

國立故宮博物院兒童暨青年事務推動諮詢會 第二屆第三次會議紀錄

壹、時間：110 年 8 月 26 日下午 2 時

貳、地點：視訊會議

參、主席：吳召集人密察

紀錄：蔡君彝

肆、出席人員(詳會議出席名單)

伍、主席致詞

本次會議因為疫情改用視訊召開。過去一年多來，全球博物館受到疫情極大的打擊，許多館舍被迫休館甚至永久閉館。本院也因而閉館兩個月。因外國旅客無法到館參觀，入館人數大減，使大家必須採用新的方式，仰賴數位、雲端、網路營運。青諮會委員多屬網路世代，請各位多多指教。

陸、報告事項

本院兒童暨青年業務報告 (109 年 7 月 1 日至 110 年 6 月 30 日期間)(報告單位：綜合規劃處、行銷業務處、展示服務處、南院處、數位資訊室)

決議：洽悉。

柒、意見交流

主席：請各位委員針對本院各單位之報告惠示意見。

發言紀要：

劉惠媛委員：

(一)故宮針對十二歲以下觀眾的活動豐富多元，針對高中、大學以上的觀眾設計的活動亦相當精采，但十一歲到十五歲的觀眾，或許傳統上認為他們礙於升學壓力較難參與活動，所以相關的活動較少。

(二)過去這四個月來，由於多數學校停課或改以線上授課，不知「720 度線上故宮」的使用情形如何？另，故宮的線上策展人活動為全台首創、且愈辦愈有意思，但如果活動希望吸引更大的孩子參與，是否考慮用更成熟、更前衛的主視覺，而不是用童趣的方式？

數位資訊室(以下簡稱數資室)謝俊科主任：

關於劉委員的第二個問題，近三年官網瀏覽人次依序為：108 年 833 萬人次、109 年 916 萬人次、110 年一月到七月 551 萬人次。瀏覽的內容部分，108 年以展覽資訊為主，109 年「線上故宮」推出後，則以典藏精選和 3D 等為主。疫情前，每年參觀官網約有 410 多萬人次，今年到目前為止已有 551 萬人，年底可望達 1,000 萬人次。

疫情對於網頁瀏覽人次的提升似乎頗有助益。

數資室吳紹群科長：

關於劉委員的第一個問題，去年線上策展活動參加者以大專生為主，現在的大學生似乎還滿喜歡童趣的設計，但感謝委員的建議，今年勞務採購時會請設計師讓視覺設計更具通用性。

吳召集人密察院長：

以前故宮會把所有非成年人都帶往兒藝中心，但其實兒童的分齡相當細緻，國小高年級生其實對童趣的東西沒興趣了，我們應該把對象想得更清楚。關於國、高中生，我們很難直接接觸到他們，但我們希望能透過課綱下的學科中心和國、高中老師聯繫，了解他們面對新課綱的教學需求，也讓他們知道我們有哪些資源，提供實質的協助。此外，我們目前除兒藝中心，可供親子一同遊覽的空間與展覽較少，因此我們正在北部院區三樓規劃一個親子展間，希望提供一個介於給兒童玩耍的兒藝中心與給專家看展的傳統展間以外的空間，讓父母可以帶早熟懂事的孩子一起看展覽。初步將以「故宮裡的洋玩意兒」為主題，改變大家對於故宮的傳統印象，讓大家發現故宮不是只有中國古文物、文人畫等與當代審美較為疏離的東西，而是有很多加入西洋、西亞元素的文物。

行政院青諮會張哲瑞委員：

故宮為身心障礙觀眾提供「有愛無礙」等特殊的參觀方式，我覺得很感動。據悉故宮也會到特教學校讓特教生了解院藏文物。因為我在推動共融教育，知道有些特殊生會回歸到一般學校成為「走讀學生」，故宮是否有接待此類和一般學生一起參觀的輕度障礙生的案例？一般生到院參觀時，是否也能體驗身心障礙觀眾觸摸文物與手語導覽等多元的導覽方式？

展示服務處(以下簡稱展服處)呂憶皖科長：

本院「有愛無礙」的專案目前鎖定特教學校的孩子，因為目前中度障礙的孩子比較需要專車接駁與一日遊的行程規劃。例行給身心障礙觀眾與學校團體的服務中，也會提供客製化的專人導覽與複製文物的觸摸導覽等行程。非中、重度障礙的孩子隨資源班來院時，我們會請受過專門訓練的志工，以小組的方式帶他們。

綜合規劃處(以下簡稱綜規處)王士聖處長：

可否請呂科長也介紹故宮給予聽障觀眾的多媒體導覽？

展服處呂憶皖科長：

針對聽障觀眾的手語導覽，在本院 Youtube 頻道及官網上有 26 則可供觀賞。在現場，聽障觀眾與其陪同者亦可免費租借有手語導覽影片和字幕的多媒體語音導覽機，有 180 則資料可供其深度了解文物。

祝本堯委員：

請問故宮的 Podcast 在哪些平台上架？

行銷業務處(以下簡稱行銷處)康綉蘭科長：

目前 hosting 在 Sound On, Apple Podcast、Spotify、KKBox 都可以聽到。

孫瑋成委員：

剛加入本會時，我曾提出校園大使的構想，很感動故宮把它實踐出來。根據自身經驗，大學生若非文化相關科系，較難親近藝術，想了解故宮「校園大使」的活動，大使的任務為何？創造出甚麼後續效益？另外，因為我會提一個跟感官相關的提案，很好奇一般身心障礙者是否一定要透過學校才能預約特殊導覽？最後，目前故宮的線上資源，有哪些可轉換成可供身心障礙者使用的形式呢？

行銷處康綉蘭科長：

去年招募的第一屆校園大使共十三人，來自台大、臺師大、政大、北醫、高醫、東華、淡江、中央、東海、澎科大、陽明交大等十一間學校。他們經過甄選培訓後，需提出企劃案，形式不拘，展覽、教推活動、演講都在提案範圍內。大使也不僅限於文科、藝術類科系的學生，理工背景者很多，例如陽明交大的理工科學生就提出一個陶瓷方面的企劃。我們也引進院內外的文物、導覽、行銷專家，對學生進行培訓，協助完成策展計畫。

展服處呂憶皖科長：

目前我們為身心障礙者提供各種自主參觀輔具，包含給視障或聽障者等不同版本的語音導覽。在展場內，亦有給視障者的點字參觀手冊與文物和平面圖的觸摸圖。專人導覽只要有身心障礙觀眾一人申請即會安排。最近我們就服務了一位夜盲症患者，由服務人員引導其參觀並報讀解說文字。

綜規處王士聖處長：

故宮十分重視國內外的弱勢或特殊需求觀眾，可為其提供個別服務，不限國籍。

數資室謝俊科主任：

本院全球資訊網亦經無障礙認證，由機器與真正的盲人測試通過。

捌、討論事項

案由一：台灣原創角色和故宮文物跨界結合、展出之方案與構想（提案人：張永昌委員）

說明：

（一）立法院賴品妤委員相關質詢：

賴委員曾於 110 年 3 月 15 日口頭諮詢本院與台灣原創 IP 合作授權案之執行狀況，要求本院以適當方式擴大授權市場。

（二）張永昌委員提案說明（張委員請假，由綜規處代為宣讀）：

1. 目前故宮的授權合作，以國外知名大品牌為主，與國內創作者的合作較少見。
2. 希望持續以聯名、授權、或舉辦聯展的方式，讓故宮成為平台，擴大國內創作者之空間。
3. 結合國內新生代創作力，讓文物透過動漫進行古今延展，擴大故宮文物的擴散力，吸引不常進故宮的年輕人來訪。

發言紀要：

行銷處王耀鋒副處長：

1. 在通案法規檢討的部分，為讓各界與故宮的雙品牌授權合作案更為簡便及彈性運用，本院已訂定明確的跨界結合施行方案，並於 110 年 6 月 1 日大幅修訂「國立故宮博物院品牌授權公開徵求須知」，增加了「品牌授權專案」其中針對政府部門轉介之產官學合作案給予免繳新台幣 50 萬元商標授權權利金(簽約金)優惠、且商品銷售權利金由 10% 減為 5%、履約保證金由新台幣 20 萬元減為 10 萬元。商業條件大幅降低，不僅對本土 IP 創作是利多，對其他想和故宮授權平台合作的廠商，亦可一體適用。
2. 在個案部分跟台灣原創 IP 也合作的情形，在立法院賴委員提案後，我們密集跟民間廠商合作。為扶植原創 IP，我們免費提供圖檔供其進行二次創作，但由於廠商希望權利金全免，尚未談攏。未來我們希望透過直接與創作者合作的模式，突破上述問

題。

吳召集人密察院長：

本院文創商品前幾年很受歡迎，但開發商品須達相當高的資金門檻，雖然授權金已調降，但目前尚不見國內個別創作者與故宮合作，請委員們給予建議。

李厚慶委員：

兩點建議供參：前述賴委員與張委員的訴求，無非希望藉由故宮的平台，讓動漫創作者有更多能見度、與國際連結。建議故宮在年度策展時找年輕策展人，結合動漫作跨界策展，或由出版品下手，用動漫風格介紹故宮文物。文化總會過去一、兩年間曾以動漫方式向日本學童介紹台灣，即是一例。

吳召集人密察院長：

請李委員提供 貴會漫畫供本院參考。關於動漫跨界策展，文化部目前正在籌備漫畫博物館，我們會跟他們諮詢聯繫。

祝本堯委員：

從出版的角度看，關於創新的角色，除了形象 IP 還該有故事 IP，角色在故事中可以扮演交待情境、介紹文物的功能。角色要成為故事還有一段距離，有很多需要加入其他角色一塊塊補起來的地方。角色要有故事才能進行實際 IP 的運用。

林啟維委員：

在 IP 應用方面，我們公司做過很多桌遊產品，跟文化部傳藝中心、林務局、史前博物館都有合作，產品也賣到大英博物館。因為疫情，我們重新思考品牌商品製作的流程，透過新開發的系統，跳脫以前單一產品客製化的模式，快速、規模化地讓 IP 跟遊戲結合。我們的合作對象也包含大型出版社，例如親子天下、鏡文學，與個人創作者。書、動畫、電影、漫畫都會把角色的精神帶入，遊戲也一樣。遊戲有操作的過程，有靈魂和精神。我們的計畫已獲國發基金投資，也會進文策院的加速器，希望能跟故宮合作，並非用標案做一款遊戲或各自做一個品項，而是組成 committee 做更有規模的 IP 應用。

吳召集人密察院長：

請行銷處收集上述意見，向我報告構想。趁現在入館人數較少，可朝非傳統模式大步邁進。

黃意晴委員：

其實很多例如爽爽貓的 IP 創作者，從學生時代就開始在發展角色、出版 Line 的貼圖等個人作品。建議故宮可以在此類學生常現身的動漫展設點，讓學生了解故宮有哪些資源可以用於創作，讓故宮元素透過學生畢業作品或校園文創商品的形式，在校園中擴散。

決議：由行銷處提出相關構想。

案由二：後疫情時代博物館國際研討會構想（提案人：孫瑋成委員）

說明：

（一）後疫情時代，全球各博物館皆受到疫情的衝擊。希望能組織一場線上研討會，串聯全球各博物館，共同討論如何因應後疫情時代博物館轉型，並帶入青年與博物館之間之連結作為主題。

（二）透過 google meet 或 youtube 直播，分享博物館下一個時代的數位轉型以及青年如何提升與博物館之間的連結，各大博物館輪流發言、相互交流學習（建議大英、奧賽、羅浮宮、大都會等知名博物館）。

發言紀要：

孫瑋成委員：

本人就讀台北教大社會與區域發展學系。希望故宮舉辦一場線上論壇，邀請全球知名博物館專家與青年對話，介紹後疫情時代博物館的營運轉型，並討論文化產業與青年的關係，吸引更多青年投入博物館領域。

吳召集人密察院長：

請綜規處與孫委員聯繫，邀請國內外有興趣的博物館，針對青年人如何與新時代博物館互動，辦一場非正式的意見交流。疫情或可促成意想不到的另類國際溝通。

綜合規劃處蔡君彝助理研究員：

關於後疫情時代博物館的因應措施，近來已有許多國內外大型博物館與國際博物館聯盟組織（如 ICOM）舉辦過相關論壇討論過。論壇文章與影片多於網路上公開，提供給孫委員參考。

黃意晴委員：

論壇可考慮在 Gather Town (<https://www.gather.town/>) 等新媒體上，以遊戲的方式進行，為論壇增添趣味性和互動性。

行銷處康綉蘭科長：

今年台大的故宮校園大使便將實體的藝術季活動、講座、曲水流觴派對也轉載到上述平台供人線上參與，並邀請他校大使在八月份進行互動。或許校園大使的所有活動成果都可以匯聚在上述平台中變成有趣的案例。我們會繼續在校園大使活動中延伸年輕朋友對於新工具的應用。

沈芯菱委員 (聊天室留言)：關於國際會議，介紹 Museum Next 模式及議程內容可以參考：

<https://www.museumnext.com/>。

決議：

請綜規處嘗試邀請國內外相關單位進行非正式的意見交流，探討青年和新時代博物館的連結。

案由三：結合新科技細緻觀者體驗與創造故宮特色的互動。

(提案人：黃意晴委員)

說明：

- (一) 受到新冠肺炎的影響，大部分博物館轉型虛擬場館，像是「720°VR 走進故宮」等，但是因為搜尋演算法等原因，故宮許多內容更被淹沒在資訊海裡，因此發展精緻化觀者的體驗互動，從觀者與觀者間、觀者與展品間去吸引現在數位原生世代的年輕人，並發展屬於故宮特色的行為互動。
- (二) 創造具故宮特色的非接觸式互動模式：
故宮內的動態輪播牆可供觀眾按讚互動，但「按讚」、「比讚」的手勢，是近幾年媒體交流互動下的產物，並不是以前的傳統，因此如果能在互動中加入以前古人表達喜歡的形式，藉此吸引大眾更深入瞭解互動下文化含義，同時創造專屬於故宮的互動形式，也利於分析族群喜好特點，優化 open data 資訊。
- (三) 結合新科技細緻觀者體驗：
博物館轉型線上觀賞後，除了少了臨場感外，更少了觀者間的互動。藉由擴增實境等科技，可讓觀者進行線上互動，彌補在實體展場中只能靜悄悄討論的遺憾，讓實體與線上展場做出區隔，讓虛擬發展出時間感、不真實感，創造期待，可以發展的主題例如：強化時間影響故宮的變化，白天的故宮與晚上的故宮差別？

發言紀要：

黃意晴委員：

三項建議供參：

第一、希望可以用故宮的印章按讚互動。

第二、希望透過 AR 了解看過同一件文物的觀眾的想法。

第三、希望故宮繼續擴充 3D 文物，讓海外青年文化大使等可用 3D 實物投影在海外介紹故宮文物。

沈芯菱委員 (聊天室留言)：

很有創意！介紹幾個 AR 相關應用：

1.針對博物館的 AR 現有工具

<https://www.wikitudo.com/augmented-reality-for-museums/>

2.更多 AR 體驗點子

<https://overlyapp.com/blog/7-augmented-reality-ideas-for-interactive-museum-experiences/>

數資室謝俊科主任：

黃委員的許多構想故宮都曾推出過類似的例子。既有的服務，包含可讓觀眾放大文物細節、利用數位長卷與書畫互動、用滑鼠或 AR 走入畫中等，許多服務推出時是當時國際上的創舉。未來，我們會繼續擴充文物的文字、3D、與影音資料，希望觀眾能透過網頁或手機獲得整合的經驗。您的提案非常有趣，特別是在展間蓋印的想法，我們會思考如何跟進。

吳召集人密察院長：

故宮二十年前已將清明上河圖數位化。我希望故宮官網改版後，拉出「線上故宮」單元，把本院歷年來數位化工作成果做一個總回顧。故宮的數位化成果也大致反應台灣數位科技的發展，因為台灣數位科技發展都會跟故宮合作。屆時請委員們幫忙檢視故宮的網路資源，隨時給予我們建議。

孫瑋成委員：

延伸黃委員對印章的構想，建議故宮開發在手機上使用的數位印章，不僅符合年輕人對個性化的追求、也十分環保，可以為永續發展盡一份心力。在即時互動評論方面，大陸影視平台 Bilibili（嗶哩嗶哩，俗稱 B 站）的彈幕功能，讓使用者觀影時，可直接在影片畫面上而非下方留言區看到其他觀眾對該段影片的評論。這些留言常激發我對影片的新想法。故宮可參考此一模式提供文物的即時打卡評論功能。

劉安婷委員：

很感動大家把疫情當成轉機。上次會議中，我曾建議故宮提升對弱勢偏鄉學童服務的量能，這次看到故宮在這方面顯著的創新與突破。在結合科技、參考國際博物館作法時，希望

故宮除了思考自身的轉型外，也能從“故宮 can help”的角度，思考如何增強社會角色。在疫情下，全球學童失學狀況嚴重，暑假又是弱勢與偏鄉學童產生學習落差的高峰，甚至產生「新冠學習難民」的現象，就算正常開學，學習落差還是會存在。希望故宮能利用現有很棒的導覽手冊與線上技術，參考美國古根漢博物館的案例，用類似函授課程的方式，推出線上、線下混成的學習資源(參考連結如下)，把實體互動教材，變成QRcode等讓偏鄉孩子用手機等載具觀看。最重要的不是讓孩子學到什麼或追上進度，而是讓孩子保持學習興趣、持續在學習的狀態中。如此應可有效減緩台灣學習難民的現象，展現故宮的社會責任。(聊天室留言補充：

1. 古根漢博物館案例：

<https://www.guggenheim.org/news/guggenheim-museum-provides-1500-art-kits-to-children-of-essential-workers> ；

2. 現代美術館案例：

<https://www.mobilemuseumofart.com/learn/children-families/mobile-art-kits/>)

吳召集人密察院長：

請劉委員與行銷處保持聯繫。

行銷處康綉蘭科長：

我們會和劉委員保持聯絡，請教該如何利用現有教案或線上資源服務這個族群，甚至為其量身打造相關設計。

決議：

- (一) 請數資室與黃委員保持聯繫，討論案由三可如何實踐。
- (二) 請行銷處與劉委員保持聯繫，討論「新冠學習難民」的教學資源設計。

案由四：觀賞故宮文物多半透過視覺媒介，希望能透過音樂創作結合文物，讓音樂帶出文物背後的故事，同時也透過音樂意象吸引年輕人了解文物。(提案人：孫瑋成委員)

說明：

- (一) 提案靈感起源於近期日本最火紅樂團 YOASOBI，其創作靈感來源來自於將故事小說及插畫網站中的原作小說音樂化，在出道不到一年 MV 旋即突破一億次觀看，並進而獲得受邀演出第71回NHK紅白歌合戰的機會，由此見得音樂可以為文化藝術帶來布一樣的切入點，吸引不同年輕族群關注文化相關的領域。
- (二) 也參考年初在台灣松菸展出的 AUDIO

ARCHITECTURE：聲音的建築展，由日本世界知名互動設計大師－中村勇吾（Yugo Nakamura）擔任展覽總監，音樂人－小山田圭吾（Cornelius）替展覽創作同名樂曲。當觀看者走進這個由聲音所建築而成的空間裡，將忘卻時間的流逝，可以任性的把所有感受，留給聲音及藝術的純粹，盡情享受、沉浸其中。

- (三) 透過邀請知名音樂人，為博物館的展區創作相關音樂，並以文物為出發，創造文物故事與音樂的連結，並增進觀展體驗與話題，一方面也讓音樂作為線上行銷的素材，提升故宮的曝光率。

發言紀要：

孫瑋成委員：

我關心觀眾與故宮文物能建立怎樣的五感連結？觀眾離開故宮後，能帶走甚麼感動與體驗？故宮是否能參考日本 YOASOBI 樂團把小說故事音樂化的模式，邀請受年輕人歡迎的本土樂團或歌手，例如：茄子蛋、持修、或其他金曲新人等，為故宮文物量身訂做歌曲，讓觀眾參觀時聆聽，之後聽到音樂也能聯想到文物？如此可透過文物呈現台灣(音樂)文化、也賦予文物新的價值。未來日本文物來故宮展出時，或許也可邀請 YOASOBI 樂團為展覽譜曲。

吳召集人密察院長：

我一直在思考故宮文物能如何跨界？如果故宮跟茄子蛋合作，一定極具話題性，但實踐方面請委員提供意見。

王士聖處長(聊天室留言)：

關於故宮的跨界合作，可參考之前的「嘻哈故宮」專案。

孫梓云委員：

我們三個青年委員有自己專屬的群組，在會前就已透過群組討論今天的幾個提案。案由四和案由一或可結合成更完整的策展規畫。案由二有點像專門給博物館的模擬聯合國，可以再思考受眾的類型。

劉惠媛委員：

三位年輕委員的創意思考很有趣。關於博物館的跨界合作，Brooklyn Museum 最近結合談英國皇家秘辛的影集“The Queen”推出典藏服裝展。故宮也可以從自身的典藏特色出發，與電影進行跨域合作，把知識內容(content)和情境(context)結合。關於社群媒體、數位行銷部分，當代美術館和如故宮這類世界一流博物館的作法有些不同，重要的是如何把故宮很棒的東西用年輕人喜歡的方式繼續傳播出去。

吳召集人密察院長：

故宮在傳統內容上非常好，但進入新時代後，數位行銷的能力仍有待加強。二十年前，我們走在歐洲前面。我們雖然在海外頻頻獲獎，但知道的人不夠多。所以我希望同仁能透過「線上故宮」呈現故宮數位化的歷程，把 20 年來本院的數位化成果呈現給大家，讓大家方便查找。在西方，因為有人為達文西寫小說、拍電影，所以全球都在找達文西密碼。要不是公視拍了《斯卡羅》，國立台灣歷史博物館出版的李仙得《臺灣紀行》也不會被關注。好東西不是沒有，只是沒人知道。所以我們不但要跨界，跨界後還要透過數位行銷讓大家知道。

黃意晴委員：

關於孫委員的聲音提案，故宮在跨域聯繫時，可請教醫學中心。我本身具有護理和新媒體雙重背景，知道現代醫學想朝視覺方面走。有些具有「聯覺」能力的人，看圖像時可以聽見聲音、聽聲音時可以看到顏色，他們透過這類有等特殊能力的人去發展文物特色，受到大眾歡迎。故宮可和醫學中心合作，把美感和腦細胞神經連結，以更符合大眾市場。(聊天室留言補充：<https://medium.com/食肉患者/藝術與科學上的美相遇-七-什麼-音樂也有顏色跟味道-d3e314bbb2aa>)

孫瑋成委員：

回應黃委員，之前台大校長(李嗣涔)就訓練了一批能用手看到顏色的孩子。很認同孫梓云委員把本案與案由一結合的構想，希望可和媒體出版、音樂、動漫、遊戲等專家進一步討論，共組策展平台。

吳召集人密察院長：

希望年輕委員們隨時給我們意見，協助我們跟上時代。

決議：洽悉。

玖、臨時動議：無。

拾、散會：16 時 20 分。

**國立故宮博物院兒童暨青年事務推動諮詢會
第二屆第三次會議 出席名單**

- 壹、 會議時間：中華民國 110 年 8 月 26 日(星期四)下午 2 時
 - 貳、 會議地點：視訊會議
 - 參、 主持人：吳召集人密察
 - 肆、 出席者 (16 人)：

黃副召集人永泰、余副召集人佩瑾、劉諮詢委員惠媛、
李諮詢員厚慶、祝諮詢委員本堯、李諮詢委員柏廷、
劉諮詢委員安婷、許諮詢委員芯瑋、沈諮詢委員芯菱、
王諮詢委員俊傑、林諮詢委員啟維、孫諮詢委員梓云、
黃諮詢委員意晴、孫諮詢委員瑋成、謝執行秘書俊科、
康副執行秘書綉蘭。
 - 伍、 列席者 (21 人)：

行政院青諮會蔡委員旻綺、行政院青諮會張委員哲瑞、本院
綜合規劃處王處長士聖、器物處宋處長兆霖、書畫文獻處林
處長麗江、邱助理研究員士華、登錄保存處岩處長素芬、行
銷業務處徐處長孝德、王副處長耀鋒、展示服務處林處長國
平、呂科長憶皖、劉助理研究員家倫、南院處于科長秉儀、
許助理研究員桓翊、數位資訊室吳科長紹群、本院海外青年
文化大使濱英格先生、本院海外青年文化大使謝涵淳女士、
本院海外青年文化大使楊智茹女士、本院綜合規劃處何科長
治民、蔡助理研究員君彝、鄭科員詠楸。
- 共 38 人與會。