

美術館、博物館電子報型式分析

An Analysis on the Form of Electronic Newspapers for Museums and Museums of Fine Arts

視覺傳達設計研究所研究生 嚴崇恩 Yen-Chung-En

摘要

文化產業以及藝文活動近年來逐漸受到重視，民眾與藝術領域的交流日漸活絡。其間，博物館與美術館扮演著相當重要的角色，其應卸下包袱與民眾主動接觸；又美術館、博物館已加速 E 化的腳步，除主動提供各類印刷資訊外，近年來各式各樣的電子報不啻為一個結合與民互動與數位化的最佳途徑。

本論文以視覺設計的角度探討台灣各大博物館、美術館現有的電子報，試圖分析比較各種電子報的設計特色與歸納何者為理想的美術館、博物館電子報，以及可改進的空間。本研究目標有國立故宮博物院、國立歷史博物館、國立台灣美術館、台北市立美術館以及高雄市立美術館，國內較具規模的博物館、美術館。其次分析美術館、博物館在台灣之形象定位；美術館、博物館電子報形態；電子報使用者族群，習性。並以問卷形式調查不同年齡階層民眾心目中的理想美術館、博物館電子報，以期建構出美術館與博物館電子報的通則，增加其電子報的豐富程度。以電子報為媒介刺激藝術人口成長和開發新的藝術觀眾。

【關鍵字】

電子報、美術館、博物館、設計、視覺傳達

壹、緒論

一、研究背景

隨著高科技時代的來臨，許多美術館博物館等展覽空間紛紛與傳播媒體和電腦科技相互結合，並在館內增設 E 化設備，如虛擬系統、多媒體教育、具互動功

能的館內導覽和展示空間，藉由這種設備讓民眾在參觀博物館、美術館時，對展場與展覽品有更深入且廣泛的了解，拉近與民眾的距離，搭起和民眾間的橋樑，讓這些展覽空間更具親合力，卸下嚴肅不可親的包袱，使這些展覽空間不僅僅是一個陳列展品的場域，而使之成為民眾生活的一部份。

美術館、博物館藉由網路、展場數位化、語音導覽等等措施變得更加人性化。但是電子報這個部分卻往往被大眾或是館方忽略，甚至有些展覽機構並無此項設施，一個展覽的推出往往還是藉由其贊助廠商、協辦單位來告知民眾相關訊息。甚至，近幾年來此方面的資訊日益減少，美術館方面的展覽資訊民眾不易取得，尤其是中小型美術館展場的對外推廣更是少有。此現象將造成民眾獲取相關知識的不便之外，久而久之展場空間將走向藝術菁英化，成為藝術階層的專屬場域，整體藝術環境可能更加封閉。若能夠由美術館自己主動扮演告知者的角色則更具親合力和客觀性，美術館不應該只是被參觀的場所，相關單位應該主動去尋找藝術的流失人口。因此，如何設計民眾與美術館間互動的媒介將更為重要，藉由電子報的發行讓民眾能夠按期得到美術館中的展覽活動，與其藉著協辦策展單位來推銷自身所策辦的展覽來的直接、不具商業氣息。

電子報的研究在國內資料甚多，但是多是以新聞電子報為主，鮮少有關於美術館或博物館方面的電子報資料。美術館、博物館應該走近民眾，不單只是以被動者的角色等待參觀民眾，除了藉由電子媒體報導外，自身應發展內容豐富的電子報系統。有鑑於上述因素，希望本研究能對於博物館、美術館電子報視覺方面提出建議。

二、 研究目的

本研究的主軸是分析探討台灣各主要美術館、博物館的電子報之不同的設計風格與其設計導向，並了解使用者在接受電子報訊息中所著重的部分和需求，試圖尋找其通則，進而引發參觀美術館、博物館展覽的欲望。研究對象以「台北市立美術館」、「高雄市立美術館」、「台灣國立美術館」、「國立故宮博物館」、「國立歷史博物館」為主要研究對象。

(一) 分析美術館、博物館之展覽定位

針對前述之美術館與博物館的時空背景以及館藏資源，探討其特色和主要定位，分析博物館和美術館在展覽屬性上的異同。並了解參觀美術館及博物館的民眾以哪種層面的人士居多，參觀者的性別、年齡、職業、電子報

使用習慣、使用頻率、使用喜好，歸納出何種內容及風格的電子報為最佳設計。

(二) 美術館、博物館電子報形態探討

從相關並且類似形態的美術館、博物館電子報中了解其設計風格，歸納出不同美術館、博物館間對於電子報設計屬性的異同處，找出美術館、博物館電子報最佳的視覺構成，以及資訊內容編排。

(三) 電子報使用者族群，習性之探討研究

了解使用電子報的族群層面，包括性別、年齡、職業、使用習慣、使用頻率、使用喜好¹

三、 研究問題

所以本研究要提出以下研究問題：

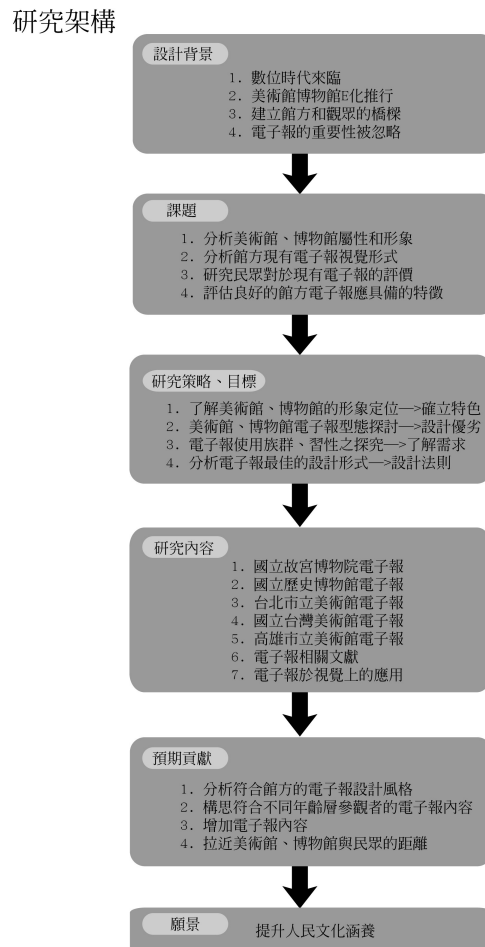
- (一)上述美術館、博物館的展覽形象定位為何？
- (二)美術館博物館電子報的設計風格差異為何？
- (三)電子報內容以及編排設計是否達到良好的傳達效果？
- (四)分析電子報最佳設計形式，找出設計方法。

四、 研究架構與範圍

本論文探討的範圍將以故宮博物院、國立歷史博物館、台北市立美術館、國立台灣美術館、高雄市立美術館電子報為例，分析電子報視覺設計、編排等要項，歸納出電子報的設計法，研析出何者為最佳的美術館、博物館電子報設計。

¹羅美玲(1998)。《電子報讀者之動機分析》。元智大學資訊研究所碩士論文

(表 1) 整體研究架構



貳、現有調查之分析探討

一、館方沿革及定位

在研究各個館方電子報之前，有幾項要素必須深入探討，一為館方沿革及展覽定位，再者則是電子報相關研究。在電子報的功能、使用族群層面、電子報與傳統報業比較、電子報文字內容編排等等的研究內容相當的多，但是卻較缺乏電子報版面設計視覺構成的研究領域，因此，此研究便從版面編排、視覺傳達設計、色彩計畫等等的方向加以探討，從中獲取資訊進行匯整。

(一) 故宮博物院

1. 故宮博物院沿革

本為清宮收藏，承襲自宋、元、明三朝宮廷，再加上清朝的收集，文物極為豐盛。1925年雙十節，故宮博物院正式成立，同時展開展覽；其下分轄古物、圖書兩館，圖書館又分圖書、文獻兩部。民國十七年十月公佈「故宮博物院組織法」，故宮正式成為國民政府之下的一個機構，院下分設古物、圖書、文獻三館。

其文物歷經戰亂展轉南遷至台灣，並建立新館，院址選定在台北近郊的外雙溪。五十四年（1965）新館興建完成，行政院頒佈「國立故宮博物院管理委員會臨時組織條例規程」。新館館舍定名為「中山博物院」，以紀念國父孫中山先生。故宮遷來台北之後，陸續擴建數次，陳列空間逐漸擴大。故宮也展開編輯和研究的工作，先後出版了多種期刊、專書、目錄，以及書畫、器物、善本古籍、清代文獻等書冊和裱裝畫軸、手卷等。七十六年（1987），故宮正式成為行政院部會級的一級機關。故宮除延續以往的部分出版計劃之外，並陸續出版許多新的集刊、叢刊、專集、叢書、特展目錄等。

八十九年（2000）五月，中央研究院院士杜正勝接任院長，以去政治化，回歸藝術文化本質經營國立故宮博物院，揭櫫本土、中華與世界兼具的多元文化觀，注重美的普世性，本乎人性，成就人文，不以國家民族之榮耀為限。

而在近期落實本土化與國際化展覽方面，如「李梅樹百年紀念特展」及「魔幻·達利特展」等，期望故宮與本土民眾結合，拉近與世界的距離。

2. 現行組織與職掌

民國七十五年（1986）訂定「國立故宮博物院組織條例」，隸屬於行政院，以「整理、保管、展出原國立北平故宮博物院及國立中央博物院籌備處所藏之歷代古文物及藝術品，並加強對古代中國文物藝術品之徵集、研究、闡揚，以擴大社教功能」為設置宗旨。²

(二) 國立歷史博物館沿革

國立歷史博物館籌議於民國四十四年冬，於四十五年春正式開館。館內收藏以中原文物為主，地方文物為輔，大部份係民國四十五年七月至四十六年春接收原河南博物館遷臺及戰後日本歸還古物，其中包括河南新鄭、輝縣及安陽出土的銅器；洛陽地區出土的先秦繩紋陶、漢代綠釉陶、六朝舞樂俑、唐三彩等。

四十六年裁定館名為「國立歷史博物館」，遂於是年國慶日，「文物美術館」正式定名為「國立歷史博物館」。國立歷史博物館正式定名成立後，來自政府機關及社會賢達的文物捐贈甚為熱絡，亦逐步豐實了館藏。

國立歷史博物館向以對國際弘揚本國文化傳統為己任，經常結合民間社會文化資源，主動策辦有關文化、藝術方面的國際交流展，對於政府在文化外交事務

² <http://www.npm.gov.tw/> 節錄自國立故宮博物院-傳承與延續

上助益頗多。陳癸森館長任內，國立歷史博物館除屢屢辦理國外展覽，除了推動國際交流雙向特展外，國立歷史博物館在此一時期亦聚焦於台灣本土藝術文物，將台灣各地方博物館的特色典藏，有計畫地在國家畫廊展出，如此籌劃了一系列的地方文物特展，以精緻化地方文物，並達到推廣示範效果。³

(三) 台北市立美術館沿革：

民國六十五年，遵奉中央加強文化建設政策，計畫在台北市籌建一座高水準美術館，並納入政府十二項大建設之內。市政府於民國六十六年十月成立「台北市美術館籌建指導委員會」，選定本市第二號公園預定地—中山北路與新生北路交叉三角地帶為館址，基地面積六、二〇〇坪。於六十九年十月正式開工興築，全部工程於七十二年元月完工。八月八日「台北市立美術館」正式成立，並於七十二年十二月二十四日正式開館，為市民提供服務。本館原隸屬台北市政府教育局，民國八十八年十一月六日台北市政府文化局成立後，改隸文化局。近期美術館朝向「現代化、國際化、本土化、精緻化」的方向發展。⁴

(四) 國立台灣美術館沿革：

國立台灣美術館舊稱為「台灣省立美術館」，原本隸屬於台灣省政府，1988年開館營運，1999年改隸行政院文化建設委員會，成為國家級唯一的美術館。1999年百年罕見的「九二一大地震」讓國美館遭到災損因而閉館整復建五年，2004年7月3日重新開館。強調開闊性與親和性的空間，改變過去美術館剛硬且嚴肅的傳統意象，積極營造二十一世紀美術館兼具藝術知性與休閒功能的嶄新面貌。

館方研究重點工作包括：探討台灣美術作品，規劃台灣美術常設展及研討會，出版美術學術季刊與台灣美術相關系列叢書等。以台灣美術的發展脈絡為主研究範疇，規劃本館典藏品的常設展，以時代及類別為區分，已分別完成了「台灣美術丹露」系列及「台灣美術現代性」系列常設展，並與國外美術館展覽相互交流，強化台灣美術在世界藝壇中的定位。

本館以視覺藝術為主導，規劃專題性的展覽，藉由多樣化的陳列展示，創造藝術品與觀賞者的溝通管道。本館展覽主要目標為介紹台灣藝術並與國際重要美術館相互交流，同時也舉辦國際版畫與素描雙年展及紀錄片雙年展等。

以典藏品為主之台灣美術常設展為本館核心展覽計畫；同時推出多項國際文

³ <http://www.nmh.gov.tw/> 節錄國立歷史博物館-博物館沿革

⁴ <http://www.tifam.gov.tw/> 節錄台北市立美術館簡史

化藝術交流展覽，並積極參與國際雙年展，以提升台灣藝術國際的能見度。未來藉規劃亞洲青年藝術雙年展，期使國美館能成爲亞洲藝術史料的重要網絡之一。

本館主要是從台灣美術史 300 年發展脈絡的面向，典藏台灣藝術家的代表作品，爲能更完整研究、架構台灣美術發展的多元樣貌，並且使民眾能藉由美術作品的觀賞，了解台灣文化的演變與社會、環境轉換之間的關係，特由觀照地域性的特色，開創與國際藝壇對話的平台爲出發。在現有典藏的基礎上，以台灣美術史發展脈絡體系及作品內在質地與特定時空發展關係兩大方向規劃典藏的主要方向。

本館不僅以國家級美術館的定位展現臺灣藝術創作的特色與活力自許，更積極與「全球化」所引申之議題展開對話。在文化交流上，強化館際合作、並與國際接軌，加強與國內、外美術館和專家學者的共同合作，規劃具備對全球文化的啓發、共享價值的藝術展覽活動。同時，藉由策展理念與模式，加強國內與國際專題化相關的交流推廣活動，以奠定國美館在推動台灣藝術與亞洲藝術的關鍵地位。⁵

(五) 市立高雄美術館延革：

七十七年五月一日高雄市立美術館籌備處成立，八十三年一月高美館主體建築完工，興建地上四層地下兩層，總樓板面積八千三百一十八坪，亦完成第一期園區周邊美術公園工程取得八公頃土地。六月十二日正式開館營運，前館長黃才郎先生且於八十三年十月二十七日就任本館第一任館長。九十二年一月一日，高雄市政府文化局正式成立營運，高美館以及高雄市相關社教單位，一併隸屬文化局管轄，脫離以往教育局主管之時代，美術館也從以往的社教單位轉變爲文化所屬單位。

高雄市立美術館由高雄市政府設立，九十二年元月起隸高雄市政府文化局，並規劃其性質爲綜合性展覽的美術館，以引介國際性藝術活動及呈現地區性美術發展風貌，以「台灣地區美術發展史美術館」爲旨向，蒐集本土重要美術品，規劃「專題陳列室」，從整理區域性文化藝術的自信中建立自尊，發揮美術館展覽、典藏、研究與教育推廣功能，達成「國際本土化、本土國際化」目標。

邁入新世紀的高美館，積極爲內惟埤文化園區的經營，擘劃嶄新的未來，戮力懷抱國際性與在地性的文化視野，建構五位一體的全方位美術館公園，包含：
1. 美術館--國際交流與地區美術發展中心；
2. 服務中心--兒童美術館；
3. 雕塑公園--公共藝術、美術創意造型體驗場；
4. 戶外劇場：與大自然融合的戶外演出與

5 <http://www.tmoa.gov.tw/home.php> 節錄國立台灣美術館簡介

觀賞空間，期望營造一個兼具藝術、文化、創意、生態、教育的綜合性休閒園區。

面對二十一世紀的今日，放眼國際，各國博物館、美術館領域均紛紛以兒童為主要館體設置營運對象，環顧國內公營博物館中，雖有美術、自然科學、歷史、科學工藝、史前文化、海洋生物等不同屬性館所，但以兒童為主體考量之館所，除台北市兒童交通博物館以外，未見建置其它專業類型之公辦兒童館。

適逢本市內惟埤文化園區整體設置完成之際，擬運用園區內成立已十年之高雄市立美術館既有營運經驗與資源，將園區中設置之服務中心建築主體及其週邊場域，規劃並擴大其服務功能，將之建構為符合南部地區專屬兒童與家庭成員之兒童美術館。期望藉此規劃內惟埤文化園區更多元的教育功能，讓南部地區的家庭與兒童們有更好的藝術學習場域與休憩設施。⁶

二、電子報相關探討

(一) 電子報 (electronic newspaper) 的定義與特性

隨著資訊與傳播技術不斷的進步，線上出版 (online publishing) 的類型及分類也愈趨細密 (Erlindson, 1995)，利用電腦網路來出版報紙或雜誌已成為主要的趨勢。關於電子報的定義，國內研究者包括陳彥豪 (1995)、洪懿妍 (1997) 均採用美國「密斯克研究中心」(Misc Research Center) 的定義，認為電子報是「在電腦網路上刊行，並在一至七天內更新資料的新聞性資訊服務」。在網路上刊行新聞資訊十分容易，但是對於網路上新聞的可信度、消息來源的求證、新聞報導的客觀公正等議題，通常仍需要透過專業的新聞組織或媒體進行編採作業才能具有一定的信度與效度，因此本研究將電子報定義為：「經由特定單位或組織蒐集、編輯，利用電腦網路超媒體 (hypermedia) 特性為界面，並經由網際網路刊行，提供專業新聞性資訊服務之電子刊物，新聞內容原則上每天至少更新一次。」而劉慧君 (1998) 則認為，刊行在電腦網路上的電子報應該只是說明了電子報的出版型態，所以在定義電子報的同時，必須注重網路媒體的非線性、超鏈結等特性，以及專業性的新聞資訊服務。分析電子報現有的各類生產方式，其中絕大部分的做法是將印刷報紙的內容轉換成電子版本，或是將印刷版與原始新聞內容加以混合，重新編輯為電子版，第三種則是特別為電子報規劃一套產製與編輯流程 (張郁蔚, 1997)。無論前述三類做法在新聞產製與編輯過程中有何程度上的差異，電子報與傳統報紙的相同處在於，兩者皆具備傳送新聞資訊的本質。但是，電子報與傳統報紙最大的不同點是，電子報提供了閱讀方式的多元選擇，有利於閱聽人主動性的提升。相較於傳統報紙之固定版面，新聞資訊無法加以更動的情形，讀者在閱讀電子報的過程中，可透過網際網路超鏈結 (hyperlink) 的功能，選擇

⁶ <http://www.kmfa.gov.tw/> 高雄市立美術館簡介

自己有興趣的資訊，編輯出具個人風格的新聞報導，滿足讀者對各類新聞報導的不同需求。換句話說，以電子形式呈現的報紙賦予了讀者選擇新聞報導上更大的自由度和主動權。電子報獨有的立即與互動特性，也是傳統紙本印刷報紙所無法達成的。舉例來說，電子報可隨時更新或增加新聞內容，不須受傳統報紙出報時間的限制；此外，電子報亦可在第一時間內處理讀者對於新聞內容的回饋，與讀者達成雙向的互動。綜觀由印刷報紙演變至電子報的整體發展過程，可以看出，以往單向的線性傳播，已經逐漸走向輻合式的傳播方式（羅美玲，1999）。另一方面，隨著相關科技的進展，電子報除了既有的新聞報導外，已更進一步結合了既有的資源，將資訊加以分類，集結成爲資料庫，提供了讀者主題式的資訊檢索服務。如此，不僅可開發出各種增值服務，對經營者而言更增加了資訊使用的附加價值。⁷

（二）電子報沿革

1. 世界電子報沿革

所謂電子報（electronic newspaper），廣義是指任何利用電子訊號傳輸以文字爲主的新聞報導內容的媒體，狹義是指以電腦網路傳送報紙內容。

最早電子報的出現，有一種說法指出是在一九七九年時，英國電信局爲增加下班後電話的使用頻率，而發展線上服務，一些傳播學者得知後，認爲以此可傳播新聞與消息，到了一九八〇年代，美國甘奈特報團（Knight-Ridder）底下的聖荷西水星報（San Jose Mercury News）在一九八三年即率先提供電子資訊服務，該報團的構想是希望在數年內在全美主要都市構築電子新聞網。惜三年後宣告失敗。

奈特報團電子報失敗的原因，主要在於只能傳遞文字，無法傳輸圖片，不能滿足讀者視覺的慾求，而且傳輸速度太慢，讀者必須使用價格昂貴又不易操作的專用終端機，所呈現的畫面也很難讓讀者接受，效果自然不佳，不過，上述因素隨著電信科技的發展，都以克服，使得電子報的發展又燃起希望。

電子報拜資訊及通訊科技進步之賜，而逐漸成形，報紙數位化後，從記者寫稿、改稿、編報到發行，全部都可以在網路上進行，新聞記者在外地採訪新聞後即可用電腦打文稿，直接利用電話線將文字轉換爲數位碼進入報社電腦編輯系統，而不須進報社去處理新聞，攝影記者也可以利用電子數位攝影機或照像機，將所拍攝的影像透過電話線傳到報社，因此資訊的傳輸及產生將更快速。

聖荷西水星報（San Jose Mercury News）在1983年推出全球第一代電子報服務，但在三年後宣告整個計畫失敗，損失了五千萬美元；1993年，聖荷西水星

7趙雅麗(2001):《從台灣明日報的停刊看中文電子報之前景》,「新世紀新聞傳播學術研討會」論文。李思屈主編《傳媒文化》(2001),第一輯,四川大學

出版社發行。

報所屬的 Knight-Ridder 事業集團成立一個研究中心，重新評估電子報的未來前景；1994 年 5 月，Knight-Ridder 事業集團於 American Online 商用網路上推出名為《水星中心新聞》(Mercury Center News)的第二代電子報服務；1995 年 1 月 18 日，該報社成立全球資訊網網站，同時成為第一份在網際網路上提供當日印刷式報紙全文的電子報。

根據 1996 年兩位傳播學者 Morris 和 Ogan 所進行的一項研究顯示，傳統媒體業者急著上網際網路及在電子空間上設站的兩大主因為：(1)希望先在網路上設站搶得先機，再去考慮如何使它變成可獲利的投資；(2)害怕其它競爭對手在電子空間上奪得先機。另外，Mike Erlindson 也指出報紙欲上線的主要原因是和工業相關的經濟及環境因素。

電子出版集團 (Electronic Publishing Group) 的 Vincent E. Giuliano 指出報紙的流通量自 1990 年以後就在遞減，而電子媒體服務的成長率則在增加。線上報紙的數量從 1993 年的 20 個到 1994 年的 100 個，成長了五倍，1996 年 11 月的統計資料顯示 WWW 版電子報有 1441 個，到了 1997 年 9 月則增加到 1879 個。另兩項報告分別指出從 1960 年到 1990 年間，報紙的消費額少了 17.9%，以及在 1967 年時，30 歲以上的美國人有 75% 每天看報，到了 1994 年時比例少了一半。

至於電子報的未來展望，在不確定的情況下看法較不一致。麻州佛瑞斯特顧問公司的研究顯示：公元 2001 年，報紙的發行量會被電子媒體奪走 14%，而另外的研究也顯示，網際網路搶走的電視觀眾，反而提供報紙一個爭取回三十年被電視奪走的讀者群的良機。聖荷西水星報研究中心預估：十年內電子報和傳統報紙的讀者數目平分秋色，而在 2010 年以後，電子報的營收將會超過傳統報紙。美國 Forb ASAP 雜誌的總編輯 Rich Karlgard 指出，「無紙化」的口號從 1980 年便提出，但目前的情況卻是在本世紀結束之前，全球每一年的用紙量，將大幅成長為 1980 年的四倍。游張松教授也認為，傳統報紙具有「紙」的特性，不論時代如何改變，傳統型式畢竟會和一定人口的需要相契合。整體上，大多數人對電子報和傳統報紙的看法是「兩者互補」，各有其特點及相契合的讀者，因此電子報要如何界定本身的角色及功能，來和印刷式報紙有所區隔是很重要的。⁸

2. 台灣電子報沿革

台灣電子報的發展，最早是由中國時報率先於一九九五年七月推出「中時報系全球資訊網」(China Times Web)，聯合報與自由時報也相繼在一九九九年推出電子報。目前台灣所發行的電子報，依功能之不同及營運現狀可分為：傳統報紙或新聞提供者所經營的電子報、大專院校的學術性電子報、非營利性的社區電子報以及專業性電子報等四大類。分述如下：

⁸電子報出處介紹：電子商務機論名詞整理，1.31 電子新聞

- (1)傳統報紙或新聞提供者經營的電子報，其發行單位可又分為四類，包括：
- ①傳統報社業者：例如中國時報的「中時電子報」、聯合報的「聯合新聞網」、自由時報的「自由電子新聞網」、「民報新聞網」、「勁報電子版」、「電子時報」、「台灣立報」以及「台灣新生報」等，這些報紙都是將原印刷報紙的內容整理分類後上網。
 - ②廣播電視業者：如台視、中視、華視、民視、東森、TVBS、中天等電視台之新聞網站，內容包括文字形式呈現的即時新聞及影音新聞等。
 - ③資訊科技：如宏碁的「新聞大觀」，則是將各電子報網站的新聞作綜合性的整理，讓讀者可以一次看到數個電子報的整合式新聞，以及電腦家庭的「IT HOME」電腦報等等。
 - ④通訊社：中央通訊社。
- (2)大專院校的學術性電子報，如政大「大學報」、淡江「淡江時報」、銘傳「銘報電子報」、世新「台灣立報」等。
- (3)非營利的社區電子報，以文藝或社區發展為主題的，例如「南方電子報」、「崔媽媽社區電子報」等。
- (4)專業性（理財、醫學等）電子報，如「健康天地電子報」、「WIN 金融理財電子報」等。

(三) 電子報專題的分類

- 1.新聞媒體電子報：由傳統媒體跨足網際網路所經營之電子報，資源互通、無遠弗屆，可以提昇媒體影響力，進而掌控網路傳播更大之空間，如『中時電子報』、『新新聞電子報』與『聯合新聞網』等。
- 2.綜合頻道型電子報：針對不同之主題予以分類，每一主題都有專責單位或主持人來蒐集匯整相關資料，並可以與訂戶雙向溝通，展現出獨特之魅力，如『台北 1k 電台』、『gigigaga』等。
- 3.專題型電子報：只針對某一主題發布或刊登訊息於網上，訴求小眾或分眾之區隔，如『台灣農業電子報（農業）』、『Archi Net 建築電子報（建築）』、『台商電子報（商務）』、『鉅亨電子報（理財）』等。
- 4.地方報導型電子報：以地區周遭之相關報導為主，主打鄉親或本土之魅力，如『美西電子報』、與『埔里社區電子報』等。
- 5.校園電子報：由校園相關系所科班等之熱心師生所籌劃建置之電子媒體，一般而言，其影響層面較狹窄，如『高苑電子報』、『台中師院校園電子報』等。⁹

9趙雅麗(2001):《從台灣明日報的停刊看中文電子報之前景》,「新世紀新聞傳播學術研討會」論文。李思屈主編《傳媒文化》(2001),第一輯,四川大學

(四) 電子報的發行

1. 網頁電子報：主要之訊息皆刊登於專屬之網頁上，訂戶必須經常上其網站閱讀新的訊息，有些網站會貼心地以電子郵件告知訂戶上網來查閱，有些較小之電子報網站則抱持著守株待兔之心態，加上頻寬不足與塞車影響，較適宜較大規模之電子報模式。如『中時電子報』、『明日報』等。

2. Email 電子報：所設置之網頁僅總管訂閱、更改、查詢與刪除作業，首頁僅刊登少數新聞標題或活動訊息，所有資訊皆純粹以電子郵件伺服器(E-mail Server)依照上網朋友之訂閱要求而組成不同之『email 群組(mailing list)』，再分門別類，按預定之發信時間向訂戶主動發送電子訊息，這是一種價廉物美又節省訂戶時間與金錢的好方式，如『台北 1k 電台』、與『魅力網』等。

3. 推播(PUSH) 電子報：此為新興網路傳播之技術，主要特點為當訂戶連上網路時，系統能將其所訂閱之新訊息主動提示於訂閱戶之瀏覽器畫面前，目前國內已有媒體提供此等服務，國外則已非常普遍了。

4. 綜合型電子報：將上述之模式去蕪存菁，提供訂戶最迅速最完整之資訊與服務，其設置成本亦相當高，非常期待有電子媒體能同時提出這類服務。¹⁰

(五) 電子報的讀者

電子報的讀者以年齡在 21-25 歲的未婚年輕男性居多，雖然許多研究中，網路使用者的學歷有降低的趨勢，但研究發現電子報讀者大都具有大專以上程度。在讀者的電子報使用行為方面，現今的電子報內容多取材於印刷報紙，因此讀者仍以閱讀新聞為主。電子報主力讀者每週使用的頻率並不高，而且他們最常使用的媒介是電視，由此看來電子報仍目前只是讀者的眾多訊息來源之一。

讀者使用電子報動機有四大項，分別為「網路特性」、「打發時間／逃避」、「社會互動」，以及「尋求資訊／省錢」。其中「網路特性」為讀者最主要的動機。這顯示出電子報有別於其他傳統媒介的特性，為吸引讀者使用的最主要因素。值得一提的是，男性的長時間使用者多於女性。使用時間越長及頻率越高的讀者，其因為電子報具有「網路特性」而使用的動機也越強。

而至於電子報的出現會不會影響讀者傳統媒介的使用時間呢？研究的結果發現，半數以上的讀者，認為他們接觸傳統媒介的時間，並沒有因為接觸了電子報而改變。不過，有近 1/3 的讀者認為使用了電子報之後，他們看報紙的時間減少；

出版社發行。

¹⁰網路資料 <http://tw.knowledge.yahoo.com/>

同時也有 1/4 強的讀者認為他們閱讀雜誌的時間有減少，這顯示電子報這個新興媒體正影響到讀者使用傳統媒介的時間。¹¹

三、館方電子報分析

(一) 美術館、博物館電子報的定義

美術館、博物館電子報屬於非營利性電子報，主要目的是再告知民眾館內展覽、特展、活動、藝品、作品介紹等等相關消息、文章。除了具一般電子報的傳達性之外更富有教育意義。其內容除了展期、活動等項目具有時效性之外，其餘部分為非時效性資訊；又美術館、博物館的電子報形態大致上分為快訊、藝文電子報兩種形式。

¹¹羅美玲(1998):《電子報讀者之動機分析》,元智大學資訊研究所碩士論文

(二) 館方電子報形式分析

(表 2)館方電子報比較

	國立故宮博物院	國立歷史博物館		台北市立美術館	台灣國立美術館
A. 隸屬行政單位	行政院	教育部		台北市政府文化局	文建會
B. 發行時間	約兩星期	不定期(具有藝文電子報、節氣電子報兩份電子報系統)		不定期,屬單存的訊息展期告知	約五天
C. 內容	<p>1.展覽資訊: a. 當期展覽 b. 常設展</p> <p>2.最新消息: 多則</p> <p>3.館方商品:</p> <p>4.新聞稿</p> <p>5.活動訊息</p> <p>6.最新參觀資訊</p> <p>7 資料回顧區</p> <p>8.特殊補充: a. 每期精選文物介紹</p>	<p>A.節氣電子報: (節氣電子報形式特殊,是主要的電子報系統,以快訊和節慶藝品介紹為主)</p> <p>1.主題內容: a. 節氣 b. 節慶 c. 天文星象 d. 中外曆法 e. 電子報</p> <p>2.次要內容 a. 主題 b. 網路資源 c. 節氣歌</p> <p>d. 全文檢索</p>	<p>B.藝文電子報 (藝文電子報是史博館另一套電子報系統,屬於典型的電子報,主要介紹特展及常設展)</p> <p>1.展覽資訊: a. 當期展覽 b. 常設展</p> <p>2.最新消息: 1. 專題講座 2. 假日親子活動 3. 研習營 4. 研討會 5. 歷史文物月刊</p>	<p>純屬單純的展覽活動告知,非如故宮,史博館有專屬電子報系統。</p>	<p>不定,多為訊息告知</p> <p>1.展覽資訊:</p> <p>2.最新消息:</p> <p>3.新聞稿</p>
D. 視覺編排 ^①	<p>b. 每期主題網站</p> <p>1.界面色彩: 無彩色</p> <p>2.編排架構: (10/16 之前)</p> <p>五大主題: 1. 最新消息 2. 展覽資訊 3. 典藏文物 4. 出版禮品 5. 新聞剪報</p> <p>二次要主題: 1. 活動剪影 2. 活動訊息</p> <p>(10/31 之後)</p> <p>四大主題: 1. 最新消息 2. 故宮禮品 3. 新聞專區</p>	<p>1.界面色彩: 無彩色</p> <p>2.編排架構:</p> <p>八大主題: 1. 春夏秋冬四季節氣 2. 天文星象 3. 中外曆法</p> <p>二次要主題: 1. 網路資源連結 2. 節氣歌 另備有全文檢索</p>	<p>1.界面色彩: 無彩色</p> <p>2.編排架構:</p> <p>三大主題: 1. 特展、常設展 2. 華燈博物館 3. 歷史文物月刊</p> <p>四次要主題: 1. 專題講座 2. 假日親子活動 3. 研習營 4. 研討會</p>	<p>1.界面色彩: 無彩色</p> <p>2.編排架構:</p> <p>純文字說明,圖片輔助</p>	<p>1.界面色彩: 無彩色</p> <p>2.編排架構:</p> <p>純文字說明,圖片輔助</p>

<p>4. 活動剪影、消息</p> <p>次要主題:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 展覽資訊 2. 每期精選 3. 新書備窗 4. 參觀事項 5. 主題網站 6. 其他訊息 <p>編排 主要主題至中，次要主題至於兩側，以文敘圖，齊中式編排</p> <p>動畫 具開頭動畫 主題超連結動畫</p> <p>超連結 每個區塊都具有超連結選項以便觀看全文</p>	<p>編排 主選單環狀排列，瀏覽主題至中，內頁則是傳統以文說圖的形式</p> <p>動畫 其電子報本身以 flash 製成，每個選單都配有動畫轉場</p> <p>超連結 非傳統主標題配置 超連結模式</p>	<p>編排 與故宮電子報雷同，主要主題三項置中，次要主題扁面較小置右，以文敘圖</p> <p>動畫 無</p> <p>超連結 至於圖目下方</p>	<p>動畫 無</p> <p>超連結 至於標題</p>	<p>動畫 無</p> <p>超連結 至於標題</p>
<p>Icon 各主題都有不同的 icon</p>	<p>Icon 無</p>	<p>Icon 無</p>	<p>Icon 無</p>	<p>Icon 無</p>

※高雄市立美術館無電子報系統，因此不列入討論。



圖 1：故宮博物館電子報

史博館藝文快遞

95年12月11日刊例

典藏(1F)		特展(2F)	
<p>典藏文物展</p> <p>當代傳統藝術之美</p> <p>林玉山與紀念展</p> <p>蕭淑芳與紀念展</p>	<p>常設展(2F)</p> <p>常設展(3F)</p>	<p>每日親子活動</p> <p>12月11日(週六) 14:00-16:00 兒童繪畫班</p> <p>12月17日(週五) 14:00-16:00 兒童繪畫班</p> <p>12月24日(週五) 14:00-16:00 兒童繪畫班</p>	<p>95年12月11日刊例</p> <p>典藏(1F) 14:30-16:30 特展(2F) 14:30-16:30 典藏(3F) 14:30-16:30</p> <p>【典藏】蕭淑芳紀念展 蕭淑芳紀念展開幕式 12月11日(週六) 14:30-16:30 地點：本館禮堂(地下室B1) 票價：免費(憑票入場) 12月24日(週五) 14:30-16:30 地點：本館禮堂(地下室B1) 票價：免費(憑票入場)</p>

華夏博物館 展出日期 展出內容

12月11日(週六)	典藏展廳	蕭淑芳紀念展
12月18日(週六)	2F	林玉山紀念展開幕式、蕭淑芳紀念展開幕式、台灣生活展—蕭淑芳系列之美
12月15日(週四)	4F	蕭淑芳紀念展開幕式、蕭淑芳紀念展開幕式、蕭淑芳紀念展開幕式
12月22日(週四)	1F	蕭淑芳紀念展開幕式
12月29日(週四)	4F	蕭淑芳紀念展開幕式

更多藝文活動請親臨特

歷史文物月刊 (十六卷十二期 中華民國九十五年十二月)

編輯	特約	主編	副主編
謝宗榮	劉宗成	劉宗成	劉宗成
劉宗成	劉宗成	劉宗成	劉宗成
劉宗成	劉宗成	劉宗成	劉宗成

訂閱方式

◎電話訂閱：(02)281-0278/0281-0279 訂費：(02)281-5465
 ◎郵購訂閱：郵號：012804 戶名：國立歷史博物館社工部科財
 諮詢專線：(02)281-0279 傳真：(02)281-5465
 ◎網路訂閱：請至本館網路訂費：(02)281-0279 訂費：(02)281-5465
 ◎本文化館與中心訂購：國立歷史博物館(本館)、總編輯信箱、內政部郵政特准掛號
 郵局掛號：(02)281-0279 訂費：(02)281-5465
 郵局掛號：(02)281-0279 訂費：(02)281-5465

圖 2：國立歷史博物館藝文電子報

壹 內銷與山家

貳 內銷與山家

參 內銷與山家

肆 內銷與山家

伍 內銷與山家

陸 內銷與山家

柒 內銷與山家

捌 內銷與山家

玖 內銷與山家

拾 內銷與山家

拾壹 內銷與山家

拾貳 內銷與山家

拾參 內銷與山家

拾肆 內銷與山家

拾伍 內銷與山家

拾陸 內銷與山家

拾柒 內銷與山家

拾捌 內銷與山家

拾玖 內銷與山家

貳拾 內銷與山家

貳拾壹 內銷與山家

貳拾貳 內銷與山家

貳拾參 內銷與山家

貳拾肆 內銷與山家

貳拾伍 內銷與山家

貳拾陸 內銷與山家

貳拾柒 內銷與山家

貳拾捌 內銷與山家

貳拾玖 內銷與山家

參拾 內銷與山家

參拾壹 內銷與山家

參拾貳 內銷與山家

參拾參 內銷與山家

參拾肆 內銷與山家

參拾伍 內銷與山家

參拾陸 內銷與山家

參拾柒 內銷與山家

參拾捌 內銷與山家

參拾玖 內銷與山家

肆拾 內銷與山家

肆拾壹 內銷與山家

肆拾貳 內銷與山家

肆拾參 內銷與山家

肆拾肆 內銷與山家

肆拾伍 內銷與山家

肆拾陸 內銷與山家

肆拾柒 內銷與山家

肆拾捌 內銷與山家

肆拾玖 內銷與山家

伍拾 內銷與山家

伍拾壹 內銷與山家

伍拾貳 內銷與山家

伍拾參 內銷與山家

伍拾肆 內銷與山家

伍拾伍 內銷與山家

伍拾陸 內銷與山家

伍拾柒 內銷與山家

伍拾捌 內銷與山家

伍拾玖 內銷與山家

陸拾 內銷與山家

陸拾壹 內銷與山家

陸拾貳 內銷與山家

陸拾參 內銷與山家

陸拾肆 內銷與山家

陸拾伍 內銷與山家

陸拾陸 內銷與山家

陸拾柒 內銷與山家

陸拾捌 內銷與山家

陸拾玖 內銷與山家

柒拾 內銷與山家

柒拾壹 內銷與山家

柒拾貳 內銷與山家

柒拾參 內銷與山家

柒拾肆 內銷與山家

柒拾伍 內銷與山家

柒拾陸 內銷與山家

柒拾柒 內銷與山家

柒拾捌 內銷與山家

柒拾玖 內銷與山家

捌拾 內銷與山家

捌拾壹 內銷與山家

捌拾貳 內銷與山家

捌拾參 內銷與山家

捌拾肆 內銷與山家

捌拾伍 內銷與山家

捌拾陸 內銷與山家

捌拾柒 內銷與山家

捌拾捌 內銷與山家

捌拾玖 內銷與山家

玖拾 內銷與山家

玖拾壹 內銷與山家

玖拾貳 內銷與山家

玖拾參 內銷與山家

玖拾肆 內銷與山家

玖拾伍 內銷與山家

玖拾陸 內銷與山家

玖拾柒 內銷與山家

玖拾捌 內銷與山家

玖拾玖 內銷與山家

參拾 內銷與山家

參拾壹 內銷與山家

參拾貳 內銷與山家

參拾參 內銷與山家

參拾肆 內銷與山家

參拾伍 內銷與山家

參拾陸 內銷與山家

參拾柒 內銷與山家

參拾捌 內銷與山家

參拾玖 內銷與山家

肆拾 內銷與山家

肆拾壹 內銷與山家

肆拾貳 內銷與山家

肆拾參 內銷與山家

肆拾肆 內銷與山家

肆拾伍 內銷與山家

肆拾陸 內銷與山家

肆拾柒 內銷與山家

肆拾捌 內銷與山家

肆拾玖 內銷與山家

伍拾 內銷與山家

伍拾壹 內銷與山家

伍拾貳 內銷與山家

伍拾參 內銷與山家

伍拾肆 內銷與山家

伍拾伍 內銷與山家

伍拾陸 內銷與山家

伍拾柒 內銷與山家

伍拾捌 內銷與山家

伍拾玖 內銷與山家

陸拾 內銷與山家

陸拾壹 內銷與山家

陸拾貳 內銷與山家

陸拾參 內銷與山家

陸拾肆 內銷與山家

陸拾伍 內銷與山家

陸拾陸 內銷與山家

陸拾柒 內銷與山家

陸拾捌 內銷與山家

陸拾玖 內銷與山家

柒拾 內銷與山家

柒拾壹 內銷與山家

柒拾貳 內銷與山家

柒拾參 內銷與山家

柒拾肆 內銷與山家

柒拾伍 內銷與山家

柒拾陸 內銷與山家

柒拾柒 內銷與山家

柒拾捌 內銷與山家

柒拾玖 內銷與山家

捌拾 內銷與山家

捌拾壹 內銷與山家

捌拾貳 內銷與山家

捌拾參 內銷與山家

捌拾肆 內銷與山家

捌拾伍 內銷與山家

捌拾陸 內銷與山家

捌拾柒 內銷與山家

捌拾捌 內銷與山家

捌拾玖 內銷與山家

玖拾 內銷與山家

玖拾壹 內銷與山家

玖拾貳 內銷與山家

玖拾參 內銷與山家

玖拾肆 內銷與山家

玖拾伍 內銷與山家

玖拾陸 內銷與山家

玖拾柒 內銷與山家

玖拾捌 內銷與山家

玖拾玖 內銷與山家

參拾 內銷與山家

參拾壹 內銷與山家

參拾貳 內銷與山家

參拾參 內銷與山家

參拾肆 內銷與山家

參拾伍 內銷與山家

參拾陸 內銷與山家

參拾柒 內銷與山家

參拾捌 內銷與山家

參拾玖 內銷與山家

肆拾 內銷與山家

肆拾壹 內銷與山家

肆拾貳 內銷與山家

肆拾參 內銷與山家

肆拾肆 內銷與山家

肆拾伍 內銷與山家

肆拾陸 內銷與山家

肆拾柒 內銷與山家

肆拾捌 內銷與山家

肆拾玖 內銷與山家

伍拾 內銷與山家

伍拾壹 內銷與山家

伍拾貳 內銷與山家

伍拾參 內銷與山家

伍拾肆 內銷與山家

伍拾伍 內銷與山家

伍拾陸 內銷與山家

伍拾柒 內銷與山家

伍拾捌 內銷與山家

伍拾玖 內銷與山家

陸拾 內銷與山家

陸拾壹 內銷與山家

陸拾貳 內銷與山家

陸拾參 內銷與山家

陸拾肆 內銷與山家

陸拾伍 內銷與山家

陸拾陸 內銷與山家

陸拾柒 內銷與山家

陸拾捌 內銷與山家

陸拾玖 內銷與山家

柒拾 內銷與山家

柒拾壹 內銷與山家

柒拾貳 內銷與山家

柒拾參 內銷與山家

柒拾肆 內銷與山家

柒拾伍 內銷與山家

柒拾陸 內銷與山家

柒拾柒 內銷與山家

柒拾捌 內銷與山家

柒拾玖 內銷與山家

捌拾 內銷與山家

捌拾壹 內銷與山家

捌拾貳 內銷與山家

捌拾參 內銷與山家

捌拾肆 內銷與山家

捌拾伍 內銷與山家

捌拾陸 內銷與山家

捌拾柒 內銷與山家

捌拾捌 內銷與山家

捌拾玖 內銷與山家

玖拾 內銷與山家

玖拾壹 內銷與山家

玖拾貳 內銷與山家

玖拾參 內銷與山家

玖拾肆 內銷與山家

玖拾伍 內銷與山家

玖拾陸 內銷與山家

玖拾柒 內銷與山家

玖拾捌 內銷與山家

玖拾玖 內銷與山家

圖 3：國立歷史博物館節氣電子報

如果無法顯示影像，請點選此處。 If not visible, please click here.

Dirty Yoga
 你限制我的瑜伽
 2006台北雙年展
 TAPEI BIENNIAL

11.4.06 - 2.25.07

Curators: Dan Cameron, Jun-keh Wang
 策展人：丹·卡麥隆、王君傑

Participating Artists:

Alexandre Amosch	烏克蘭
Cao Fei	中國
E. Chen	美國
Mengke Chou	中國
Jonas Dahlberg	瑞典
El Ferrer	西班牙
Katharina Grosse	德國
Fengqi Guo	中國
Emil Jiri	捷克
Yeondoo Jung	韓國
Art Wang Li	中國
Lee Bai	韓國
Nahin Pajani	印度
Fredrik Pijet	瑞典
Ben Raphael	美國
Dariusz Orzech	波蘭
Arthur Ou	中國
Amya Radjapremamook	泰國
Mauro Raffaele	巴西
Robin Rhode	南非



圖 4：台北市立美術館電子報

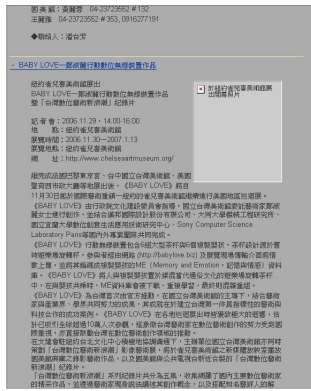
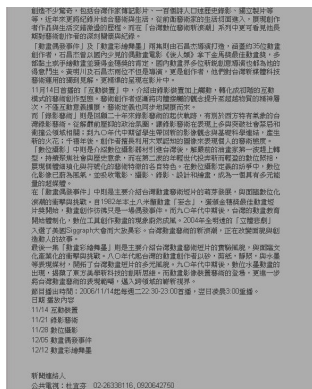
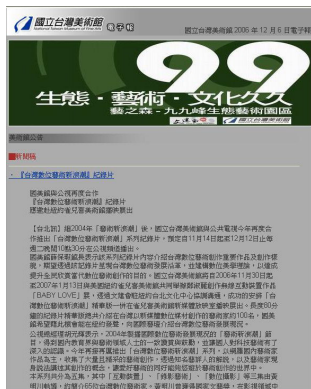


圖 5：台灣國立美術館電子報

(三) 小結

故宮博物院電子報系統是就上述藝文性電子報分析中內容最豐富的電子報，除了具備一般電子報架構之外，在於色彩的豐富性、內容的組織性、動畫的轉場效果都較其他電子報為佳，並具有英文版的電子報系統，具備館方國際化的要件。國立歷史博物館具有兩種電子報系統，分別為節氣電子報與藝文電子報，節氣電子報非傳統的藝文電子報編排形式，內容也別具特色，藝品介紹搭配節氣的交替而有所不同，每個節氣都具有主題性的色彩、藝品、內文及編排，互動性佳。整體設計使用 Flash 動畫構成，有強烈的親合性，隨著背景的点選、色彩隨

之變換，使此次電子報分析中最具有互動性的電子報系統，但是介面設計過於繁雜，入口連結區塊不明，電子報首頁和內頁風格差異太大使使用者造成瀏覽時的不便，可加以改善。整體電子報跳脫傳統電子報形式適合年齡層較低的學習者使用。而相較於節氣電子報，藝文電子報的設計較為傳統，主要是輔助節氣電子報之用，非史博館預設的電子報系統，架構上較為簡單。歷史博物館是上述研究對象中唯一具有兩種電子報系統的博物館，兩種系統所針對的瀏覽對象不同，是其他館方可以參照之處。國立台灣美術館與台北市立美術館的電子報是以快訊形式呈現，無介紹館藏等具教育意義的內容，使用者只能從中得知活動訊息而無法以電子報作為認識館方或是線上教育的媒介，其快訊具有告知作用有期效性較不具收藏價值，應發展具規模的電子報系統才能使民眾更了解館方，並提升民眾參觀美術館、博物館的意願。

從中得知美術館、博物館發行的電子報主要有館方電子報、館方快訊兩種形式，館方電子報除了快訊所含的近期活動展覽告知以外還附有專題、精選文物、主題網站介紹等相關具教育性的主題。而在探討電子報規劃之前，必須了解館方的定位和藏品、展品的蒐藏展覽方向，由此評估電子報適當的風格走向。另一方面必須了解一般電子報應具備的架構，從中比較傳統電子報以及美術館、博物館電子報的異同以及可以發展的範圍。

參、研究流程與步驟

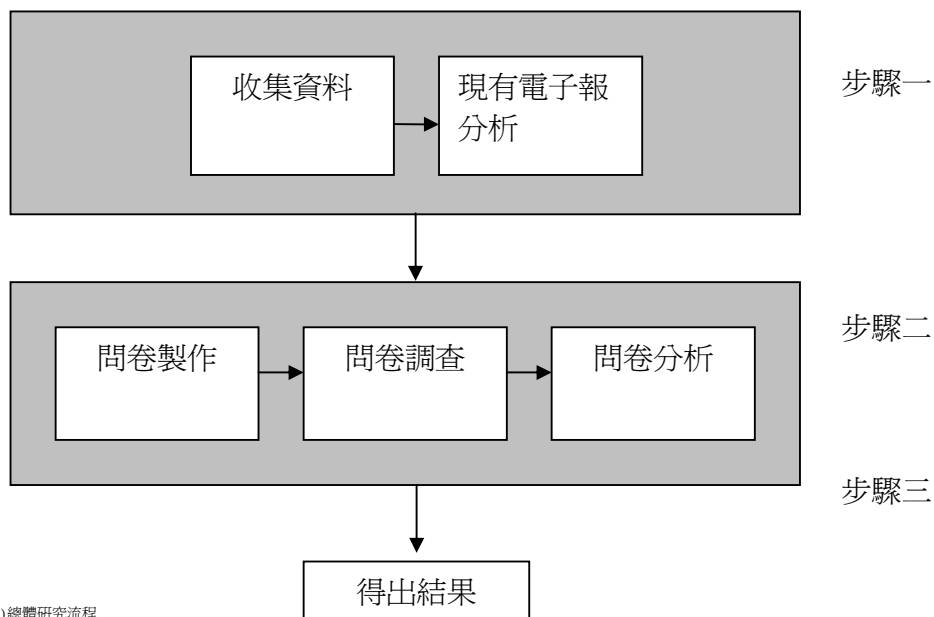
製定電子報所牽涉的範圍廣大，主要以視覺傳達領域包括配色、版面配置、視覺引導等…，做深入的研究與探討，步驟過程繁瑣，主要區分出四階段，三步驟，依此來規劃出有效的訊息和評估其可行性。

研究過程分為三個主要階段，來進行探討，在這三個階段當中相互印證和整合，並將其結果再細分為三步驟探討，以得知最適合瀏覽者的館方電子報設計。

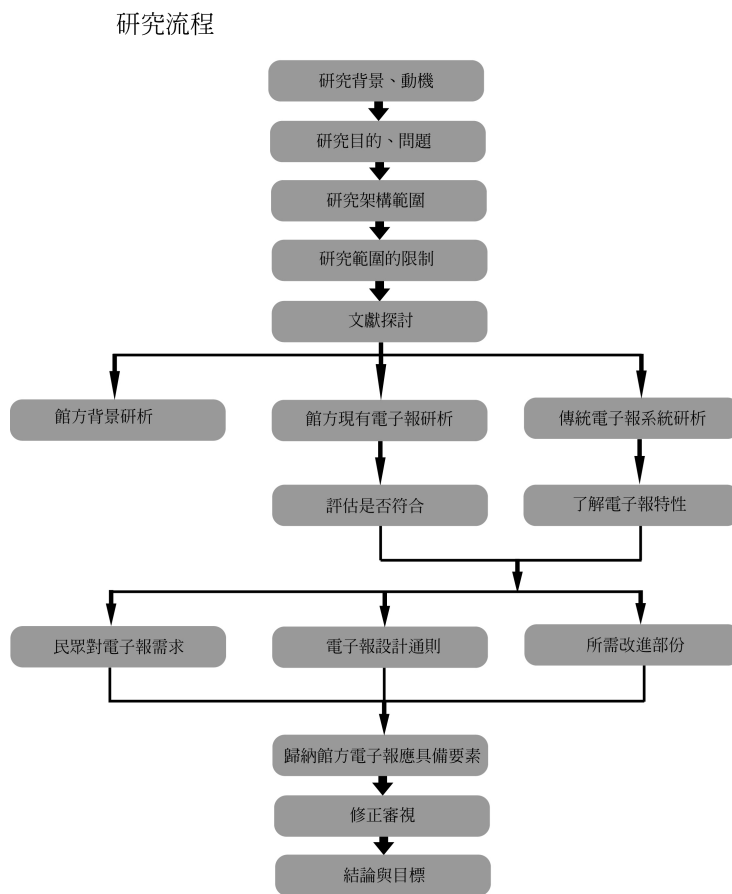
(表 3) 研究階段

階段	研究方向	內容概要
第一階段	資料收集	收集類似屬性美術館，博物館資料
第二階段	個案分析	分析當中可供參考的元素，同整為兩個區塊 1. 形象定位 2. 視覺傳達(配色、編排、字體、可視性、易視性)
第三階段	問卷調查	各階層訂閱者、觀眾之間卷調查

(表 4) 實踐步驟



(表 5) 總體研究流程



而除了上述的研究方法與步驟之外，於下另外分析在於製作美術館電子報所

涉及的範圍領域，而其中本人將著重於視覺設計這個項目進行研究：

一、定位規劃

在探討博物館、美術館的電子報設計之前必須要了解館方的展覽導向、藏品類型再來探討該電子報的設計元素，呈現風格、以及之間的差異性。

二、訊息告知

訊息方面包括展品、展覽時間、展覽地點、最新消息、相關活動、相關新聞等等…，如何將如此大量的文字作一個有效並且整合性的編排，達到最佳易讀性，提高訊息傳遞的正確性和效率，使瀏覽者不僅能得知館方最新動態也能夠在電子報當中得到學習的效果。

三、視覺設計

視覺傳達是電子報最重要的關鍵，視覺設計包括許多要像：色彩學、色彩心理、視覺傳達、使用者心理、版面編排、導引線、以及種種構成要素，使整體呈現清楚易懂的版面配置和鮮明引人注意的色彩，這樣不但能夠提高使用者觀看的品質也進而提升了傳達的效率。¹²

四、使用者操作介面

電子報也可以配合多媒體的運用，利用動畫，互動遊戲，互動學習等等項目將操作介面不再是以文說圖的制式化模式，讓使用者在觀看時得到意想不到的樂趣，增加參觀美術館、博物館的欲望以及求知的渴望。

由此層面當中，視覺設計應說是整體版面的要角，廣義的來說視覺設計及包含了以上四項的發展和呈現，好的視覺設計不僅可以讓使用者了解當期展覽內容並可以觸發使用者在觀看時的內心情感，產生共鳴。也依據不同的年齡層設計不同風格的電子報來拉近館方與普羅大眾的距離。

肆、困難點

- 一、台灣無博物館法，對於博物館隸屬於何種單位，以及形象定位尚未分明
- 二、電子報讀者群不易掌控
- 三、美術館、博物館電子報訂閱率不高

¹²鄭國裕、林盤聲編著(1989)《色彩計畫》。台北市，藝風堂

伍、結論

隨著政府推動數位典藏，博物館美術館 E 化的推動，美術館、博物館的網站和電子報系統是為館方的門面，除了帶給觀者在形象上的認知外，也是館方對外的重要管道。民眾從中可得知最新訊息之外，無形當中有助於藝術人口的拓展，提升國民文化涵養。從上述的電子報系統分析當中，可歸納出下列幾點發展方向：

- 一、歸納的資料和館方風格定位歸納出符合館方電子報的元素。
- 二、照問卷分析符合不同年齡層觀眾的電子報風格。
- 三、增加電子報的內容，如：藝評、藝術史、連載文章、散文、親子教育互動、虛擬展場。
- 四、用美術館電子報系統拉近與民眾距離使民眾提高參觀美術館展覽的意願。

參考文獻

- ◎ QUENTIN NEWARK(2003):《WHAT IS GRAPHIC DESIGN》。台北：視傳文化事業有限公司。
- ◎ 佐口七郎(1990):《設計概論》。台北：藝風堂出版。
- ◎ 丘永福(1980):《設計基礎》。台北：藝風堂出版社。
- ◎ 陳俊宏，楊東民(2004):《視覺傳達設計概論》。台北：全華科技圖書股份有限公司。
- ◎ 楊盛雄(2002):《編排設計》。台北：藝風堂出版社。
- ◎ 鄭國裕，林盤聳(1987):《色彩計畫》。台北：藝風堂出版社。
- ◎ 賴瓊琦(1997):《設計的色彩心理》。台北：視傳文化事業有限公司。
- ◎ 鍾國文(2004):《博物館網站視覺設計之探討-以「北投溫泉博物館網站」設計創作為例》。國立台灣師範大學設計研究所碩士論文。
- ◎ 羅美玲(1998):《電子報讀者之動機分析》。私立元智大學資訊研究所碩士論文。
- ◎ 趙雅麗(2001):《從台灣明日報的停刊看中文電子報之前景》，「新世紀新聞傳播學術研討會」論文。李思屈主編《傳媒文化》(2001)，第一輯，四川大學出版社發行。

