博物館工作人員、訪客以及展示主題來看，博物館內部的改變是遠遠跟不上社會的改

¹² BBC NEWS, 2020/06/11. Edward Colston Statue Pulled out of Bristol Harbour. Retrieved January 13, 2021 from <https://www.bbc.com/news/uk-england-bristol-53004748>

變(Kinsley, 2016)。例如，博物館的工作人員在取得有給職之前常見以無薪的實習職位參與博物館事務、取得相關專業訓練，然而這樣的入門方式也只有出身中上階級家庭、受過良好教育的人才有可能負擔得起。也因此來自邊緣族群、社經背景較低的人自然在一開始就被屏除，而侷限於特定背景的工作人員也造成博物館訪客包容性不足。族群隔閡明顯的環境不僅讓訪客無法與博物館產生連結、也容易因不同群體間的既有印象、誤解而讓邊緣族群的訪客受到不公平的對待¹³，或是認為不被博物館歡迎。

而 BLM 社會運動所引起的廣大迴響促使博物館必須檢視自身的責任。博物館在落實社會正義、提升社會包容性等承諾上的失信，不僅僅是在博物館專業倫理上的失敗，考量博物館所佔據的社會地位以及享有的社會資源，博物館包容性的不足更是反映社會結構性不公平的嚴重性(Kinsley, 2016)。反之，博物館若善用本身擁有的話語權，作為大眾意見領袖，不僅僅可以拉近博物館與不同族群民眾的距離，甚至也可能促使國家政策的改變，其影響力也可能是國際性的(Carter & Orange, 2012)。為落實社會正義及提升社會包容性，博物館必須持續地檢視自身的專業倫理及所背負的社會責任，持續在複雜、敏感、困難議題上採取主動作為，思考議題如何得以改善、甚至解決，並且正視博物館對於所處社群的影響力。

陸、結論

在疫情封鎖期間，社會大眾也逐漸適應並仰賴線上活動與網路資源，根據英國 Nesta 創新基金會文化經濟研究專家 Davis 觀察博物館觀眾在疫情前的數位參與度，在英國有超過一半人口的人為博物館觀眾，其中約 60% 的觀眾早已習慣上網購買博物館門票或搜尋感興趣的展覽，雖然會進一步查詢博

¹³ 波士頓美術館被控訴對非裔學生參觀團體說出歧視性言論與針對性管控措施。檢自：<https://www.washingtonpost.com/nation/2019/05/24/black-students-field-trip-said-they-were-told-no-food-no-drink-no-watermelon-now-museum-is-apologizing/>（瀏覽日期：2021 年 2 月 28 日）。

物館數位館藏或參與博物館線上導覽的民眾都不超過 15%（許淑華、許家瑋，2020）。如陳思妤等人（2020）指出，因疫情影響，查詢博物館線上資源的數量大幅增加，雖然維持期間僅約兩到三個禮拜，仍可看出有越來越多的人開始關注博物館數位科技，與此同時，博物館也開始意識到數位觀眾的重要性，然而，如何持續保持觀眾的興趣與關注則成為當下博物館的重要課題。而社交平台的應用除了提供博物館搭上熱門議題的機會外，也因為議題讓博物館與觀眾的連結更為深刻。除了過往的館內展示的教育或娛樂影響外，博物館藉由其社交平台讓其影響力延伸至館外，並且藉由對社會議題的發聲或採取立場，讓社會正義得以被同時落實於博物館內與館外。

在“*How UK museums are responding to Black Lives Matter*”一文中，Will Gompertz 提供英國各大博物館管理階層對於博物館在社會議題以及所扮演的社會角色上的反思。例如，Sara Wajid（倫敦博物館參與部門主任）指出，博物館多元化其實並不見於博物館高階管理層，多數的博物館中的非裔員工多為清潔員或是保全，在策展人或管理階層等實際掌握話語權的職位很少能見到他們。因此，比起在社交平台上做出多元化、平權的宣稱，博物館可以從自身的組織結構進行改變，增加少數、邊緣族群進入高階管理職位的機會。此等立場也受到其他博物館認同，如大英博物館承認在自博物館成立 150 年以來，博物館尚未出現任何一位非裔的策展人，而這是博物館必須正視的問題。然而，牛津大學教授、皮特·里弗斯(Pitt River Museum)資深策展人 Dan Hick 也觀察到博物館傳統角色與立場因為世代的推進而出現轉變。博物館以文物保護者宣稱擁有來自其他族群文物的正當性，並且藉由文物借貸機制將文物保留於博物館中的做法在過去是會被社會接受的，然而，這樣的作法並不被新世代買單，這樣的藉口已被視為過時，停滯不前、不願改變的博物館將逐漸失去社會大眾的支持(Gompertz, 2020)。

即便博物館與專業從業人員多認同「博物館應於社會正義議題上扮演積極角色」，然而，從上述提到不同地區博物館對於 BLM 議題的回應與措施，仍然可以看到博物館雖然「主動」於社交平台上發布支持族群平等的聲明，

但是真正有意義的發言與措施多源於受到社會大眾所施加的輿論壓力才「被動」提出的。如同前文提到的，大英博物館的藏品來源爭議早已不是新聞，然而一直到 2020 年因為 BLM 運動大英博物館才願意正視並做出改變，而不是僅僅用表面性的宣言試圖粉飾。另一方面，因為較早正視博物館與社群的關係以及本身所背負的社會責任，英國利物浦國家博物館體認到城市中族群的多元必須反映於館內的展示，因而成為英國第一個博物館將蓄奴、奴隸交易等歷史納入歷史論述中，顛覆過往以官方歷史、白人觀點為主的陳述，而博物館對於「轉型正義」的明確態度與作為也成為博物館的典範。

實踐博物館倫理反映在博物館工作人員在面對不同的觀點時所採取的立場與作為，包含全球或在地的權力議題，博物館工作人員無時無刻都面臨著無數個選擇。而他們所做的每個決定都具有社會與政治性的影響力與後果，雖然有些並不明顯、難以察覺，但是這些決定不僅會在個人身上產生影響，也會有更廣大的社會影響力，並且進一步影響到主流團體與邊緣團體的關係。針對社會、政治或權力等議題採取立場，尤其是與社會正義、族群平等相關的議題，不可避免的會招致許多的衝突，也容易受到採取相反立場的團體的挑戰與反對。然而，即便爭議多數是痛苦且可能會對博物館造成傷害或不易掌控的，但對於博物館來說仍必須被視為是必須、且有價值與意義的工作。博物館不僅僅是展示、轉達訊息的地方，更是一具有社會責任、有能力喚起大眾意識的重要場域。

過去 Clifford 的「contact zone」(1997)主要著重於利用博物館內的展示、教育活動以及合作關係等，讓博物館得以成為可以更平等對話的平台。然而，2020 年因為新冠疫情的影響，社交平台便成為博物館對話發生的主要場域。由於社交平台的開放性，以及普及程度，博物館對話型態也因而出現轉變。在博物館內，多元化發生的機會包含多樣的展示主題、為特定族群舉辦的活動，或是聘請社群客座策展人、多元背景的導覽員等，然而這些措施仍然沒有改變由博物館主導對話的權力結構，博物館體制內的從業人員，尤其是高階管理階層的多元化、包容性很少因此而出現轉變。反之，社交平台

的使用與仰賴開始讓博物館的對話有所不同，如本文中提及，博物館因為社群媒體上的輿論壓力而開始正視自身的社會責任、長久以來的體制問題以及行動策略，對話的促進力不再由博物館主導，原本處於被動位置的博物館觀眾比起以往享有更大的話語權，讓博物館在實踐促進社會正義、提升社會包容性的社會責任上有更大的壓力，進一步開啟更多的共創空間與可能性。

參考文獻

- 丁穎茵，2017。博物館與社群何干？談博物館、文化與公眾。香港視覺藝術年鑑。頁：164-207。
- 許淑華、許家瑋，2020。衝擊與挑戰：博物館面對 COVID-19 疫情的策略與機會。博物館與文化，19：161-173。
- 陳思好、許家瑋、陳諾、陳映廷、林詠能，2020。新冠肺炎疫情對臺灣民眾參觀博物館決策之影響。博物館與文化，20：3-37。
- 劉襄儀，2008。社群時代的博物館教育展望。博物館學季刊，22（2）：97-123。
- American Association of Museums, 1916. Proceedings of the American Association of Museums: Records of the eleventh annual meeting held in Washington, 10: 80. Washington, DC: Author.
- American Association of Museums, 2016. American Alliance of Museums 2016-2020 Strategic Plan. Retrieved January 13, 2020 from <https://www.aam-us.org/programs/about-aam/american-alliance-of-museums-strategic-plan/>
- Bennett, T., 1995. The Birth of the Museum: History, Theory, Politics. Oxford: Routledge.
- Bennett, T., 1998. Speaking to the eyes: museums, legibility and the social order. The politics of display museums, science, culture, pp. 25-35. London-New York, Routledge.
- Bishara, H., June 2, 2020. SFMOMA Accused of Censoring Black Voices After Removing Comment by Former Employee. Hyper Allergic. Retrieved January 7, 2021 from <https://hyperallergic.com/568331/sfmoma-george-floyd-instagram-comments-disabled/>
- Carter, J. and Orange, J., 2012. Contentious terrain: defining a human rights museology, Museum Management and Curatorship, 27(2): 111-127.
- Cash, D., 2002. Access to Museum Culture: The British Museum from 1753 to 1836. U.K.: The Trustees of the British Museum, 2002. Retrieved January 5, 2021 from http://www.britishmuseum.org/research/publications/research_publications_series/2002/access_to_museum_culture.aspx.
- Clifford, J., 1997. Museums as Contact Zones. In Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century, pp. 188-219. Cambridge: Harvard University Press.

- Charr, M., June 10, 2020. How Have Museums Responded to the Black Lives Matter Protests? *Museum Next*. Retrieved January 7, 2021 from <https://www.museumnext.com/article/how-have-museums-responded-to-the-black-lives-matter-protests/>.
- Crane, A., 2006. The conundrum of ephemerality: Time, memory, and museums. *A companion to museum studies*, 15: 98.
- Crooke, E., 2007. Museums, Communities and the Politics of Heritage in Northern Ireland. *Museums and their communities*. pp.300-312.
- Delin, A., 2002. Buried in the footnotes: The absence of disabled people in the collective imagery of our past. In R. Sandell (Ed.), *Museums, society, inequality*, pp. 84–97. London: Routledge.
- Ellis, K., & Goggin, G., 2014. Disability and social media. In J. Hunsinger & T. Senft (Eds.), *The social media handbook*, pp. 126–143. New York, NY: Routledge.
- Fleming, D., 2009. The diverse museum. Stephen Weil Memorial Lecture, presented at the 2009 annual INTERCOM meeting, November 10-13, Torreón, Mexico.
- Fleming, D., 2019. 在博物館處理令人難以面對的記憶(I) &(II). *Museum Island (博物館之島)*. Retrieved January 3, 2021 from <https://museums.moc.gov.tw/Notice/ColumnDetail/f442c238-3277-4588-9045-13085f606795&https://museums.moc.gov.tw/Notice/ColumnDetail/c481039d-dfc1-4432-9048-473eb352b110>
- Foucault, M., 1977. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. (translated by A. Sheridan), London: Allen Lane.
- Foucault, M., 1979. *The history of sexuality, Volume 1: An introduction* (trans. R. Hurley), London: Allen Lane.
- Gompertz, W., June 29, 2020. How UK museums are responding to Black Lives Matter. *BBC*. Retrieved January 13, 2021 from <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-53219869>.
- Haraway, D., 1992. The promises of monsters: a regenerative politics for inappropriate/d others. *Cultural studies*, pp. 295-337.
- Hooper-Greenhill, E. 2000. *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, Routledge, London.

- International Council of Museums International Committee on Management (INTERCOM), 2009. Retrieved February 28, 2021 from www.intercom.museum/mexico2009.html.
- Kinsley, R.P., 2016. Inclusion in museums: a matter of social justice, *Museum Management and Curatorship*, 31(5): 474-490.
- Marstine, J. (Ed.), 2012. *The Routledge companion to museum ethics: Redefining ethics for the twenty-first century museum*. Routledge.
- McMillen R. and Alter, R., 2017. Social media, social inclusion, and museum disability success. *Museum & Social Issues*, 12(2): 115-125.
- Proctor, N., 2011. From headphones to microphones: Mobile social media in the museum as distributed network. Retrieved January 2, 2021 from <https://cdn.shopify.com/s/files/1/0062/7112/files/FromHeadphonesToMicrophonesExtract.pdf>
- Rauch, J., 2019. Generation next, Millennials will outnumber baby-boomers in 2019. *The Economist*. Retrieved January 10, 2021 from <https://web.archive.org/web/20190313195431/http://te.tbr.fun/generation-next/>.
- Sandell, R., (Ed.), 2002. *Museums, society and inequality*, p. 5. London: Routledge.
- Simpson, M. G., 2001. *Making Representations: Museums in the Post-colonial Era*. London: Routledge.
- Simon, N., 2015. Meditations on relevance, part 1: Overview. *Museum 2.0*. Retrieved January 17, 2021. from <http://museumtwo.blogspot.com/2015/07/meditations-on-relevance-part-1-overview.html>.
- Social Justice Alliance for Museums. N.D. SJAM Charter. Retrieved February 26, 2021 from <https://sjam.org/sjam-charter/>.
- Stam, D., 1993. The Informed Muse: The Implications of 'The New Museology' for Museum Practice. *Museum Management and Curatorship*, 12: 267-283. UK: Taylor & Francis.
- Stewart, E. and Ghaffary, S., 2020. It's not just your feed. Political content has taken over Instagram. - How Black Lives Matter finally pushed Instagram into politics. *Recode*. Retrieved January 5, 2021. from

<https://www.vox.com/recode/2020/6/24/21300631/instagram-black-lives-matter-politics-blackout-tuesday>.

We are social, 2020. Global Digital Overview. Retrieved January 18, 2021 from <https://wearesocial.com/digital-2020>

Witcomb, A., 2003. 'A Place for All of Us'? Museums and Communities. In *Re-imagining the Museum: Beyond the Mausoleum*, pp. 79-101. London: Routledge.