

初探故宮親子觀眾—— 以兒童學藝中心教育推廣活動為例

■ 呂億皖

親子觀眾是博物館的主力觀眾，許多國內外博物館在實務面十分重視親子觀眾的經營，透過展示、教育推廣活動、行銷方案等積極開發親子觀眾客源。本文以國立故宮博物院（以下簡稱故宮）北部院區 2023 年兒童學藝中心教育推廣系列活動為個案，說明其規劃構想及實施成果（圖 1），並以故宮年度觀眾意見調查及教育推廣活動問卷調查中觀眾所回饋的意見為基礎，嘗試了解故宮親子觀眾並勾勒其基本輪廓。



圖 1 兒童學藝中心教育推廣系列活動中的「至善園戲劇導覽」，結合實境解謎遊戲吸引親子觀眾探索學習。 展示服務處提供

前言

博物館具有教育及學術功能，肩負促進與社會公眾的溝通，以達到文化傳承、藝術推廣及終身學習之目的。¹作為社會公眾終身學習的場域，博物館觀眾的樣貌十分多元，從學有專精的學者專家、親子家庭、稚齡的學步兒、銀髮族，到走馬看花的觀光客，都可能是博物館服務的對象。在博物館「觀眾導向」趨勢之下，分眾行銷使用人口統計變數如年齡、性別、生命週期階段、教育程度、職業、種族、宗教、國籍等進行觀眾區隔，並透過觀眾研究調查了解博物館的既有觀眾或是潛在觀眾，皆有助於更為具體的描繪博物館分眾的樣貌。

在博物館多元類型的觀眾中，「親子觀眾」或稱為「家庭觀眾」，是許多博物館積極耕耘的區塊。「親子觀眾」通常界定為包含至少一位成人與12歲以下兒童的參觀團體，成人為其父母、家庭其他成人所組成；「家庭觀眾」則是來自同一家庭的組成團體。²John Falk³根據觀眾認同相關參觀動機，將博物館觀眾分為五大類，即包括探索者（Explorers）、促進者（Facilitators）、專業／業餘者（Professional/Hobbyists）、經驗追尋者（Experience Seekers）、靈性朝聖者或再充電者（Spiritual Pilgrims or Recharger）等。探索者期待在博物館參觀經驗中發現探索，尋求新的學習體驗，提昇對於某個領域的認知及理解。促進者常見於親子觀眾，是以兒童的需求為中心，家長或成人則扮演協助者、促進者的角色，親子間互動呈現「教師——初學者」（mentor-novice）合作學習的關係。

觀眾在博物館中的學習是一種複雜的互動經驗，觀眾的博物館經驗也十分多元。博物館行銷學者 Neil Kotler⁴從內心深層面、情緒面、認知面深入探討，提出「博物館經驗光譜」，

舉凡新奇、冒險、夢想、刺激、冥想、沉思、思考、審美經驗、觀察、探索、實驗、分析、辨識、培養技巧等都可能是博物館經驗光譜所呈現的樣貌。如此寬廣的博物館經驗光譜，因不同博物館展示或活動的屬性而有不同的落點，例如科學博物館可能著重於觀察探究，美術館則是沉思或審美經驗。John Falk⁵探究博物館經驗的本質，指出「學習」是博物館觀眾所追求的核心經驗：

學習好比是站在房間中央的白色巨象！

（譯按：比喻顯而易見但被人忽視的事實或現象），所有來到博物館的觀眾都體認到博物館是教育環境，他們不會將博物館與主題樂園混淆在一起。有些人來到博物館很明顯地就是為了學習，有些人的學習動機則隱而未顯，但是所有人都是為了學習而來！雖然博物館提供休閒功能，但實際上，自由選擇的學習（free-choice learning）就是每位觀眾從博物館經驗所期待獲得的成果。

從年度觀眾意見調查看親子觀眾

為了解故宮北部院區親子觀眾的樣貌，從《111年度北部院區觀眾意見調查報告》⁶的發現可以提供一些具參考價值的資料。此項調查運用電子問卷、面訪問卷收集資料，有效樣本數總計4,141份，其中調查參訪目的之部分，係參考學者林詠能⁷針對民眾參觀美術館的三個動機構面：「學習」、「社交與家庭互動」、「逃離」，再增加一項構面「多元消費」，各構面之題項設計如下：

一、學習：包括有想參觀的特展／展覽、喜歡故宮文物、參加活動、校外教學及因工作／課業上需求等；

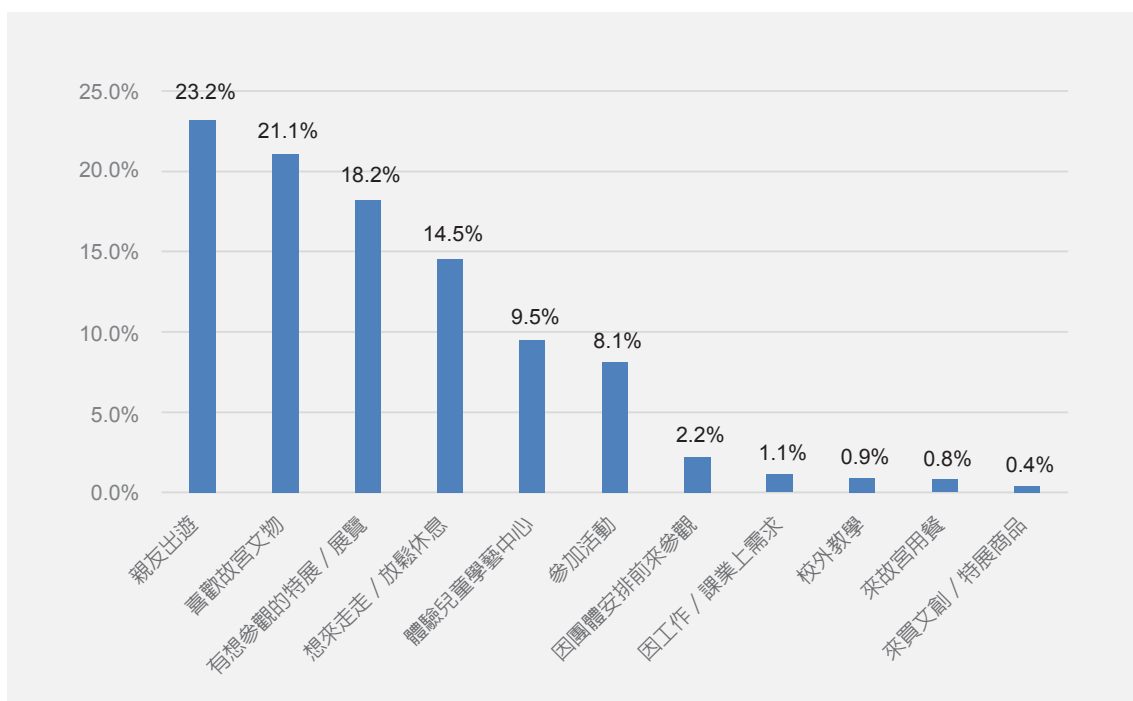


圖 2 親子觀眾參訪目的（有 12 歲以下孩童同行者） 作者整理製圖

二、社交與家庭互動：包含親友出遊、因團體安排前來參觀、體驗兒童學藝中心等；

三、逃離：包括想來走走／放鬆休息；

四、多元消費：包括來買文創／特展商品、來故宮用餐等。

調查結果發現，所有受訪者之參觀目的以「學習」所佔比例最高，佔 54%，其次為「社交／家庭互動」佔 23.2%，「逃離」（想來走走／放鬆休息）佔 21.3%，「多元消費」僅佔 1.5%。再進一步針對有 12 歲以下孩童同行的親子觀眾進行交叉分析，⁸ 其參訪目的以「親友出遊」最高佔 23.2%，其次為「喜歡故宮文物」佔 21.1%，而為了「體驗兒童學藝中心」佔 9.5%、「參加活動」則佔 8.1%（如圖 2）。由此可知，學習、社交與家庭互動是親子觀眾參訪故宮的主要目的。

在參觀型態方面，從《111 年度北部院區觀眾意見調查報告》發現，整體受訪觀眾中，僅進入正館參觀者佔 76.3%，有參觀正館和兒藝中心者佔 20%，只參觀兒藝中心但未入正館參觀者僅佔 3.7%，因此吸引更多正館參觀者進入兒童學藝中心這個區塊相當值得努力。而參觀兒藝的觀眾中，約有 2 成 5 是曾經到訪過兒藝中心，也就是說有 7 成 5 的兒藝參觀者是首次到訪。在參觀時間方面，也發現親子觀眾參觀停留時間較諸其他觀眾群來得長，其中 21.2% 親子觀眾平均停留時間達 4 小時及以上，比起其他觀眾群如熟客族群、銀髮族群等停留參觀更久。

該調查詢問受訪觀眾「期待故宮未來可舉辦的展覽或活動」，⁹ 其中較多受訪者期待的項目，包括互動式體驗／互動展、闖關／集章／尋寶／實境解謎活動、DIY 活動、體驗類活動、

夜宿活動、白晝之夜、文物修復活動、體驗古人風雅生活、戶外活動／戶外表演……等。這些觀眾的期待，對於規劃 2023 年的教推活動極具參考價值，因此將之納入規劃。例如首度在白晝之夜辦理故宮夜宿活動，增加觀眾所喜愛的手作體驗、開箱博物館幕後工作、文物修復體驗等。

目標、主軸及規劃構想

本院北部院區兒童學藝中心位於正館地下一樓，為一個全齡參與、世代共融的展示教育空間，展廳結合數位與實體互動科技，強調無障礙與親子友善的環境設計（圖 3）。兒童學藝中心教育推廣活動所設定的目標觀眾是兒童及親子觀眾，目標是為了推廣北部院區精彩的當期展覽，以分齡分眾的概念進行規劃，並以學習者為中心設計活動內容，透過扣合展覽主題和文物內涵的多元類型實體教育活動，整合線上學習資源，搭配展覽檔期、傳統節慶或重要節日、寒暑假期間推出，以吸引觀眾造訪故宮和兒童學藝中心。由於兒童學藝中心於 2008 年成立之初即是做為兒童「參觀正館展廳前的預備學習空間，以提供其參觀博物館的禮儀，

及啟蒙對故宮文物的認識與興趣」，¹⁰ 因此教育活動須從正館展覽脈絡中銜接與延伸，所傳達的教育內涵也必須與故宮文物保有密切的關聯性，以發揮引導兒童預備學習的功能。在教育服務設計規劃上，也須考量親子團體的參訪動機，滿足親子期望一起共學、社交互動的需求。

由於 2023 年疫情解封，國內外觀眾逐漸回流，兒童學藝中心教育推廣系列活動規劃結合展覽及線上線下資源，針對兒童及親子觀眾、國際觀眾，以分齡分眾為概念，進行全年度的整體規劃，推出六大類教育推廣活動，包括特展親子手作活動、至善園戲劇導覽、兒童暑期課程、兒童學藝中心主題套裝行程、特殊節日文化體驗活動、學習資源開發，希望以趣味、好玩、適合全家人參與的特性，吸引各階段兒童及親子觀眾的興趣，營造故宮平易近人的友善形象，讓故宮文物走入日常，與當代生活結合，成為兒童觀眾探索古文物的啟蒙之地。

為吸引更多元的觀眾客源，也在部分活動中納入英語，例如設計製作華、英語版手作活動圖版說明（圖 4），提供英語人員服務，手作的難易度和時間長度也納入全齡參與的考量，



圖 3 家長陪伴孩子一起共學，是博物館親子觀眾尋求的核心經驗。展示服務處提供



圖 4 為國際觀眾設計英語版的手作活動圖版說明 展示服務處提供

讓觀眾不限年齡都可以輕鬆上手，全家一起參與。活動憑門票免費參加，且採隨到隨做，不必事先報名的方式，也可滿足家庭觀眾、國外散客參觀行程講求自由彈性的特性。自 2023 年 4 月起至當年年底，陸續推出 76 場次活動，總計 5,123 人次參與。各類活動規劃構想分述如下（表一）。

一、特展親子活動

扣合當期特展主題，以 7 至 12 歲兒童及其家長為目標對象，設計結合專人導覽、手作體驗的親子共學活動，手作的設計擇特展其中的重要概念、文物內涵予以銜接發展，讓參與者

可以從中獲得啟發、興趣並產生有意義的學習。以「我是修復師——文物檢測與修復特展親子活動」為例，活動由故宮修復專家親自現身講解修復的過程，分享修復文物的經驗，以及說明可視與不可視的修復手法之間的差異，為故宮文物修復揭開神秘的面紗（圖 5）。由於專業修復材料的操作與技術有其難度，因應文物或日常器皿的修復方式也有所不同，因此活動參考日式傳統修復方法「金繼」，設計適合親子觀眾操作的手作活動，引導參與的親子觀眾透過觀察實物、動手操作，實際體驗將瓷器破片黏合的過程（圖 6）。另在「文房四寶——愛硯成

表一 2023 年兒童學藝中心教育推廣系列活動一覽表

作者整理製表

活動類型	目標對象	活動項目	活動內容
特展親子手作活動	7 至 12 歲兒童及其家長	「版印首字母——梵諦岡特展親子活動」、「我是修復師——文物檢測與修復特展親子活動」、「文房四寶——愛硯成痴特展親子活動」。	專人導覽、手作體驗的親子共學活動。
至善園戲劇導覽	5 至 12 歲兒童	至善園人文自然景觀為主題的戲劇導覽	以至善園實境解謎遊戲故事腳本進行改編，以移動導覽的形式，帶領親子欣賞文物、學習歷史典故。
兒童夏令營	7 至 12 歲兒童，採分齡	「紙藝觀古今」兒童夏令營	活動主題結合故宮特色文物、博物館幕後及當期展覽。
兒童學藝中心主題套裝行程	4 至 12 歲兒童，採分齡	「千千旋轉——陀螺童玩彩繪」、「動物搜奇——簡易手卷製作」、「巧奪天工——雲龍紋套球製作」、「珠圍翠繞——點翠昆蟲書籤創作」。	幼兒園大班、國小、安親班及自學親子團體，結合文物、展覽，安排導覽、DIY 體驗，提供適齡、適性且多元主題活動。
特殊節日文化體驗活動	全齡、本國及國際觀眾	兒童節、母親節、端午節、中秋節文化體驗活動、「白晝之夜特別活動——來去故宮住一晚」。	免費，免報名，隨到隨作。結合節慶與故宮文物的手作體驗。
展廳學習資源	7 至 12 歲兒童	「國寶總動員」學習資源單、「祀與戎：古代兵器攻略」學習資源單。	以特展、常設展之文物為主題，挑選經典或具有代表性之展件設計學習單。



圖 5 「我是修復師——文物檢測與修復特展親子活動」中，故宮修復專家親自講解文物修復的經驗。展示服務處提供



圖 6 實際體驗將盜器破片黏合的過程 展示服務處提供



圖 7 至善園戲劇導覽的故事腳本，改編自《兒藝藏寶閣》網站的「故宮之星——偶像選拔大賽」實境解謎遊戲。展示服務處提供



圖 8 至善園戲劇導覽帶領親子欣賞傳統園林建築、學習歷史典故。展示服務處提供

痴特展親子活動」則邀請本院毛筆製作專家擔任講師，現場示範平常較少見的毛筆製作過程，讓大小朋友們親手磨墨、揮毫寫字，親自體驗寫書法的樂趣。

二、至善園戲劇導覽

此戲劇導覽活動是以至善園為場景舞臺，運用移動導覽的形式，帶領親子觀眾一起探索至善園內的建築與歷史文化故事。這齣戲劇導覽的故事腳本是改編自本院《兒藝藏寶閣》網站中的至善園實境解謎遊戲「故宮之星——偶像選拔大賽」（圖 7），帶領親子欣賞傳統園林建築、學習歷史典故等（圖 8），戲劇導覽尾聲之

後，則以學習單引導兒童觀察蘭亭石碑上「之」字的不同寫法，走進兒童學藝中心兌換小禮物與體驗展覽，並且到正館 204 展廳欣賞展出的〈蘭亭集序〉，希望藉此串聯至善園、兒藝中心和正館展廳三個空間的學習體驗。

三、兒童夏令營

兒童夏令營是以 7 至 12 歲國小兒童為對象，內容結合故宮展覽及特色文物、為期三天的主題系列課程。在兒童夏令營中，不僅較深入的帶領兒童學習認識與欣賞故宮文物，也希望能夠擴增其學習的廣度，也就是將故宮文物定位為「學習的媒介」，透過故宮文物進行跨領



圖 9 由修復專家示範拓碑 展示服務處提供



圖 10 夏令營課程學員觀摩古書修復，並帶領學習製作紙釘。
展示服務處提供

域的學習。此次夏令營課程主題為「紙藝觀古今」，從認識造紙術、手抄紙手作體驗、裱褙工作室觀摩、拓碑手作（圖 9）、書畫展導賞、花鳥紙藝手作、古書修復示範（圖 10）、線裝書手作等，讓學員實際從五感經驗、動手操作，進行加深加廣的學習。

四、主題套裝行程

自 2022 年起兒童學藝中心於寒暑假推出主題套裝行程，開放一般散客、幼兒園大班、國小、安親班及自學親子團體報名參加，活動反應熱烈，受到許多親子家庭及團體的喜愛。此次於暑假推出的主題套裝行程針對 4 至 6 歲、7 至 12 歲的學童採分齡設計，包含「千千旋轉——陀螺童玩彩繪」、「動物搜奇——簡易手卷製作」（圖 11）、「巧奪天工——雲龍紋套球製作」、「珠圍翠繞——點翠昆蟲書籤創作」等四個主題。套裝行程安排專人導覽引導孩子認識、觀察故宮典藏文物，結合有趣的 DIY 活動，家長可依孩子年齡或實際學習發展狀況報名參加。

五、特殊節日文化體驗活動

在 2023 年度擇重要的節日，特別是連續假日舉辦特殊節日文化體驗活動，活動從故宮特

色文物、節慶習俗的典故進行發展，活動對象不分國籍與年齡皆可參與，無論大人或小孩都不須事先報名，憑當日門票即可免費兌換材料。透過兼具故宮文物及節慶特色的手作活動，吸引各年齡層觀眾來故宮過節。

舉例而言，兒童節以兒藝中心展示「童玩體驗棧」中的陀螺作為主軸，結合集瓊藻展廳清康熙〈畫珐瑯鳳紋盤〉花紋設計手繪陀螺。



圖 11 針對 4 至 6 歲兒童，以院藏《坤輿全圖》為主軸延伸開發的「動物搜奇——簡易手卷製作」。 展示服務處提供

母親節文化體驗活動以文物中的「課子圖」意象設計文物相框，表達對母親的感謝。端午節文化體驗活動則呼應端午「驅五毒」傳統習俗，從院藏畫作元人〈夏景戲嬰〉發想設計「五毒扇」手作活動（圖 12、13）。參與觀眾可以選用取自故宮文物「五毒」蠍子、蛇、蜈蚣、壁虎、蟾蜍圖案印章，發揮巧思進行彩繪，創作獨具特色的五毒扇。中秋節文化體驗活動是以院藏文物〈玉兔形盒〉（圖 14）為發想，配合

古人「提燈賞月」習俗，邀請觀眾手作「玉兔」手提燈盒（圖 15），同時也在此活動帶入多元文化的認識與欣賞。由於越南也過中秋節，因此邀請本院越南語導覽志工陳珍珍老師分享越南中秋節的故事、特色燈籠（圖 16），並透過賽珍珠基金會邀請新住民家庭到故宮一起過中秋節。

為響應白晝之夜，特別於 10 月 7 日白晝之夜晚上舉辦「來去故宮住一晚——白晝之夜特別



圖 12 元人 夏景戲嬰 軸 局部 國立故宮博物院藏 故畫 002094



圖 13 發揮創意彩繪五毒扇 展示服務處提供



圖 14 清 玉兔形盒 國立故宮博物院藏 故玉 004294



圖 15 結合兔年及古人「提燈賞月」習俗，邀請觀眾手作「玉兔」手提燈盒。
作者攝



圖 16 本院越南語導覽志工陳珍珍老師介紹越南中秋節的特色燈籠 作者攝



圖 17 「來去故宮住一晚——白晝之夜特別活動」海報 展示服務處提供



圖 18 首度舉辦的故宮夜宿，是參與者最期待的體驗。 展示服務處提供

活動」，¹¹此活動是故宮首度推出的夜宿活動（圖 17、18），以國小四至六年級之親子觀眾為對象，活動內容包括明星文物捏塑 DIY、晚間點心、夜探文物策展人導覽（圖 19）、夜宿故宮一晚、與故宮警犬日巡故宮等（圖 20）。本活動是故宮首次開放夜宿，參與者可以一窺入夜後的故宮，體驗和故宮警犬一起巡邏的幕後工作，因此讓此項活動在故宮臉書推出之際即受到熱烈的關注。



圖 19 「來去故宮住一晚」白晝之夜特別活動「夜探文物」，邀請策展人親自為親子觀眾解說。 作者攝

六、展廳學習資源

以正館特展、常設展之文物為主題，設計兩款適合 7 至 12 歲兒童的自導式學習資源單，包括「國寶總動員」學習資源單、「祀與戎：古代兵器攻略」學習資源單，運用文物設計圖卡，引導兒童觀察細節，進入展廳自主學習。

活動問卷調查及分析

為了解參與觀眾的回饋意見，依據兒童學藝中心教育推廣活動各項活動的性質及主題，在各場次活動後請參與觀眾填寫問卷，以作為未來調整或修正活動的參考依據。以下擇其中以親子觀眾為主要對象的兩類活動：特展親子活動、特殊節日文化體驗活動，彙整這兩類活動的問卷調查結果並分析如下：

一、活動參與者的組成

比較特展親子活動、特殊節日文化體驗活動兩類的參與者，前者參與者比較多是過去參觀過故宮的觀眾，平均參觀過故宮 7 次以上者達 30.7%；特殊節日文化體驗活動參與者最多是

參觀故宮 1 至 3 次者佔 43.3%。

特展親子活動中平均首次參訪故宮者佔 9.13%，特殊節日文化體驗活動平均首次參訪故宮者則佔 16.98%。與特展親子活動相比，兒童節、母親節、端午節和中秋節文化體驗活動有比較多來自外縣市的民衆，而且較多首次參觀故宮者；推測其原因，可能因為連續假日國內家庭旅遊較熱絡，在人潮帶動下，來自外縣市首次參觀故宮的觀眾人數因此相對較多。這些初訪故宮的觀眾未必是專程爲了參加活動而來，但能觸及到這些初次造訪故宮的觀眾，豐富其參觀經驗，也是活動所期待達成的效果。值得一提的是，「來去故宮住一晚」夜宿活動型態較特殊、時間較長且跨夜，屬於收費型活動，所呈現的活動參與者組成也和其他活動不同。該活動參與者主要來自北部地區，高達 95.1%，其中有 41.5% 是參觀故宮北院達 7 次或 7 次以上的常客，由此推測夜宿

活動對於居住北部地區、經常參觀故宮的親子常客可能接受度較高，或是取得活動資訊、報名方式比較熟悉，以致親子常客的比例較高。

二、活動訊息管道

問卷中詢問其獲知活動的管道，經統計訊息管道主要是透過親友推薦，其次是故宮臉書貼文、故宮官網。各項特展親子活動最多是透過親友介紹平均 42.8%，其次是故宮臉書貼文平均 36.8%、故宮官網平均 15%。兒童節、母親節、端午節和中秋節文化體驗活動則是透過故宮官網平均 28.85%，其次是透過親友介紹平均 24.6%、故宮臉書貼文平均 24.1%。型態較特殊的「來去故宮住一晚」活動，得知活動的管道最多是透過親友介紹，其餘依序爲臉書、故宮官網、IG。由此可見，透過口耳相傳的親友推薦是親子觀眾主要的訊息管道，因此建立好的口碑是活動延續推廣效果的關鍵因素。



圖 20 與故宮警犬一起巡邏至善園 展示服務處提供

三、活動滿意度及其他回饋意見

有關活動滿意度，以「滿意」（3分）至「不滿意」（1分）進行評量，這兩類活動的平均滿意度達 2.94 分。活動後詢問參與者「是否推薦給親朋好友？」，此兩類活動皆有超過九成的受訪者願意推薦給其他親朋好友，其中特展親子活動平均 93.9%、特殊節日文化體驗活動平均 95.26%，可見活動受到參與者的肯定及推薦。

從問卷調查發現，問及「這次活動中最吸引我的是？」，手作是觀眾普遍最喜愛的部分。此外，受到喜歡的項目還有認識博物館幕後工作、院內專家文物修復、毛筆製作演示等，這些是參與者反映過去從未看過的，讓觀眾覺得相當獨特。「來去故宮住一晚」故宮夜宿活動，參與者反映最吸引人的則是「夜宿故宮」比例佔 54.2%、其次為「夜探國寶」的策展人導覽 24.4%、「手作創作」17.1%、「與警犬日巡」為 4.9%。因為過去沒有前例的夜宿故宮是整個活動最大的亮點，也是參與者最期待的活動項目。

手作是手、心、腦共同參與，發揮個人創意和觀點的學習過程。全神貫注投入手作的過程，也就是米哈里·契克森米哈伊（Mihaly Csikszentmihalyi）的心流經驗（flow experience），為觀眾帶來愉悅和成就感，而從兒童的認知發展來看，動手作亦有助於引發兒童的學習興趣，



圖 21 手作活動深受兒童喜愛 展示服務處提供

表二 觀眾喜歡手作的原因

作者整理製表

原因類型之分析	具代表性之觀眾意見
喜愛動手做	我愛手作
	可以動手自己做
	小孩喜歡 DIY
促進家庭參與、社交互動。	可以看到孩子的成長
	可以欣賞孩子的創意
	和家人培養感情
	親子共同的回憶
	陪小朋友一起做，無價！
作品具紀念價值，帶來成就感。	孩子和阿公、阿媽參與活動很開心。
	可以帶回家紀念
	有紀念意義，又學到展品知識。
	漆的部分我塗不好，但還是很喜歡。
	自己 DIY 出來作品會有成就感
認識故宮文物，增進學習興趣。	有自己的作品
	可以發揮創意
	多面向結合，讓小朋友印象深刻。
	聽導覽外，手作增加活動的有趣度 / 體驗實作。
	故宮文物展對於兒童常不易引起興趣，現能以兒童感興趣的方式設計 DIY 活動非常好！
體驗傳統節慶文化	認識作品由來
	很特殊，融合故宮文物元素。
	年節有意義的活動
	有過節氣氛
	配合節慶和古文化
	體驗古人的傳統節慶習俗

以及發揮想像力與創造力（圖 21），而將個人親手完成的作品帶回家，也為親子觀眾在參觀後留下獨特的記憶點、親子共同的話題。在現場實際觀察中，手作是活動中親子觀眾互動最

密切的時刻，常見家長協助孩子、和孩子討論、一起動手完成作品的互動行為。彙整觀眾回答為什麼喜歡手作的原因，筆者將其歸納為下列五種類型，並列舉具代表性的意見（如表二）：（一）喜愛動手做；（二）促進家庭參與和社交互動；（三）作品具紀念價值，帶來成就感；（四）認識故宮文物，增進學習興趣；（五）體驗傳統節慶文化。由此可知，手作雖是博物館常見的教育活動類型，但當我們賦予它特殊的文化意涵、促進親子互動的設計，便可彰顯其獨特的價值所在。

結語

綜合上述，2023 年兒童學藝中心推出的一系列教育推廣活動，在推廣展覽及故宮文物、帶入參觀人潮、提升兒童及親子觀眾的學習體驗，乃至於嘗試拓展全齡及國際觀眾的參與，整體而言已達成一定的成效。未來如何為親子

觀眾打造結合知性、愉悅、趣味的學習體驗，滿足親子共學和社交互動的需求，使博物館成為親子觀眾共遊、共學、共享美好記憶的學習場域，可以說是博物館亟需思考的課題。上述教育推廣活動的問卷調查雖非以嚴謹的研究方法進行，但其逐步累積相當數量的資料，可以幫助我們實際了解觀眾回饋的意見，檢視教育服務的品質及成效，並使活動方案更為貼近觀眾的需求。故宮兒童學藝中心不僅是兒童藝術教育實踐的空間，也是一個極佳的兒童及親子觀眾的研究場域。未來可持續思考如何運用觀眾研究，更深度的瞭解親子觀眾，並透過教育推廣活動持續發掘或創造以故宮文物為核心的獨特體驗，開拓新的嘗試和可能，吸引親子觀眾持續回訪，以建立觀眾與博物館之間的情感連結，誠然是未來故宮教育推廣活動持續努力的方向！

作者任職於本院展示服務處

註釋：

1. 《全國法規資料庫·博物館法》<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=H0170101>（檢索日期：2024 年 6 月 1 日）。
2. 吳冠嫻，〈臺灣地區美術館中家庭觀眾導覽資源之研究〉（臺北：國立臺灣師範大學美術學系研究所碩士論文，2005）。
3. John Falk, *Identity and the Museum Visitor Experience* (Walnut Creek, CA: Left Coast Press, 2009).
4. Neil Kotler, "Delivering Experience: Marketing the Museum's Full Range of Assets," *Museum News* 78, no. 3 (1999): 30-39.
5. John Falk, *Identity and the Museum Visitor Experience*, 56.
6. 《111 年度北部院區觀眾意見調查報告》，請見《國立故宮博物院》官網 <https://www.npm.gov.tw/Articles.aspx?sno=04012663&l=1>（檢索日期：2024 年 4 月 20 日）。
7. 林詠能，〈臺北市立美術館觀眾參觀動機研究〉，《博物館與文化》，6 期（2013.12），頁 167-189。
8. 有 12 歲以下孩童同行的親子觀眾回答此題的樣本數為 1,666 人。
9. 回答此題的樣本數有 1,875 位受訪觀眾。
10. 劉家倫，〈從大故宮到小故宮——談兒童學藝中心之規劃建置與營運管理〉，《故宮文物月刊》，309 期（2008.12），頁 114-115。
11. 「來去故宮住一晚——白晝之夜特別活動」參加人數為 20 組親子觀眾，共 40 人。