

99 年人文教育革新中綱計畫

子計畫三 人文領域人才培育國際交流計畫

【海外專題研究】

【博物館的文化創意經濟研究
—以英國倫敦區域知名博物館為例】

期末成果報告

指導暨補助單位：教育部

指導單位：教育部顧問室人文領域人才培育國際交流計畫辦公室

執行單位：國立臺灣藝術大學藝術與文化政策管理研究所

計畫主持人：張婉真副教授

執行日期：自 99 年 7 月 1 日起至 99 年 12 月 31 日止

中華民國 100 年 1 月 31 日

目 次

一、計畫名稱.....	3
二、計畫目標.....	3
三、執行情形.....	4
四、經費運用情形.....	7
五、執行成果分析與檢討.....	8
六、結論與建議.....	19
七、附錄：觀察與訪談照片記錄.....	20

一、計畫名稱

博物館的文化創意經濟研究—以英國倫敦區域知名博物館為例

二、計畫目標

本計畫以探討「博物館的文化創意經濟研究-以英國倫敦區域知名博物館為例」為題，並已取得 **Creative Industry : generating income for Museums and Galleries** 報告書作者 **Selina Fellows** 的同意函以及與其他訪談對象取得聯繫。**Selina Fellows** 在英國具有 20 多年經驗在零售、行銷、品牌和設計的獨立顧問，擁有豐富的文化、展覽、文化遺產、當代美術館和博物館的市場行銷的經驗與知識，有助於釐清本研究問題，達成本計畫目的。

本計畫目的如下：

- (一) 博物館組織變革：談討博物館從傳統博物館組織逐漸轉型為注重營收、商品開發的過程，與經營管理策略。
- (二) 展示手法的創新：探討英國博物館透過新型態的展示手法，成為創造更多創意匯聚與經濟效益的場域，增加博物館與其它休閒產業的競爭力，吸引遊客與觀眾前往參觀，供臺灣的博物館借鏡。
- (三) 文化商品的開發：探討英國博物館如何運用本身館藏的文化資產，進行相關文化商品開發，而博物館賣店的經營如何為博物館創造出更多的經濟效應。
- (四) 社會文化的衝擊：透過訪談，瞭解博物館文化創意經濟的發展，並整理出具體數據、參考資料，探討英國博物館對於社會文化的衝擊與影響。
- (五) 文化政策的形塑：探討英國 **MLA** 對於博物館文化創意經濟的相關政策，以瞭解政府部門如何透過文化政策來開發博物館價值。特別是籌備 2012 年倫敦奧運期間，政府對博物館有何特別的政策訂定，以配合奧運盛事。

三、執行情形

本研究從博物館界、文化政策單位、學術界三方面觀點進行訪談，並透過訪談者引薦訪談與本研究相關英國九位學者專家（見下表）。

單位	姓名	基本資料	選定過程與原因
博物館相關 專業人士	Selina Fellows	《博物館創意產業》 計畫書撰寫人	● 為政府博物館經濟效應進行評估，並擁有行銷與零售業顧問的 20 年的經歷，熟悉倫敦博物館文化創意經濟發展過程。
	Peter Tullin	文化商品行銷專家	● 現職英國 Culture label 專案經理人，從事文化商品行銷工作。
	Fiona Davison	博物館管理階層	● 為倫敦博物館區域文藝復興計畫負責人，負責區域博物館的整合行銷與募款，目前執行文化奧林匹克計畫。
	Sarah Longair	博物館從業人員	● 為大英博物館觀眾開發部職員，擁有許多行銷推廣與觀眾開發經驗。
	Kate Bellamy	博物館管理階層	● 為維多利亞阿爾伯特博物館國際策略部主任，負責 V&A 博物館的國際資源的開發。
政府單位	Paul Bristow	MLA 資深政策顧問	● 英國博物館政策規劃的豐富經驗，從事博物館創意經濟相關研究。
	Hedley Swain	MLA 資深政策顧問	● 英國博物館政策規劃的豐富經驗，負責文化奧林匹克計畫之推動。
學術單位	Richard Sandell	萊斯特大學博物館 學系所長	● 從學界角度分享關於博物館在角色與功能的變革以及英國博物館如何因應文化創意經濟。
	Simon Knell	萊斯特大學博物館 學系教授	● 從學界角度分享關於博物館在角色與功能的變革以及英國博物館如何因應文化創意經濟。

本研究原設定七間博物館，依據研究者實地觀察將研究個案科學博物館改

為倫敦博物館、設計博物館改為倫敦交通博物館，原由如下：

- (一) 倫敦博物館雖非國立博物館，確是倫敦市政府大力補助的博物館之一，在倫敦市響負盛名。近年來在展覽的創新展示有新的突破，並引進創新的募款手法，研究者有幸訪問其中文藝復興計畫的負責人 Fiona Davison，有利研究資料取得，因此將此為研究個案。
- (二) 交通博物館與設計博物館同屬獨立博物館，然經研究者實際走訪，發現交通博物館位於市中心地鐵站科芬園旁，其知名度遠高於設計博物館，另交通博物館在文化商品上有許多創新設計，更值得探究，因此取代設計博物館成為個案之一。

本研究依據各博物館不同專長領域與本研究所要探討博物館文化創意經濟三大面向結合，分述如下：

(1)文化商品：透過轉型利用成功的泰德現代美術館、以交通為主題的商品設計的交通博物館、設計與裝飾藝術聞名的維多利亞阿爾伯特博物館；

(2)組織變革：館藏豐富、舉世聞名的大英博物館、歷史悠久、館藏珍貴的國家畫廊；

(3)創新展示：以珍物標本展示享負盛名的自然史博物館、以倫敦市歷史、文化、考古為主的倫敦博物館。

表 執行研究行程表

事由	博物館的文化創意經濟研究-以英國倫敦區域知名博物館為例	
時間	預定中華民國 99 年 11 月 20 日起至 12 月 6 日止共 17 天	
日期	地點	工作紀要
11/20	台北往英國倫敦	
11/21-11/22	倫敦大英圖書館	蒐集文獻資料
11/23	City center	訪談萊斯特大學博物館學系 Richard Sandell 院長，探討博物館文化創意經濟的社會整體影響
11/24	Selina Fellows 零售及行銷顧問公司	訪談博物館創意經濟專家 Selina Fellows，以瞭解博物館在三個研

		究面向的發展。
11/25	MLA	訪談 MLA 資深顧問 Paul Bristow，英國政府在文化政策規劃層面之作法。
11/26	Culture label	訪談 Peter Tullin，討論博物館文化商品開法過程。
11/27	泰德現代美術館 Tate Modern	文化商品面向：參觀與訪談，拍攝研究主題相關照片資料。
11/28	國家畫廊 National Gallery	組織變革面向：參觀與訪談，拍攝研究主題相關照片資料。
11/29	大英博物館 British Museum	組織變革面向：參觀與訪談，拍攝研究主題相關照片資料，訪談觀眾發展部門 Sarah Longair。
11/30	維多利亞阿爾伯特博物館 Victoria & Albert Museum	文化商品面向：參觀與訪談，拍攝研究主題相關照片資料，訪談國際策略部負責人 Kate Bellamy。
12/01	自然史博物館 Natural History Museum	創新展示面向：參觀與訪談，拍攝研究主題相關照片資料。
12/02	MLA	訪談 MLA 資深顧問 Hedley Swain，英國政府在文化政策規劃層面之作法。
12/03	倫敦博物館 Museum of London	創新展示面向：參觀與訪談，拍攝研究主題相關照片資料，訪談區域文藝復興計畫負責人 Fiona Davison。
12/04	倫敦交通博物館 London Transport Museum	文化商品面向：參觀與訪談，拍攝研究主題相關照片資料。
12/05	City center	訪談萊斯特大學博物館學系 Simon Knell 教授，探討博物館文化創意經濟的社會整體影響
12/06	英國倫敦往台北	

五、執行成果分析與檢討

本研究以英國倫敦地區博物館的文化創意經濟為主題，探討博物館在變革的時代，如何在組織、展示、文化商品方面有所創新，同時對於社會文化的衝擊以及文化政策的因應。本研究執行過程正值新政府上台，保守黨從執政 13 年的工黨手中奪下政權，並組「聯合政府」(Coalition Government)。為整頓英國萎靡不振的經濟現況，新政府開始對其文化單位與社會福利機構進行大幅度的預算刪減與組織縮編。博物館要面臨預算的刪減，有許多對應措施正在展開中。

整體而言，英國博物館所帶動的文化經濟驚人。根據英國博物館與畫廊年營業額超過九億英鎊。保守的統計，加入相關的經濟活動（國際旅客、再造的支出等），將會超過十億英鎊。這代表英國經濟的千分之一是由直接相關博物館與畫廊的經濟所貢獻。此外根據統計在 2008 年倫敦地區國立博物館所吸引的觀光客，共貢獻 1,640 兆英鎊的經濟效益。整理出本研究調查倫敦地區知名博物館在組織、展覽與文化商品的創新表現，博物館獲取收益的來源有門票、巡迴展覽、諮詢、出版、版權、複製品、批發、零售、線上商店、場地租借、餐飲、會員計畫、捐贈、公部門補助、私部門贊助等。同時，因應博物館在博物館文化創意經濟的發展，社會上開始出現相關的行業，其中較為特別的是像「Culture Label（文化商標）」這類的公司，專門為博物館進行網路上的文化商品販售以及行銷。「Culture Label（文化商標）」成立於 2007 年，是在非營利文化部門中，首次以風險資本來資助商業營運的網站之一，其合作的博物館與畫廊如：泰德、V&A、薩奇畫廊、白教堂畫廊等。其創新之處在於利用現今網路時代的特點，將藝術交易行為網路化與客製化，網路商店只是其中的一小項功能，網路藝術買賣才是其賣點，讓買家不必前往畫廊而是可以在網路上進行消費，讓通路觸及國際市場，此外協助新興藝術家與企業間的媒合，創造品牌，協助其推廣藝術與設計。

本研究的重點在於博物館的文化創意經濟的案例探討，因此以下就幾間知名博物館的實踐上進行分析：

大英博物館：「世界的歷史：一百件物件計畫」

大英博物館的合作夥伴計劃（partnerships programme）一直是有口皆碑，

在 2010 年與英國國家廣播第四電台（BBC radio4）合作推出「世界的歷史：一百件物件計畫」（A History of the World in 100 Objects）非常成功的吸引觀眾的目光。透過訪談大英博物館從業人員 Longair 女士，整理該計畫的內容如下：「世界的歷史：一百件物件計畫」為 2010 年度計畫，該計劃經過三年的籌備與討論，由大英博物館自館藏挑選一百件代表性的藏品，並由英國國家廣播第四電台製作一系列節目，以每日十五分鐘的時段，從周一到周五每日三次，持續六周，用以介紹該展品。展品的選擇在於關係人類的發展：我們的願望、信念以及我們與世界的關係，涉及創意、科學、宗教、性別以及戰爭等面向，藉此發現我們與其他文化的連結，因為沒有國家是獨立存在，歷史的世界是各國人民之間的歷史聯繫。

該計畫成功的獲得大眾的關注，在「世界的歷史：一百件物件」節目播出兩周以來，RAJAR 統計共有平均 395 萬人每周收聽三段節目，並有超過兩百萬的民眾從網路中下載收聽該節目。另一方面該計畫針對兒童觀眾，推出 13 集的電視節目，深入淺出的介紹這些物件，每集節目也吸引約五十萬的觀眾觀賞。此外，該計畫也獲得其他媒體的迴響，Culture Show special (BBC2)節目邀集學者專家共同討論如何解開這些物件複雜與隱藏的意義。Making History(BBC radio4)節目，從夥伴的博物館收藏以及大眾建議的物件中，挑選代表世界的物件。BBC 威爾斯廣播電視，製播四個半小時的電視節目，報導威爾斯與世界的歷史。BBC Radio Scotland 與 BBC Radio Ulster 也投入一系列的節目探討地方歷史與世界的連結。

除了廣播、電視以及網路的宣傳，大英博物館在其導覽地圖中標示出 100 件物件以及在物件展示櫃上特別標示出來，讓觀眾得以按圖索驥的前往參觀。此外值得一提的是該計畫的成功，顯示出大英博物館與 BBC 合作夥伴計劃的縝密思考，例如選擇在第四頻道播出，考量的是該台的觀眾多以藝術愛好者居多，而使用沒有畫面的廣播，作為宣傳媒介，可激起觀眾想前往博物館一窺文物風采的慾望。正如大英博物館所強調的，博物館並非想透過這樣的計畫來獨窄世界的歷史觀，或是透過選取物件的權力來主宰歷史，而是藉此機會，激發觀眾的對於自己身處土地與世界的歷史感。從該計畫的成功，可做為台灣博物館在合作夥伴上的借鏡。



圖 1 在大英的中庭可見「世界的歷史：一百件物件」的宣傳（林玟伶攝影）



圖 2 藏品旁「世界的歷史：一百件物件」的展示牌（林玟伶攝影）

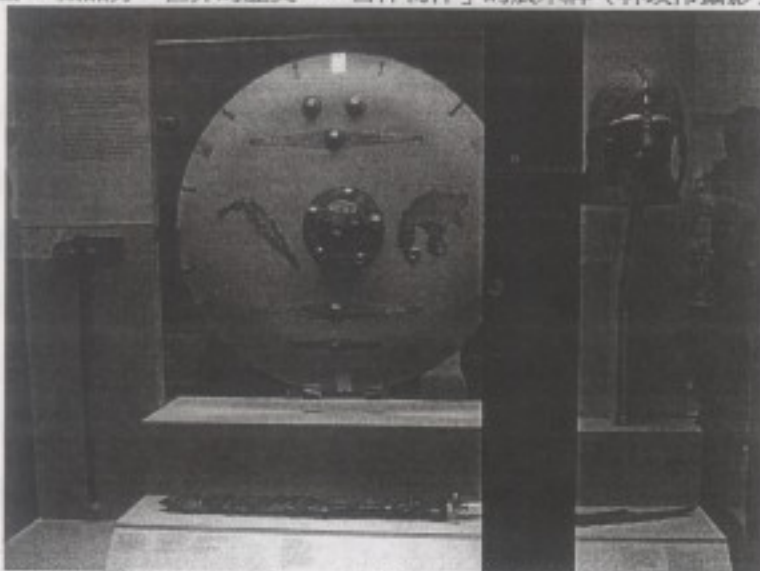


圖 3 藏品旁「世界的歷史：一百件物件」的展示牌（林玟伶攝影）

維多利亞與阿爾伯特博物館：品牌營造與國際策略

維多利亞與阿爾伯特博物館 (Victoria & Albert Museum) 以 V&A 作為博物館的品牌，進行博物館行銷。該博物館是以工藝與裝飾藝術為主的博物館，因此博物館衍伸商品可應用其豐富精緻的收藏品為靈感，由研究可見 V&A 非常積極開發衍生商品，博物館大門正對的就是博物館商店，兩旁的櫥窗裝飾得非常時髦，內部的文化商品非常多元，從珠寶、飾品、布料、服飾等至裝飾品、家用品等。此外博物館積極開拓海外市場，透過展覽、博物館商品等，擴大其國際知名度，更在 2010 首創國際策略部門 (International Strategy) 拓展其國際間的合作計畫，本研究訪問國際策略部門之負責人 Bellamy 女士，以瞭解其在國際發展上的成就。V&A 近年來積極發展國際策略，除了舉辦巡迴展或借展外，V&A 與印度的織工、土耳其的陶藝工作室、日本的珠寶設計師以及克什米爾的刺繡，創造出最佳的產品設計。V&A 秉持著世界視野 (world vision) 的精神，在設計、產品與出版上，積極開拓海外市場，透過授權 (Licensing) 與出版品，V&A 與許多國家合作開發商品。

V&A 的收藏品一直是許多設計與藝術學校學生的靈感來源，研究者參與 V&A 的周五夜間開放活動，深深感受博物館與學校合作的活力釋放。周五夜間開放 (Friday Late evenings) 是 V&A 長期推廣的計畫，已經建立起一群忠實的觀眾群，每個禮拜五博物館延長開放至晚上十點，在每月的最後一周還會有特別的活動，例如 2010 年 11 月 26 日，博物館與倫敦皇家設計學院商品設計學系合作，由學生分組設計一連串活動，除了展現學生的學習成果外，並與觀眾互動，讓觀眾可以參與動手製作，此外還包括專題演講、DJ 音樂表演、現場演唱、美食酒吧等，整個博物館化身為休閒社交的空間，熱鬧與活潑的氣氛打破莊嚴肅穆的博物館氛圍，並成功吸引年輕族群前往博物館。



圖 V&A 周五夜開放：倫敦皇家設計學院學生與觀眾互動情形（林玟伶攝影）



圖 V&A 周五夜開放：觀眾參與情形（林玟伶攝影）



圖 V&A 的賣店空間與櫥窗

自然史博物館：展示創新

與 V&A 同在南肯辛頓區的自然史博物館，亦是國際知名的博物館，近年來博物館爲了開拓財源，吸引新觀眾來訪，跟隨 V&A 推出周五夜間開放的活動，有別於 V&A 的活潑風格，自然史博物館以博物館氛圍作爲賣點，分別在博物館三處推出不同種類的 Bar，特別以博物館入口大廳恐龍化石下的空間轉換爲餐廳最爲引人注目，一開始營業即被預約額滿。以博物館空間作爲餐廳營業的做法，挑戰了舊博物館學的思維，引發博物館娛樂化的爭議，然而研究者在英國觀察到有悠久歷史的自然史博物館爲因應財務壓力，所作的轉型。

但是，值得一提的是自然史博物館並沒有因此就偏廢其教育、研究的使命，2010 年該博物館譜開幕的達爾文中心 (Darwin Centre)，其建築設計可讓觀眾隔著玻璃觀察到館員工作的過程，將本來博物館典藏、研究等幕後工作，公開於觀眾面前，此外博物館十分會利用多媒體，使用互動的媒體操作，博物館研究人員化身爲導覽員，直接與觀眾互動，觀眾得以在有趣的操作過程瞭解田野採集的各项知識。而 NaturePlus 計畫更是令人感受到博物館的用心，參觀達爾文中心的觀眾皆可以拿一張 NaturePlus 的卡片，運用這張卡片，觀眾可直接在博物館互動螢幕上操作，將想要收藏的資訊下載下來，往後就可以隨時運用電腦連上自然史博物館專門製作的網站 www.nhm.ac.uk/natureplus，運用卡片的序號建立自己的專屬網頁，在此可以建立屬於自己的資料庫。達爾文中心，無可諱言的，激起了觀眾對於自然環境的重視與興趣，並審視自身與所在地球的關係。就研究者觀察而言，達爾文中心是新世紀博物館展示的新突破，非常值得嘉許。



圖周五夜開放的景象：入口大廳轉為餐廳（林玟伶攝影）



圖 達爾文中心的互動式展示（林玟伶攝影）



圖 達爾文中心的互動式展示二（林玟伶攝影）

泰德現代美術館：文化商品

以泰德為名的博物館在英國共有四間，其中以泰德現代美術館最為知名，並深受年輕人與遊客的喜愛，其參觀人數為英國知名博物館中的第三位，僅次於大英博物館與國家藝廊。泰德對於其文化商品的開發非常重視，成立可營利的泰德企業（Tate enterprises）企業化管理經營其美術館品牌，負責泰德整體零售、出版與商業發展計畫。2002-2003 年間，自籌財源的比例已佔泰特博物館群總收入的 54%。美術館共有兩處商店，販賣一系列與藝術相關的廣告畫、複製品、書籍、禮品、以及當代設計家及藝術家的獨特產品。泰德的文化商品十分多元，有別於 V&A 以館藏做為發想，泰德針對當代設計家及藝術家的設計推出系列獨特產品，是非常好的藝術合作模式，也因此吸引許多觀眾收藏。泰德現代美術館針對其會員制度、募款制度十分重視，不僅在美術館四樓成立會員專屬的 VIP 空間，在美術館各樓層可見各種造型活潑的募款箱，吸引觀眾的目光。



圖 泰德現代美術館賣店空間（林玟伶攝影）



圖 引人注目的捐款箱（林玟伶攝影）



圖 泰德與藝術家合作的產品（林玟伶攝影）

倫敦博物館：募款與文化奧林匹克計畫

倫敦博物館為地方政府下的非國立博物館，其資源與名氣雖不及倫敦其他國立博物館，但是其以倫敦史地人文為號召的主題，每年仍舊吸引許多觀眾，尤其有 70% 比例的觀眾都是外國遊客，可見博物館的影響力。本研究訪問該館區域文藝復興計畫負責人 Davison 女士發現該博物館的展覽手法非常多元，充分運用空間，設計許多情境式的展廳，有道具並搭配音效，讓觀眾可以觸碰、裝扮與學習。例如維多利亞走道展廳，即是仿維多利亞時期的街道與商店景觀，成為該館最受歡迎的展廳之一。該館在展覽的細節上，多使用淺顯易懂的方式，讓觀眾可以瞭解與學習，例如加入漫畫式的插圖，展示牌的字句說明經過研究

測試。該館在開放時間定期推出考古文物觸碰活動，觀眾可以用手實際感受出土於倫敦市的古物遺骸，打破博物館不准碰觸的禁令。此外該館還特別照顧視障觀眾，在展示牌上加入點字，讓弱勢族群不會被博物館排拒在外。該館

「London's history」募款計畫，讓民眾或企業用五千英鎊（約 25 萬台幣）購買某一個年份，購買人與其事件就會被記錄在博物館倫敦史的時間軸上，運用這種方式可謂變向的募款，確實會引起關注。整體而言，倫敦博物館以其生動活潑的展覽手法，融入創新科技（如多媒體、音效），成功的吸引觀眾的注意力。

此外，倫敦博物館承接英國政府的文化政策執行組織 MLA，從事文化奧林匹克計畫的執行，這個因應 2012 年倫敦奧運所推出的文化奧林匹克系列計畫，名為「全球的故事」(stories of the world)，由全國 14 個區域超過 50 個博物館的參與夥伴組成，倫敦地區共有 23 個博物館參與，招集 1000 名年輕的策展員，由博物館負責培訓這些年輕策展員，帶領他們策劃展覽，過程中建立博物館與年輕人的夥伴關係，讓他們可以有參與展覽策劃的經驗，同時建立他們對於英國、奧林匹克以及博物館的認同。該計畫的主要意義在於跳脫傳統博物館策展人至上的觀念，讓其觀眾可以加入策展的對話中，分享他們的故事、多樣的文化背景等，展現當代英國社會的多元面貌。



圖 倫敦博物館情境式展示手法（林玟伶攝影）

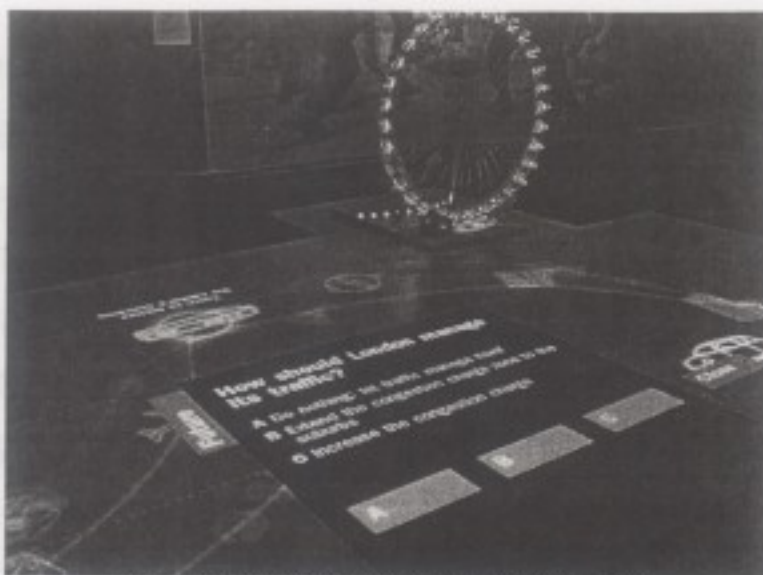


圖 倫敦博物館互動式展示手法 (林玟伶攝影)



圖「London's history」募款計畫展現在博物館時間軸中 (林玟伶攝影)

本次海外研究，研究者訪問比原本計畫還多位的受訪者，包括英國博物館界、文化政策單位、學術界三方面九位學者專家，同時研究執行過程促成研究者 2011 年至萊斯特大學進行短期研究可謂此次海外研究最大的收穫。然而本研究尚有規劃不周與值得檢討之處，在申請計畫時期，研究者提出三大面向為主要探討的焦點，然而經過海外田調後，研究者雖可獲得各面向的研究資料，然研究者認為應該將研究範圍縮小，已能更加深入至每個面向的核心。此外，補助期限為 14 日海外研究，雖研究者延長至 17 日，然亦有時間不足之限，因此若能將時程拉長亦有助於研究的資料收集。

六、結論與建議

透過本研究發現英國倫敦地區知名博物館，在組織、展示、文化商品方面有許多創新，可做為臺灣博物館的借鏡，此外英國政府對於博物館的態度，不是鼓勵博物館朝向文創化發展，以營利為第一優先，而是將博物館視為創意的發動機，作為文化創意產業的知識庫，藉由博物館的創意展覽、珍貴典藏等而獲得啟發。透過本研究結論呼應研究目的，提出以下五點結論：

（一）博物館組織變革：維多利亞阿爾伯特博物館成立國際策略部，致力於發展國際間的合作、展覽與交流；大英博物館的合作夥伴計畫，如與國家廣播公司(BBC radio4)推出的世界的歷史：一百件物件計畫的成功案例。

（二）展示手法的創新：倫敦博物館運用多媒體、觸碰式展品、情境展示間等手法，吸引觀眾的興趣，同時在教育推廣上，每日定時讓觀眾得以觸摸考古出土物件並與從業人員溝通的計畫，亦非常具有教育意涵。另外自然史博物館的達爾文中心，透過建築設計讓觀眾隔著玻璃觀察到館員工作的過程，利用多媒體，使用互動的媒體操作，博物館研究人員化身為導覽員，直接與觀眾互動，觀眾得以在有趣的操作過程瞭解田野採集的各项知識。

（三）文化商品的開發：維多利亞阿爾伯特博物館針對展品設計出一系列布料、裝飾、衣服與包包等，泰德現代美術館與設計師合作推出主題式的衍生商品，讓博物館的經濟效益擴大。

（四）社會文化的衝擊：英國博物館所帶動的文化經濟驚人，根據統計在2008年倫敦地區國立博物館所吸引的觀光客，共貢獻1,640兆英鎊的經濟效益。因應博物館在博物館文化創意經濟的發展，社會上開始出現相關的行業，像「Culture Label（文化商標）」這類的公司，專門為博物館進行網路上的文化商品販售以及行銷，協助新興藝術家與企業間的媒合，創造品牌，協助其推廣藝術與設計。由此顯示英國博物館對社會文化產生正向的影響。

（五）文化政策的形塑：本研究執行過程正值新政府上台，為整頓英國萎靡不振的經濟現況，新政府開始對其文化單位與社會福利機構進行大幅度的預算刪減與組織縮編。但在文化政策並不隨政府的更替有大規模的轉變，因應2012年倫敦奧運所推出的文化奧林匹克系列計畫—主計畫「全球的故事」正如

火如荼的展開中。該計畫的主要意義在於跳脫傳統博物館策展人至上的觀念，讓其觀眾可以加入策展的對話中，分享他們的故事、多樣的文化背景等，展現當代英國社會的多元面貌。

透過研究訪談蒐集之第一手資料將有助於研究者後續研究與推廣，有利於國內研究水準的提升，惟教育部為期四年的中綱計畫即將結束，慎為可惜，建議教育部日後繼續推動類似計畫，鼓勵國內學子有機會能夠進行國際交流、擴展視野並提升國內人文學術環境。

七、附錄：觀察與訪談照片記錄



英國博物館專家 Fellows 女士與研究者合照



MLA—Bristow 先生與研究者合照



MLA—Swain 先生與研究者合照



萊斯特大學 Sandell 所長、Knell 教授與研究者合照



萊斯特大學 Knell 教授與研究者合照



大英博物館 Longair 女士與研究者合照



V&A 博物館 Bellamy 女士與研究者合照



研究者探訪倫敦博物館 Davison 女士情形



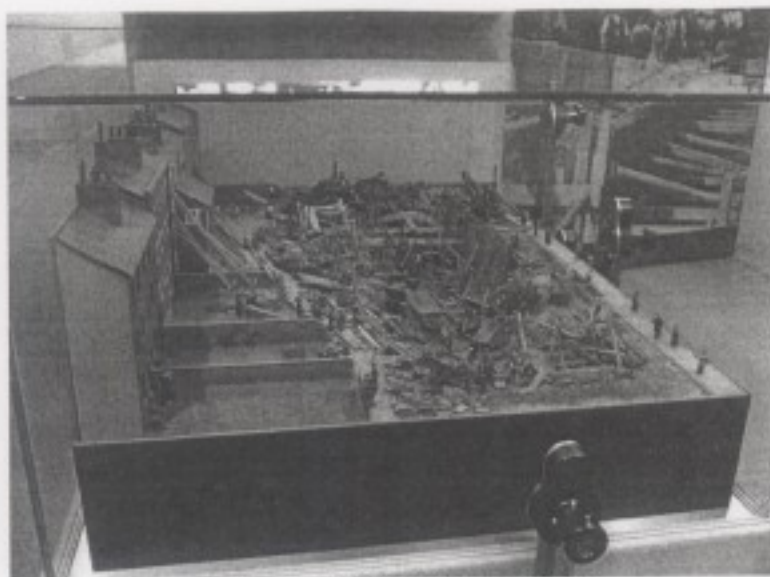
研究者探訪倫敦博物館 Davison 女士情形



CultureLabel 公司 Tullin 先生與研究者合照



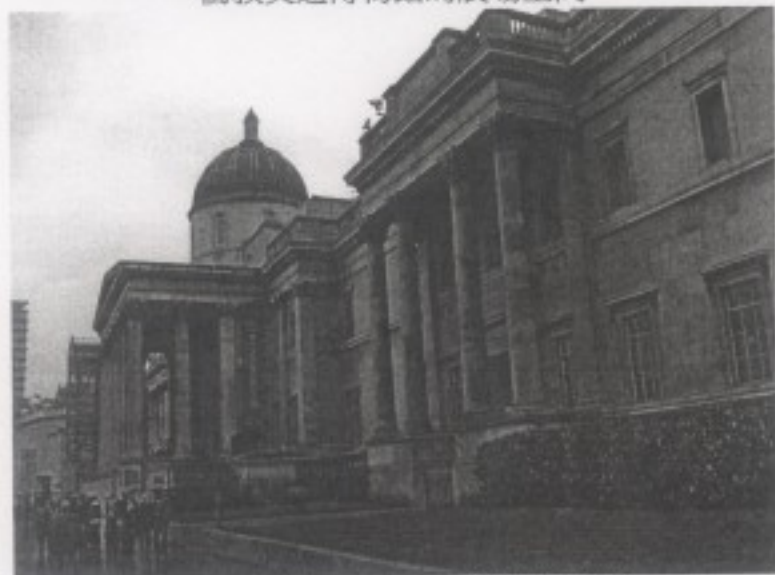
倫敦交通博物館賣店安排在入口處外



倫敦交通博物館的展示模型



倫敦交通博物館的展場空間



國家畫廊外觀（註：內部禁止拍照）



Paralympic Partner


stories of the world

One of the major projects of
London 2012's Cultural Olympiad

Brought to you by:



MODERN LANGUAGE ASSOCIATION
© 2011

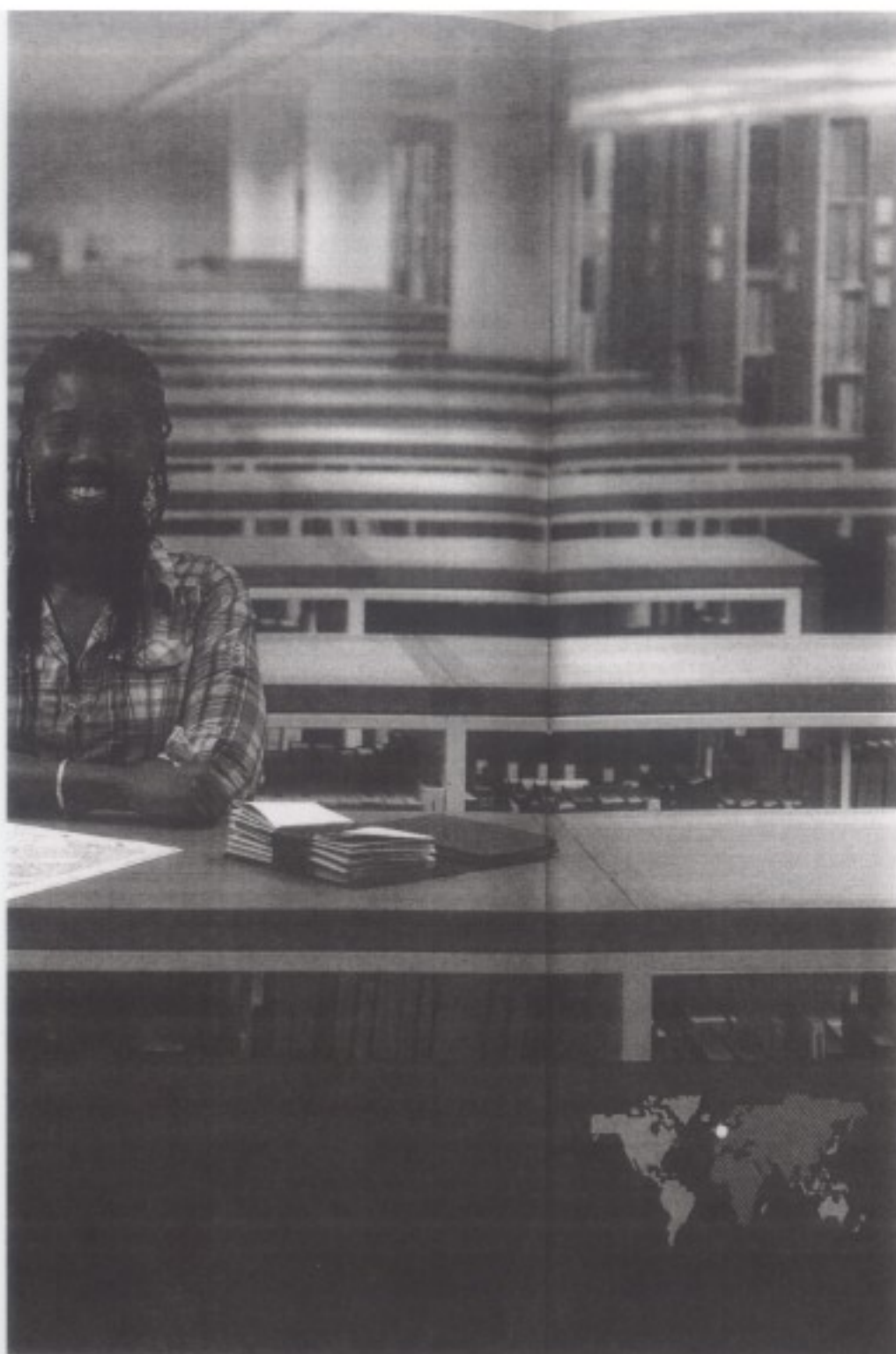


I chose this Chinese bound shoe. I know that the practice of binding feet is crazy, but these are still doing crazy things to look better than cosmetic surgery.

It was odd getting to handle objects that are hundreds of years old but up close they are really well preserved. I've learnt a lot from around the world and the material is made from by looking at the collection. The World is an exciting project and it can change people's ideas about museums.



Fashioning Identity East Midlands



'I chose Booth's Poverty Map because it really stuck out to me when I visited the collection. Coming from London you see extreme differences in wealth, even within neighbourhoods. Booth's map was made in 1891 and shows the wealth levels of different areas of the city at that time.

'Libraries are important because they offer another way of learning, outside of the classroom. I think Stories of the World is a really good opportunity for people to comment on things that are relevant to them and relate it back to the wider community, and I hope it makes museums and libraries more accessible.'

Using universal themes such as love, death and family, the British Library will explore the stories of world cultures through its unrivalled collection. Young people across the country will choose from a range of the Library's 150 million objects – including books, manuscripts, photographs and sound recordings – to create responses of their own, which will be exhibited both at the library and online.

In Your Own Words The British Library

Key delivery partners

British Library
Five public library services
across the UK
Seven Stories,
the Centre for Children's
Books