

## 專題介紹 A Note from the Editor

博物館係非正式學習環境。在其中，人們如何透過博物館的機制或影響形成知識分享團體是個值得探討的議題。特別是在網路科技急遽發展的當代，透過網路社群互動平台，處於各地的人們皆可交流、討論與互動，具體呈現與外顯／內隱知識。實體社群與虛擬社群的相互搭配，更可望對於博物館提供豐沛的知識能量。而事實上，學習的管道與方式越多元，越令我們意識到我們對於學習所知之侷限。

《博物館與文化》第四期以「博物館、社群與知識」為主題，收錄五篇專題論文，以探討博物館如何在全球化環境中，反思實踐，創發知識並建構分享平台。徐典裕的〈虛實整合跨領域知識內容管理與數位博物館建構模式：以國立自然科學博物館為例〉一文提出整合實體博物館與虛擬博物館服務學習的具體經驗。從博物館之於社群學習的價值觀之，博物館不僅透過其展示與教育活動，促進人們之間的知識交流、生產與傳播，而知識社群回饋博物館的方式，更為珍貴。林頌恩的〈從去殖民角度看博物館與原住民社群合作知識生產之道：以白鷺部落文史書製作為例〉一文則從後殖民角度分析研究者與原住民部落協力合作生產知識，共築知識社群的發展模式。在這樣的模式之中，研究的主客體不再有著明顯的分際，一如博物館與其對象之間的關係變化。

數位典藏與網路社群是本期文章的另外兩個重點。城菁汝的〈博物館藏品資料庫資訊近用之分析：以臺灣與美英三國博物館為例〉一文與陳淑君的〈數位典藏創意加值之使用者標籤研究〉一文皆著重於數位典藏開放近用的議題。前者以國內外三間大型博物館為個案，提出分析後設資料的模式以彰顯博物館數位典藏開放近用之意義與必要；後者從使用者的角度出發，分析如何拉近學術研究者與一般大眾對於文化知識內容的定義，也顯示了傳統博物館的知識生產論述結構在未來可能如何受到挑戰。韓志翔等的〈博物館 Facebook 粉絲專頁行銷成效探究〉一文則以國內外四間大型博物館為個案，分析其經營網路社群的方式並也以實際的案例說明了博物館行銷、粉絲社交互動與學習之間的密切關係。

本期的文章在不同意義上，皆顯示了當代對於重新定義知識社群的必要性以及非正式學習管道的新發展方向。

張婉真