

# 博物館與媒體之關係一 以危機管理為例

公共服務組 張家銘

## 前言

本文從媒體公關的角度來探討博物館面對危機情境時，如何建立一套因應的危機管理的應變措施或處理方法，讓外界透過媒體及新聞從業人員的報導，對於館方於災後對文物搶救所投入的心力，能從負面的報導之後，一步一步的重新建立博物館的專業形象，希望藉此提供其他博物館專業人員於危機發生時一個可供借鏡之經驗。

博物館的公共關係常是歸屬於館長、展示教育人員、秘書或是與公關有關人的業務，因此如何透過平面、廣播或是電子媒體的管道達到有效的宣導，一直是博物館專業人員職責的所在，在一般非新聞專業背景出身的博物館從業人員，有時實務上面對的情境似乎比理論上所言更多，國外博物館公共媒體作業手冊所揭示四大業務，如新聞發佈、公共服務宣導、新聞事件特寫、照片提供等（Collins，1979）之外，由媒體公關角度探討博物館危機管理，是博物館界值得研究的議題。

## 危機管理概念與博物館的媒體公關

### 一、危機管理的概念

關於危機的觀念，從公共政策或行政學的觀點言之，所謂的「危機」乃指政府或組織在未預警的情況下，突發爆發的情境或事件，它可能威脅到國家的生存發展或帶給人民生命、財產的嚴重損失或其他不良後果，迫使決策者必須在極短時間內做成決策，並採取行動，使災害或損失降至最低的程度（吳定等，1996）。

也因此政府或公部門的職責不僅在於「要把事情做好」（do the thing right，效率觀），更重要的是「要做正確的事」（do the right thing，效果、效益觀），在資源配置極其有限的前提下，如何選擇較適當、較合理、較周全的政策問題是關鍵的、核心的（李宗勳，2000b）；目前我們經常迷失於如何有效率、有效能地解決問題，卻忽略了要解決正確問題的重要性，以致不能澄清問題的本質、認定問題的前因後果，形成以「正確的方法解決錯誤的問題」，以國內各機構面對危機發生的因應而言，常只注重「危機處理」措施的因應，而忽略了「危機管理」制度與實務的重要性。

由於博物館的性質特殊，必須要意識到安全考量的問題，以保險來取代防護措施並非明智的抉擇，因為博物館的藏品的價值，並不是那麼容易以金錢來衡量的，

也因此所有博物館管理工作中，安全是最重要的考量，它包括藏品的照顧，避免重大財物損失之保險，以及安全（失竊、火災、人為破壞等）（張譽騰等，2000），一旦博物館面對此安全的危機時，如何將危機化為轉機，除有賴於危機爆發前便已擬定好相關應變計劃及明確的職責分配的「危機處理」措施外，更要透過管理制度的規劃及不斷實務演練與檢討的「危機管理」方式來達到「預防機先」完善的成效。

## 二、危機管理的意涵及運作

危機管理（Crisis Management）概念最初是隱藏在 1950 年代國際政治嚇阻理論中，直至 1960 年代發生古巴飛彈危機後，才漸被戰略理論家視為是國際事務中一項獨立分類（鈕先鐘，1986），故早期「危機管理」文獻大都偏向國際間武力對峙及緊張情勢化解上，所探討的核心則以決策的制定及談判策略的運用為主。而自 1980 年後，才有學者將「危機管理」觀念應用至組織管理的範圍內，並探討危機事件的因應及處理，例如美國聯邦政府於 1979 年成立「聯邦危機管理局」，期望對天然災難與科技所引發的大災能有效的管理（孫本初，1998）。

危機可以說是組織因內外環境因素所引起的一種對組織生存具有立即嚴重威脅性的情境或事件。不論危機的意義如何被界定，其通常都具有三項共同要素：

（1）危機乃是未曾意料而倉促爆發所造成的一種意外；（2）威脅到組織或決策單位之價值或目標；（3）在情況急遽轉變之前可供反應的時間有限（Hermann，

1963）。若從文義解釋，研究危機管理領域黃新福先生的定義是將「危機管理」視為是「組織為避免或減輕危機情境所帶來的嚴重威脅，所從事的長期規劃及不斷的學習、適應的動態過程，亦可說是一種針對危機情境所做的管理措施及因應策略」（黃新福，1992）。

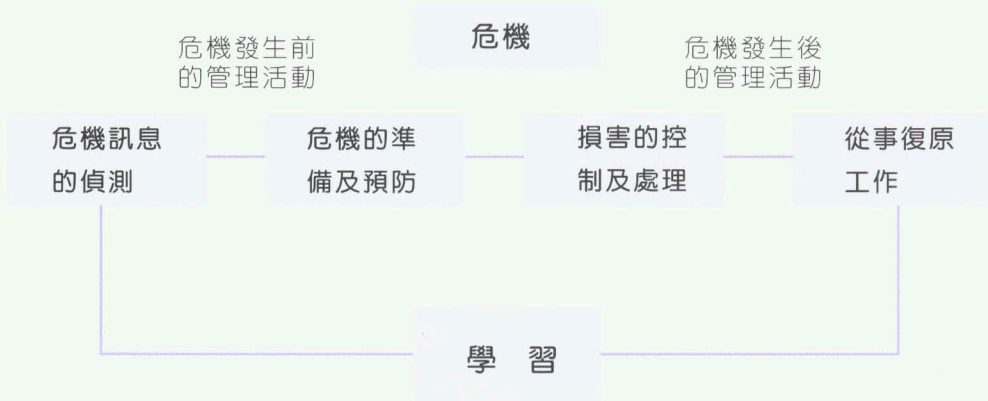
國內公共政策的學者吳定教授，進一步以具體的觀點說明危機管理乃是「政府或組織針對潛在或當前的危機，於事前、事中或事後，利用科學的方法，採取一連串的因應措施，包括：組織、命令、控制、協調、計劃、激勵、溝通，以及為了因應危機的迫切性、威脅性和不確定性，藉由資訊回饋做不斷修正與調整，以有效預防危機、處理危機及化解危機，甚或消弭危機於無形」（吳定等，1996）。

若從危機的特性及形成階段觀之，完善的危機管理及因應措施可以如圖（一）所示：即 1.在危機爆發之前，管理者必須及早察覺到危機的警訊，並早做好消弭危機於無形的工作；2.必須有一套完善的預防及準備的計劃，儘早對危機做防範的工作，並應用策略管理的理念來對組織的弱點予以強化。3.需對因應計劃做實地的演練及測試，並從不斷的演練中修正不當之處。重視善後的恢復工作，並擬定長、短期的復原計劃；4.根據以往的經驗及實際運作的成效，對管理計劃做檢討及修正，並從不斷的學習循環過程中提昇因應危機的成效。

1999 年 9 月 21 日凌晨一點四十七分，台灣中部地區發生了芮氏規模 7.3 級地震，堪稱是台灣近百年來規模最大的強烈地震，科博館雖有緊急事件聯絡小組之規



圖一：危機管理的三大步驟與五大階段



資料來源

I.I.Mitroff, "Cutting through the Confusion" Management Review, 1998(winter), p19.

劃，但在這次地震中卻為何未發揮功能，探究其原因，「平日缺乏意識與演練」乃是最大關鍵因素。因此積極規劃管理的規範乃是重要課題，科博館典藏組許美蓉小姐指出，對於這套應變措施應包含幾項內容：1.聯絡小組成員緊急工作執掌應變措施 2.搶救路線 3.觀眾與館員之安全疏散 4.文物搶救之順序與暫擬定一套完善的災害緊急應變（搶救）措施，並印製成手冊5.做為平日演練與危機處置的地點等。（許美蓉，2000）。

由上述科博館災後處理的經驗得知，組織或機構除了重視前述（圖一）各階段的管理活動外，尚需兼顧到許多因素的考量，如為了確保危機管理的成效，機關本身應有一個常設性且受過嚴格訓練的危機

管理團隊的設立，負責一切有關危機處理的事務並向機關的高層管理者負責。

因此危機的本質如「滴水穿石，危始於微」一般，危機管理之道首重「意識準備」，能臨淵履薄，始可知危於微；危機事件未發之際，神不知鬼不覺，危機事件爆發後，人人交相指責；在競相推諉之中，步步為營，挽危機於既倒，僅屬下策，談不上「危機管理」，充其量只是「危機處理」（李宗勳，2000a）。

三、博物館處理危機事件的媒體公關方法  
英國的博物館協會（Museums Association）曾於1989年以「博物館年」慶祝協會成立百週年，當時舉行的一項國際學術研討會「博物館2000年」探討博物館



的未來性，1992年由英國的 Routledge 出版社結集出書，書中開宗明義就指出：博物館、美術館在過去10年所受到的媒體關注，是前所未有的。

國內資深新聞記者賴素玲小姐在第七屆中華民國傑出新聞人員研究獎－「不確定的友情－美、英、荷、法博物館與媒體關係的研究」中指出：從基本的結構來看，博物館和媒體的本質其實具有相當類似的性格，博物館和美術館不同於商業畫廊，對於大眾負有教育以及公益的責任，而媒體也不只是單純的營利機構，具有社會公器的使命；因而不管是博物館還是媒體，服務的對象都是大眾，博物館、公眾、媒體，這三角關係相互牽連出的，其實也就涵蓋了博物館與媒體關係的多元面向（賴素玲，1998）。因此博物館與媒體的公共關係技巧對於博物館的成功，有著不可忽略的功能，機構的形象是博物館的首要資產，透過媒體來傳達博物館的形象可以有效地使大眾對博物館事業與服務產生認同感，也因此博物館的媒體公關更有助於博物館增進與社區的關係。

公共關係知名學者 Edward Bernays 在其名著「The Engineering of Consent」一書中指出，公共關係最重要的工作是「說服性的宣傳」，因此公關人員必須盡力運用各種可以溝通的管道進行宣傳，以取得溝通對象的共識，從而達成公關的目標。公共關係的最終目標就是要和不同的公眾建立善意的關係，對博物館而言，媒體公關的宣傳主要是透過新聞媒體來傳達個人或組織的相關資訊，根據公關學者的說法，新聞媒體是一種「不可控制媒體」（孫秀蕙，1995），若以媒體公關的角度

來思考，面對意外危機情境時，處理它需要相當的靈活性和應變能力；需要有調動協調組織、機關各方面的力量，綜合運用各種公關手段，全力以赴組織實施的能力和及時果斷地解決問題的決策能力。國內研究危機公關的紀華強先生對處理危機事件的建議，處理危機的傳播溝通方法：公開而坦誠的傳播溝通方法，此方法對於爭取社會輿論和新聞界的信任和支持，建立公正的社會輿論環境，順利地解決危機是最關鍵重要的，也是唯一可取的政策（紀華強，2000）。

博物館畢竟是非營利性組織，一般而言，常視新聞媒體為珍貴的資源，不僅能為博物館帶來正面新聞報導、拓展知名度、甚至募款等實質資源，對於媒體公關人員來說，如何以最節省的方式達成最好的宣傳效果，或面對危機情境時取得有利的報導篇幅，是博物館媒體公關重要目標，以下僅就前述處理危機時可考慮採取的措施及傳播溝通方法，來探討國內博物館媒體公關危機管理的幾個個案。

#### 四、媒體公關危機管理的個案

1. 國立科學工藝館參觀兒童遺失之處理  
國立科學工藝博物館（簡稱科工館）於1998年5月發生學校參觀博物館時，小朋友因當時高雄進行「萬安演習演練，老師帶領小朋友至地下室避難，於演習活動結束後繼續進行未完成的參觀行程時，結果卻發現小朋友失蹤了，由於小朋友的家長接獲通知時，很難諒解國家級博物館竟然會讓小朋友遺失，此項質疑也直接吸引了媒體的注意力，當時科工館的處理策略是公開與媒體做簡報溝通，直接請記者



一起調閱保全錄影帶觀看，並由科工館全館同仁於下午三時、五時進行全面性的清查行動，以直接行動讓媒體做見證人，說明館方對此項失蹤意外的重視及處理的情形，隔日小朋友很意外的竟然安然回到北部家中而告落幕。

由此項個案的經驗告訴我們：處理危機事件的傳播溝通方法中，「公開而坦誠」的傳播溝通方法，對爭取社會輿論和新聞界的信任，不只有立杆見影的效果，對於博物館本身的形象更是有莫大的助益，我們常言「冰凍三尺非一日之寒」，如能透過完善危機公關傳播管理方法，將是博物館面對危機情境時，「化危機為轉機」的關鍵。

## 2 · 故宮博物院中華瑰寶爭議案

國立故宮博物院（簡稱故宮）於1996年首度規劃「中華瑰寶」至美國四大博物館的巡迴展，由於國內學術界、專家對故宮參展的書畫部分，在文物安全、藏品維護考量方面表達了強烈反對的意見，他們不時透過陳情、到院方的門口抗議等舉動，企圖透過媒體的注意，進而佔據媒體的版面，當時故宮媒體事務的處理策略是立即成立「審查委員會」針對出國展出的展品進行相關的討論審查作業，此舉不但對當時陳情的學術界有了一個可以表達意見的場合，對於媒體公關來說，也塑造了故宮公開、坦誠的溝通的形象，後來故宮不只將「審查委員會」成為固定出展的作業單位，也透過此機制及「順應民情輿論」的考量，將具爭議性的書畫留在國內。

故宮於2000年杜院長上任時，針對公共服務的業務需求，於秘書室下成立任務編組「公共服務科」，負責故宮對外的

公共關係、新聞發布及對外接待的業務，目前人員編制除了科長外尚有六名組員，負責媒體事務與國會的公關業務，可算是國內博物館界中最具規模的媒體公關單位。

## 3 · 國立歷史博物館重大事件的處理

2000年立法委員李慶安曾以記者會的方式，指陳史博館在文物典藏方面人力不足的窘境，此公開記者會看似「負面報導」的影響，但就媒體公關的角度來思考，此也是反應事實的真相，因此館方並未視為須立刻澄清的議題，而是以坦誠態度配合媒體採訪，並提供必要的資料，此項反應實際狀況處理方法，後來在史博館年度預算編列文物修護及人員赴外進修時，大都能獲得大眾，尤其是立法院諸公的支持，此個案是媒體公關處理成功的案例。

史博館目前也是以「任務編組」，成立公共事務小組方式，來負責館方對外的公關、行銷、專案合作等業務，其組織目前是置於館長室內，除了一位研究人員擔任召集人外，另有兩位負責媒體聯絡及國外媒體接待業務，算是國內故宮與科工館之外，在媒體公關業務方面較有專責單位的博物館。

## 4 · 史前館於火災時媒體公關的檢討

賴素玲小姐在其國外博物館與媒體的研究中得到一項珍貴的經驗，她認為資訊公開在民主時代被視為是一種民主的表徵，尊重專業也是成熟社會的風範，就事論事、對事不對人的態度相當普及於各類專業界，因而，博物館公關被詢及如果媒體出現有關館方的負面報導，是否會以打電話、寫信的方式以表抱怨？大多數國外博物館公關都說不會，除非報導中所引用的

數據是錯誤，才會去函更正，至於有關展覽的評論如果是負面評價，博物館人員也不會出面抗議以示尊重對方的工作，畢竟，「公關」是我們的專業，新聞也是他們的專業（賴素玲，1998）。

史前館於火災意外後，平面媒體以追蹤報導的方式，提供關心博物館展廳復建民衆第一手資訊，這一場展廳失火事故，的確突顯了許多博物館經營管理面向亟待重視的課題，如災害應變系統制度規劃與平時的演練、文物緊急搶救的措施、文物後續修復的專業能力等議題，誠然國內過去也未曾發生展廳失火的經驗可供借鏡，因此博物館界當可藉此機會加強前述幾項課題所需專長與人力方面的加強，但過程中媒體報導如果是以聳動的標題來突顯問題時，如「史前館受災文物曝光慘不忍睹」（羅紹平，2001a）、「人力不足、專業不夠怎救回倖存受損文物」（羅紹平，2001b）等標題報導時，館方即邀請記者親赴典藏修復室，由典藏研究人員親自解說搶救過程及修復的因應措施回應之，此項公開、坦誠的溝通方式，希望能透過媒體報導讓關心民衆了解館方慎重處理的過程外，也是期望透過此方式請媒體提供「平衡報導」的機會。

另外讀者投書的處理，是此次火災事故中我們以公開去函媒體更正的主要對象，可能讀者受到記者負面報導的影響以及並未如媒體記者有機會親臨現場觀察的原因，其中自由時報讀者許文德先生的投書－「台灣史前館博物館的管理有問題」，我們特別以回函報社的方式審慎處理，詳細情形如前述。後來我們觀察當更正回函獲得媒體刊載後，類似與事實不符的報導與投書，就自然減少了（許文德，2001）。

## 由媒體公關談博物館的危機管理

一、博物館遭逢意外事故是危機也是轉機  
史前館的一場大火，關心博物館事業經營的文化界人士，透過媒體版面及投書民意論壇的方式，發抒其對博物館經營的許多觀點，一位英國倫敦大學專研西洋藝術史吳金桃博士，於中國時報民意論壇中表達：「我們要問的不僅是史前館的大火及其損失，該由誰來負責任，我們更關心的是，在國內所有的博物館、美術館中，蓋好的、正在蓋的、即將開館的，有多少的館潛藏著類似的危機」（吳金桃，2001）。

該文同時指出博物館在二十世紀末成了大眾鍾愛的一種休閒形式後，早成了許多從政者喜歡累積的資本，此項說法直接切入博物館經營的核心，此即在現今博物館經營不斷以人潮創新高的亮麗成績外表下，不免令人忽略了博物館仍負有國人所託負的看管文物的責任，吳金桃博士認為此項責任更富有長遠公共擁有權的意涵。

國內博物館界先進漢寶德先生更以典藏、研究、展示、教育做為博物館的兩儀四相，並認為一個完整博物館必然均衡的具備四大功能，來相對照一張桌子立在四條腿上的功能是一樣的道理（漢寶德，2000）。因此博物館遭逢意外災害後能否浴火重生的關鍵，則在於痛定思痛的體認博物館最根本的使命與宗旨是什麼？這或許是博物館發生危機後，轉機的另一個開始。

以國立科學工藝博物館1998年9月所發生的個案為例，立法委員朱星羽召開記者會直陳該館多媒體展示中「播報系統



」有綁標的嫌疑，此經由公開記者會的方式當然吸引南部各大媒體的注意力，由於此項公開的指陳所引發的焦點，館方如果只是單純一份書面新聞稿回應的話，實在是很難令媒體記者滿意，因此當時博物館副館長謝義勇先生果斷的決定以「公開記者會」的方式，將該案被質疑的部分做清楚的說明，由於謝副館長公開又坦承的溝通形象，本案所引起的負面效應就未再持續擴大。

科學工藝博物館於2001年6月份也發生了經由檢調單位發布新聞稿的方式，公開館長因工程款履約部分有「圖利廠商」嫌疑，並且將調查的內容以擇要的方式透過媒體發佈，此項新聞焦點大都是集中在館長一人本身，由於謝館長過去擔任副館長兼任新聞媒體發言人所建立勇於溝通、實在、坦承的形象，讓新聞媒體對此案報導的熱度，並未有不當的聯想及持續擴大的報導。由此我們觀察機關或首長與媒體的關係，實際上也非一朝一夕就能建立，勇於面對危機的情境，坦誠的溝通態度，就是化危機為轉機的不二法門。

上述情境說明「危機」具有雙面的效果，對博物館機構而言，在未預警的情況下，突然爆發的情境或情況，它可能威脅到機構的生存發展或帶給文物財產的嚴重損失與不良後果時，迫使決策者或機構必須在極短時間內做成決策，並採取行動，以使災害或損失降至最低的程度，處理得當則可「化危機為轉機」，反之則蒙受其害。

## 二、以坦誠的溝通方法處理媒體的公關

史前館於火警發生後國內一位許文德教師投書「台灣史前文化博物館的管

理有問題」，並提出其質疑處：1. 館方在火災發生時，派大批保全人員在現場戒護，強力阻止媒體進入採訪；2. 開館是否過於倉促？3. 館方於三日後重新開館，是否過於倉促？4. 文物損失及文化價值與尊重何在（許文德，2001）。

面對此項投書，史前館隨即指示公共服務組以投書回函方式說明擇要如下：1. 火災發生時首要工作除了滅火及緊急搶救文物，以降低未受波及文物傷害程度外，應用館方保全人員維持第一現場安全及原狀，主要是為了提供火場消防鑑識人員及保險公司鑑定人員一個未受干擾之鑑識環境，以究明原因及權責歸屬；2. 史前館的開館試運轉為預定開館時程，希望在暑假七月提供學生及一般民衆多一個去處而趕工，係屬事實，惟並非外傳的提早開館；3. 因安全性考量，本館三大主題展廳決定暫時休館，另外本館之特展廳為獨立展場，距離火災現場甚遠，火災發生後故宮林副院長曾率科技室人員來館勘驗合乎展廳要求，因此決定休館三日後，以故宮百品特展繼續對外服務。

此透過傳播媒體的坦誠溝通方法，對於爭取社會輿論和新聞界的信任與支持，發揮了溝通的作用，原先許多似是而非的論調，就較少出現一般媒體的社會評論中，也具體驗證了處理危機的傳播溝通方法—公開而坦誠的做法值得效法。

## 三、博物館媒體公關人員應瞭解媒體傳播的特質

由於通訊科技的進步、政府要求透露內部資訊、公益團體以及調查員的告發，危機曝光的情況愈來愈普遍，而且根本無法避免，只要危機事件一發生，電視立刻

打出快報，廣播也同步報導，尤其網際網路的普及與使用提供個人表達意見與關心的機會。新聞媒體對於危機一向嗅覺敏銳，因為新聞的定義包含了五個 C：災難（Catastrophes）、危機（Crisis）、衝突（Conflic）、犯罪（Crime）、以及腐化（Corruption），壞消息才有賣點，而且民衆希望媒體扮演「看門狗的角色」，在風險擴大之前提出警告，媒體揭發的機率自然大幅提高（于鳳娟，2001）。

以平面媒體為例，在新聞版面與博物館有關的新聞焦點中，首推館方重量級人物的特定事件，如國立科學工藝博物館及國立海洋生物博物館館長報載涉嫌圖利的新聞常引來媒體的注意力，因為「人」是新聞的主角，媒體對於人的新聞特別感到興趣，因此當館方重要人物成為新聞焦點的時候，要特別注意如何妥善處理（許怡先，1998）：

1. 不要讓重要人物直接曝露在媒體記者的槍口下（保護）。
2. 由公關人員進行溝通，降低新聞的熱度。
3. 成立因應小組，針對媒體提出的負面資訊，找到合理的說明。
4. 不可欺騙媒體，不要與媒體作對。
5. 不要太過於相信記者，有些事實必須隱瞞，即使記者已是您的朋友（當然也有例外），也得謹慎。
6. 對服務品質的責難。
7. 對展品或展品內容的評價。
8. 內部派系、館方衝突或與操守有關的議題。

一般重大的新聞事件必有原因，要讓新聞事件終結落幕，就要找到事件的

源頭，找出真正的原因，歸納出對館方或當事人參傷害最小的說法，在事件的開始予以撲滅。因此危機管理的重點是在以最快的時間，把危機在媒體上消除，能夠不報導最好，淡化處理也好，但不予處理的後果，則傷害更大。

史前館此次展廳失火，媒體最關心的首推故宮國寶是否有受到波及，因此隔天的早上，史前館特別陪同故宮器物處人員開門讓記者拍照，以公開方式驗證館方宣稱的事實。另外史前館本館展廳部分文物之搶救情形，也是記者最關心的焦點，除了於隔日上午九時由館長於記者會親自說明外，當日下午也特別開放記者入展廳與火場拍攝畫面，媒體記者當場向館方媒體聯絡人說「今天我們要來拍的重點有二個」，除了拍攝火場畫面外，我們要的是館長親自說明，因此原訂由館方媒體發言人副館長擔任記者會主持人的規劃，在館方的考量下由館長親自主持，展現館方對媒體需求的具體回應，而後媒體報導的熱度遂慢慢降低了。

## 結論

### 一、媒體公關於博物館危機管理中的策略思維

現代大眾化傳播科技的高度發展，已使得各種媒體深入全國每一角落，成為一般人民生活中不可缺少的一部份，但由於傳播人員並非危機處理的專業人員，又承受龐大的競爭壓力，因此若干行為亦為管理人員帶來相當的困擾，如為講求時效，未審慎追查消息來源，促成謠言的蔓延；著重負面的報導嚴重影響危機的管理機關



的公信力和工作人員的工作士氣等，如何降低這些行為的副作用，機關應把握「事前充分準備資料，事發後主動提供資訊」的原則（余康寧，1996）。

危機是轉機與惡化的分水嶺，蘊含「危險」「機會」，當面對意外事故的情境時，無論是機構或個人，應保持警覺而勿須緊張，以免過度反應。因此危機的策略思維可以思考的方向是「危機當然可以管理與轉『變』也著實需要管理，而非消極的等待處理、接受災變」（李宗勳，2000a）。

國內博物館界從 1999 年國父紀念館發生「國父墨寶遺失」的意外事件，透過媒體的批露與深入的報導後，曾讓國內博物館界對典藏品的管理問題更加謹慎，也讓後面籌備階段的館所警覺典藏維護的重要性；南部高雄市立美術館也曾發生展示藝術品發生「失竊」的烏龍事件，雖然展品的遺失可由保險公司來理賠，但此事件過程中，館方果斷並主動的召開記者會，並坦誠公開的說明事件發生的經過，此經由媒體報載後，雖然對該美術館的「專業形象」有些打擊外，但至少館方勇於認錯的形象有平衡報導加分的作用；史前館此次發生展廳失火的事件，固然如媒體所報導的描述：此火燒出了國內博物館文物安全與修護的問題，但對博物館界來講，能否藉此機會重新檢討與加強消防安全的實務演練、緊急應變制度的規劃與執行、媒體公關的危機管理等有關博物館營運的重要事項，當是博物館化危機為轉機、浴火

重生最關鍵的策略思維。

## 二、博物館媒體公關制度的定位及受重視

聯合報資深新聞工作者陳長華先生於 1997 年「中小型博物館營運管理研習會」中發表「博物館如何運用平面媒體之傳播」一文中談到：做為一個文字記者，在七〇年代不能想像台灣有近兩百座博物館；今天面對這樣可觀的成果，更感受到博物館成為塑造教養的所在，勢必要有更多的媒體傳播奧援，讓社會大眾不再視博物館為冷酷的建築怪獸，讓社會大眾親近博物館，從它的展示、推廣活動及相關資訊當中，擷取文化的養分（陳長華，1997）。因此國內博物館與媒體的關係，在迎接博物館新世紀的來臨的同時，也將進入一個新的互動需求時代。

國內博物館界在迎接博物館新世紀的到來，不約而同的在博物館組織中以「任務編組」的方式因應博物館公共事務的需求，如國立故宮博物院，於 2001 年度成立「公共服務科」；國立歷史博物館，行之有年方式成立「公共事務小組」；令外國內新成立的五大國立博物館中與媒體公關有關的當首推國立科學工藝博物館，在其公共服務組中更有公關人員的專業分工，負責與媒體、行銷、廣告、公共事務有關的業務。因此展望未來博物館的新世紀，公共事務有關的媒體公關，其服務的對象是全方位的，更明確的說，博物館在現代經營管理上，媒體公關與危機管理等議題值得博物館界關心重視。

## 參考書目

- 丁榮生 2001 台東史前博物館，建築與天地：山海的對話，中國時報第十六版，7月7日。
- 于鳳娟譯 2001 危機管理，五南出版社，頁15-17。
- 余康寧 1996 「危機管理研究－政策設計面之探討」，行政管理論文選輯第十輯，銓敘部主編，頁666。
- 李宗勳 2000a 危機管理與策略思維，「國立社教機構永續發展業務研討會」之九，公共關係與危機處理研習會，國立海洋生物博物館，頁3。
- 李宗勳 2000b 我國緊急救災體系及運作功能之探討－以九二一地震為研究對象，政治大學公共行政學報第四期，頁327。
- 吳定等編 1996 行政學（二）。台北：國立空中大學印行。
- 吳金桃 2001 「我們有多少博物館可燒毀」，中國時報民意論壇，第十五版，8月1日。
- 紀華強 2000 雙向溝通做公關，華碩文化出版公司，頁62-73。
- 胡祖慶譯 2000 全面公關時代，麥格羅·希爾出版公司，頁280。
- 黃新福撰 1992 危機管理之研究－從組織層面來探討。  
國立政治大學公共行政研究所碩士論文。
- 許怡先 1998 行銷公關：理論與實務，新世紀新方向－博物館行銷研討會，國立歷史博物館，12月9-11日，頁85。
- 許文德 2001 台灣史前文化博物館的管理有問題，自由時報自由廣場第十三版，7月31日。
- 許美蓉 2000 博物館之地震災後處理：以國立自然科學博物館為例，台灣博物館民族誌論壇社，第三卷第二期，頁48。
- 陳長華 1997 博物館如何運用平面媒體之傳播－報紙記者的實務經驗，中小型博物館營運管理研習會－博物館與社會資源的整合及開發，文建會，4月28-5月1日，頁112。
- 梁心怡 2001 台灣史前文化博物十日迎賓客，民生報第五版，7月17日。
- 鈕先鐘 1986 「危機與危機管理－理論與實踐」。中華戰略季刊（春季刊），頁90-111。
- 賴素玲 1998 不確定的友情－美、英、荷、法博物館與媒體關係研究，第七屆傑出新聞人員研究得獎人研習考察報告，中華民國新聞評議委員會，頁9。





- 張譽騰等編2000 博物館這一行，五觀出版社，頁174。
- 羅紹平 2001 史前館受災文物曝光慘不忍睹，聯合報第18版，8月2日。
- 羅紹平 2001 人力專業不夠怎救回僥倖受損文物，聯合報第20版，8月6日。
- 孫本初 1998 公共管理，智勝出版社，頁115 - 127。
- 孫秀蕙 1995 公共關係理論、策略與研究實例，正中書局，頁6。
- 漢寶德 2000 博物館的管理，田園城市文化事業有限公司，頁44。

Bernays,E.

1995 The Engineering of Consent. Norman: University of Oklahoma Press.

Collins Jerome

1979 Public Media Manual for Museums, TEXAS Association Museums, Austin,Texas. P11.

Hermann, Charlesf.

1963 " Some Consequences of Crisis which Limit the Viability of Organizations."

Adiministrative Science Quarterly, Vol.8, pp.61-82.

Mitorff, I,I.

1988 " Crisis Management:Cutting through the Confusion" in Fred Massarik ed.,

Advances in Organzation Development, Vol.I, Nowood N.J : Ablex Publishing

Co. pp.105-114.

