



探索·體驗·互動：共學共玩的 博物館學習場域——以臺博館南門園區 「新農有機樂活玩特展」為例

Exploration, Experience and Interaction: Museum as A Place for Learning and Entertaining
- A Case Study of "Organic Life Style" Exhibition of NTM

蘇憶如 國立臺灣博物館教育推廣組

Su, I-Zu Education Department, National Taiwan Museum

圖片提供：國立臺灣博物館

42

近年食品安全、環境污染、土地問題層出不窮，為紮根農業生產與自然生態和諧共生的理念，國立臺灣博物館南門園區於102年底開館時推出介紹友善環境與農田生態系的「新農有機樂活玩——毛毛的洞洞國之旅特展」，以5-13歲的兒童為目標觀眾，從「生活面向」切入展示主軸，經由感官及情境體驗引發參觀者的情感，透過體驗、探索及互動的觀展經驗建構親子與學童觀眾的觀念及認同感，以傳達博物館推展「友善土地」、「生態保育」、「生物多樣性」的策展理念，並輔以食農教育計畫向下紮根，創造目標觀眾心中具有意義且難忘的經驗。為瞭解博物館如何透過展示教育有效傳達知識及訊息，促進兒童觀眾的學習興趣，本文以臺博館「新農有機樂活玩特展」為研究案例，以觀察及訪談分析展示手法及目標觀眾的觀展行為，期獲得更多元的展示詮釋觀點，提供博物館策展及教育推廣活動參考，深化自然史博物館展示教育的成效。

從生活議題出發，塑造感官體驗及思維認同

「新農有機樂活玩特展」是適合5-13歲兒童的教育展，展覽以說故事的方式詮釋，由「毛毛」與「阿

農」兩位虛擬主角帶領觀眾體驗「有機的洞洞國」世界，透過體驗觸動目標觀眾的感官與心靈，讓參觀者經由體驗探索「洞洞國」代表的涵義。學者吳鴻慶(2003)表示，博物館運用實地教學、動手操作與談論物件、互動展示、或給予戲劇化的呈現方式，提供經驗的、主動的學習模式與牽涉程度，將使遊客的記憶傾向度達90%。此展由參觀者的生活經驗切入，從感官體驗引發情感及思維認同，透過展示裝置及影音展演，讓親子及學童觀眾可自行操作，或與家人、同儕一起互動學習。

本文嘗試以Schmitt分析體驗行銷所提出的「策略體驗模組」(strategic experiential modules)，分析不同體驗方式的展示應用。Schmitt將心靈模組中的知覺接觸、自覺情感、認知系統中所得到的靈感，引入心理與社會學家所重視的實際行動與意義關聯，進而描繪出建立在消費者心理學上的「策略體驗模組」，其目的在創造不同的體驗形式，即感官、情感、思考、行動和關聯(江義平、李怡璇、江亦瑄，2008)。

心理學所提到的認知與心智，都與生活息息相關，博物館的兒童展示如何運用體驗、探索及互動手法連結參觀者的體驗與生活記憶，使展示教育發揮最



以土壤剖面標本、生態影片介紹農地危機問題，讓參觀者瞭解健全的農田是許多生物的棲地

43

表1 研究案例展示內容及體驗模組分析

展示單元	展示內容	展示手法	體驗模組分析
孕育萬物的土壤	土壤位在地底下，對參觀者而言土壤型態及特性是抽象概念，透過土壤剖面實體標本及生態影片介紹農地危機問題，讓參觀者瞭解健全的農田是許多生物的棲地。	典藏品展示 情境模擬(土壤、土地) 多媒體影音展示	感官、情感 思考
多吃「食物」 少吃「食品」	透過情境模擬、模型及互動裝置，以餐桌情境與參觀者的生活經驗聯結，展示食品原料與食物做對比，規劃辨識「食物」與「食品」差異的互動遊戲。	情境模擬(餐桌空間) 互動裝置(問答互動裝置)	感官、情感 思考、行動
「阿農的神奇廚房」 烹煮互動體驗區	瞭解食物的原始樣貌及食品的定義	情境模擬 互動裝置	感官、情感 思考
臺灣農地的危機	以大型吃地怪獸的空間意象介紹造成土地污染的因素，警報聲讓參觀者感受到人類活動危害土地的緊迫感及生態系統破壞的困境，讓參觀者瞭解農地消失的危機及對友善環境耕種的重視。	情境模擬(土地污染情境)	感官、情感 思考
農夫市集體驗區	以「情境模擬」方式帶領參觀者認識友善耕作的小農是如何以具體行動關切自然生態，並介紹各地小農市集。	展示物件(農產品樣品及模型) 情境模擬(農夫市集空間) 角色扮演(農夫市集空間)	感官、情感 思考、行動 關聯 ¹
「插秧趣」體感互動區	■角色扮演體驗讓親子及學童觀眾透過觀察及互動，模仿學習並轉化為自身的行為及認知。 ■透過互動農作遊戲，讓參觀者從遊戲中體會插秧的樂趣及農夫「作田」的辛苦。	情境模擬(農田影像場景) 互動裝置(體感互動裝置)	感官、情感
友善土地的藝術運動	創作者從音樂、戲劇、影像、寫作等面向，表達對土地、農村及農夫的關注，引發參觀者對展示議題的共鳴及關注。	多媒體影音展示	感官、情感 思考

資料來源：本文整理分析

大效益，是博物館工作者關注的議題，也為博物館展示帶來重要的新思維及觀點。互動展示是以參觀者為主體的設計手法，此展從生活議題切入，以生活化的角度及多層次的互動展示裝置，讓兒童觀眾

能運用五官體驗及學習，考量兒童觀眾的學習模式，運用情境模擬及互動展示，將知識融入展示腳本，透過說故事、互動裝置、多媒體影音的引導與輔助，為參觀者創造多元的體驗，在視覺傳達、情境體驗

¹ 資料來源：鄭旭玲。(2010)。黃金博物園區體驗行銷之研究。國立政治大學傳播學院碩士論文，16-17。

- (1) 感官體驗：以視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺等感官經驗為訴求，經由知覺刺激，透過生動、有意義的情境，提供美學、愉悅、興奮、美麗與滿足等體驗。
- (2) 情感體驗：使參觀者主動參與、產生情感的策略，透過接觸與互動，增加參觀者正面的情感。
- (3) 思考體驗：運用創意的方式讓參觀者創造認知並解決問題，鼓勵其進行具創意的思考體驗。
- (4) 行動體驗：創造與參觀者行為模式與生活型態相關的體驗，使其體驗後產生不同的價值，豐富其生活經驗，以展現生活型態、自我觀感及價值。
- (5) 關聯行銷：讓參觀者對展示核心理念所代表的社會與文化環境產生關聯，關聯體驗包含了感覺、情感、認知與行動範圍，以對潛在社群產生影響。



多吃「食物」，少吃「食品」展區透過模型及互動裝置，以餐桌情境與參觀者生活經驗聯結



「阿農的神奇廚房」烹煮互動體驗區



臺灣農地的危機展區



「農夫市集體驗區」引導參觀者認識友善耕作的小農是如何以具體行動關切自然生態



「插秧趣」體感互動區讓親子及學童觀眾透過觀察及互動，模仿學習及體驗

與心靈體會上，經由感官、情感、認知的體驗探索，提高觀眾對展覽核心理念的接受度。

鏈結展覽及教育活動，推動多元環境教育

臺博館南門園區是推廣環境教育的基地，此展從親子及學童觀眾向下紮根，推廣保育農田生態系的重要性。配合策展核心理念，在園區內設置了實體教學農園，研發適合國小學童的課程教案，邀請鄰近國小的師生共同參與計畫，學童與老師、家長在博物館的農園種植各種節令農作物及蔬菜，進行農作物生長及蟲害觀察與記錄。透過觀念啟迪，呈現日常飲食與農田生態環境的關聯，也利用館藏動植物標本展示田間生物多樣性。經由展覽、導覽解說、

環教課程等不同方式，貼近民眾的日常生活，活化博物館能量，傳達生物多樣性保育理念。

博物館展示體驗模組運用分析

為瞭解目標觀眾觀展的參與度及互動方式，透過觀察及訪談進行調查，訪談對象包含策展團隊(策展人及教育活動策劃者)、導覽人員(解說員及志工)、親子及學童觀眾，經由經驗分享蒐集資料並進行分析及檢討²。

策展團隊的觀察與展示手法檢視

策展團隊表示目標觀眾對「阿農的神奇廚房」烹煮互動體驗區、農夫市集體驗區、「插秧趣」體感互動區較有興趣，也最能吸引他們停留互動，因展覽詮釋



表2 研究案例之展示詮釋及活動說明

活動類型	展示詮釋及活動內容	
展覽	「新農有機樂活玩——毛毛的洞洞國之旅特展」 1. 透過角色扮演及互動裝置，促使民眾互動參與，增加參觀者正面情感與記憶 2. 透過情境模擬、互動體驗裝置，易引起民眾關注食安及友善環境議題 ■視覺—情境模擬、多媒體影音、圖文、標本、模型 ■聽覺—吃地怪獸展區警報聲、音樂創作 ■觸覺—互動裝置 ■體驗區—「阿農的神奇廚房」烹煮互動體驗區、農夫市集拍照體驗區、「插秧趣」體感互動區	
教育活動	「田裡有腳印」市集 臺博館配合「新農有機樂活玩特展」展示理念，每周六邀請綠保農友展售農產品、分享友善耕作的理念，是臺灣第一個訴求讓農業生產與野生動物共存共榮的小農市集，透過市集及推廣活動讓參觀者產生認同。	 「田裡有腳印」市集
	「南門～農民曆」—環境教育系列活動³ 配合季節，邀請綠保農友分享經驗，規劃專題講座、紀錄片欣賞、教學體驗、DIY等，引導民眾從不同角度認識友善耕作對食物安全的重要性，推廣永續農業的觀念。	 「可食的風景」教學體驗活動
	小小神農氏—食農教育計畫(與學校課程連結)⁴ 透過稻米的旅行、米食新文化、農園栽種及烹飪體驗等主題，結合實體教學農園等延伸課程，讓親子與師生共同參與的食農教育計畫。	 講師講解蔬菜種植間距  假日觀察活動，學童幫紅藜疏苗

資料來源：本研究整理

跳脫以視覺閱讀為主，規劃了多元的感官體驗裝置、角色扮演及情境模擬等展示，使參觀者能在體驗過程中，學習及認知展覽傳遞的知識及核心理念，有助於啟發親子及學童觀眾的學習動機，且可提供小

團體多人共同學習；而情境體驗展區也符合親子觀眾喜愛用「相機」拍照留影、留住記憶的參觀模式。

此展規劃構想著重於強化感官(互動展示)、情感(故事性、導覽服務)、思考(與生活面向、危機感有關

² 本文訪談主題為：(1)較吸引參觀者注意及興趣的展示單元；(2)目標觀眾的參與度及互動方式；(3)觀展感受及經驗分享；及(4)是否具體感受展覽傳達的核心理念？在展示及教育活動上的建議等。

³ 此活動目標觀眾為成人觀眾，系列活動包含：「南門小灶腳—美食DIY活動」運用市集的綠保農產品，創作符合時節的料理；「田地放送台系列講座」則邀請專家及達人們以土地、食安、食材、永續等議題，提供民眾友善土地、永續環境及有機食材等新知，進而使民眾將「綠觀念、綠行動」實踐於生活中。

⁴ 食農教育計畫目標觀眾為學童觀眾，臺博館在南門園區設置實體教學農園，研發課程教案模組，邀請國小學童參與計畫，除了週間的室內與戶外課程安排，學童及家長也必須在週末到農園觀察紀錄農作物的生長狀況，並與市集的友善小農面對面，了解食物與產地的關聯。



的議題)、行動(生態保育、食農教育推廣計畫)體驗，配合展示主題舉辦民眾有興趣且關注的活動，可增加民眾再次造訪的意願，針對不同族群進行紮根性的推廣。

導覽人員輔助角色的強化

情境式的場景及互動裝置能讓親子及學童觀眾花費較長時間觀展及互動，留下歡樂的參觀經驗及記憶。但兒童觀眾在遊戲中能否有效學習展覽傳遞的知識，則視家長、老師或導覽人員是否從旁輔助解說及引導。為強化學習效益，建議策展團隊可考量透過學習單或闖關互動機制，輔助兒童觀眾進行互動及學習，並增加親子或小團體共學模式。

另因目標觀眾為5-13歲的兒童族群，空間意象及展示設計手法以童趣意象為主，雖極吸引孩童觀眾喜愛及注意，但因目標觀眾多有家長及師長陪同觀展，考量輔助引導及學習需求，建議展示設計應針對博物館不同族群參觀者，配置有層次的展示設計，增加延伸閱讀或互動裝置說明，並規劃適合不同族群的推廣活動，以擴增參觀者學習的面向。另以學習單等方式引導目標觀眾探索展覽，亦可輔助說明互動裝置背後意涵，避免參觀者走馬看花的參觀行為。

親子與學童觀眾的觀展回饋

經訪談親子觀眾，家長表示對「當季在地食材與在地文化」的臺灣諺語、『多吃「食物」，少吃「食品」』及「農夫市集體驗區」等單元有興趣，因與生活息息相關，覺得較實用且受感動。觀展後瞭解環境對食物的重要性，希望能從自身做起，教導孩子基本的環保概念，未來也希望盡量以不破壞環境為考量。另親子觀眾對於結合市集活動也表示贊同，認為實體市集能具體強化在地食材的概念，鮮明行銷「生物多

樣性」、「生態保育」的核心理念，亦可強化參觀者的滿意度及忠誠度。

兒童觀眾則對「烹煮互動體驗區」及「插秧趣」體感互動區較有興趣，有趣的角色扮演及互動裝置，非常適合小團體親子觀眾。然而孩童雖在兩個展區停留時間很長，但因互動裝置操作說明較不清楚，且說明資訊很少，無法輔助孩童瞭解互動展示背後傳遞的知識，故建議加強展覽解說的服務。

透過前述不同族群受訪者對展示手法及推廣活動的意見回饋，可協助策展團隊深入瞭解展示設計的規劃構想及傳達的資訊，與觀眾看展感受及學習效益間是否有落差，若能透過觀察及訪談分析目標觀眾不同面向的意見，必能在經驗中學習，調整展覽的詮釋觀點。

共學共玩的博物館學習場域

博物館是一個有趣、可以玩耍、學習以及尋寶的地方，也是能讓觀眾自主學習的環境。經觀察及訪談初步歸納下述展示策略上的啟發：

(一)展示詮釋應用體驗、探索、互動之展示手法，讓兒童觀眾產生特別的體驗及認同，有助於傳達展覽核心理念。展示設計應視目標觀眾的特質及行為模式調整，以休閒娛樂為目的的參觀者，建議強化感官、情感、行動體驗，而期望進行深度探訪及知識學習的參觀者，則應偏重思考體驗。



圖10 導覽人員解說「當季在地食材與在地文化」的臺灣諺語



- (二)感官及情感體驗可超越文字傳達的訊息，建議展示詮釋可透過敘事式導引，利用說故事的方式，搭配情境模擬的展示手法及互動體驗，強化親子及學童觀眾的興趣及學習效益。
- (三)規劃與民眾「生活面向」有關的展覽主題，易與參觀者的生活價值連結，透過「互動展示」及「系列推廣活動」，具體呈現展覽的核心理念，在感官、情感上易引起參觀者興趣及感動。另此展透過市集推廣活動及食農教育計畫，持續性創造議題，強化參觀者對展示議題的理解。
- (四)針對不同參觀族群(親子觀眾、學校團體等)規劃有層次的展示手法，輔以延伸閱讀或互動裝置，有助於參觀者進行深層思考及互動。在周雅純(1997)譯自 Paulette M. McManus「博物館中的家庭觀眾」有關家庭觀眾參觀態度的研究調查：家庭觀眾除了希望能輕鬆愉快地參觀博物館外，也希望從中獲取豐富知識及教育意義的經驗，也就是說，在家庭觀眾的參觀行為裡存在著「雙重訴求」。他們的特性是：對於互動式展示的積極嘗試、團體成員間會進行較長時間的交談及參觀、較不會去閱讀展示解說內容，除非是有成人(家長或老師)在旁。因此，要滿足家庭觀眾對娛樂性和教育性的雙重訴求，就是提供他們一個具有教育性、休閒性並能增進彼此感情的學習環境(黃振中，2004：79)。為強化親子觀眾或學校團體參觀展覽的互動關係，建議可輔以延伸閱讀以強化體驗及核心理念之推展。
- (五)「導覽解說」能有效減少參觀者「走馬看花」的參觀模式，透過導覽人員的引導及深度解說，對核心理念的傳達及博物館形象有正向加乘效益。此

外，家長及教師應於觀展前協助親子及學童觀眾瞭解適切觀展行為的觀念，教導兒童觀眾參觀博物館的合適行為，如何盡情融入展覽但不影響其他參觀民眾的觀展品質，是非常重要的行前訓練。

結語

「不管知識與體驗的順序，孩子都會從博物館的遊戲裡得到收穫。小孩的腦長在手上，透過親自操作，學習效果肯定更好。」(稅素芃，2015：118)

博物館規劃系列教育性質的體驗活動，透過體驗探索展示核心思想，讓觀眾在參觀展覽、參與教育推廣活動的過程中，經由感官體驗、情感鏈結認識「友善環境」、「食品安全」、「生態保育」的重要性，將參觀經驗延續至參與教育活動，讓學習經驗延續到日常生活中，由於展示主題及推廣活動與民眾生活議題有關，易建立認同並與參觀者的生活產生密切連結，透過體驗使參觀者在過程中產生感動及記憶，進而以具體行動支持，實質上強化博物館展示教育的功能及成效。

此展透過情境模擬、影音及互動裝置、體感互動等手法，結合知性教育與感性體驗等多元互動方式，增加觀展樂趣，將環境保護、生態保育、教育及樂活休閒合而為一，融合參觀、學習、推廣等功能，在生活教育中學習友善環境的意義，為博物館落實環境教育的重要案例。由於臺博館的目標觀眾以親子及學童團體為主，博物館的展示可說是「活的教材」，若能有效運用具體驗、探索、互動式的展示手法，強化參觀者在感官、情感、思考上的體驗，並將展示資源與學校課程主題或時事結合，將更能發揮博物館推展社會教育的效益，營造出親子及師生共學共玩的博物館學習場域。



參考文獻

- 稅素芃。(2015)。體驗式玩法—博物館變有趣了。未來Family，4月號，116-128。
- 何默微。(2012)。博物館體驗行銷之研究—以國立台灣史前文化博物館為例。國立臺東大學健康促進與休閒管理碩士論文。
- 鄭旭玲。(2010)。黃金博物館區體驗行銷之研究。國立政治大學傳播學院碩士論文，16-17。
- 江義平、李怡璇、江亦瑄。(2008)。文化主題商品體驗行銷效果之研究。東吳經濟商學學報，60：P67-104。
- 黃振中。(2004)。規劃博物館中家庭觀眾學習活動之研究。科技博物，8(1)，77-92。
- 黃慶源、邱志仁、陳秀鳳。(2004)。博物館之體驗行銷策略。科技博物，8(2)，47-66。
- 吳鴻慶。(2003)。超博物館。楊智文化事業股份有限公司。
- 周雅純。博物館中的家庭觀眾。(1997)。博物館學季刊，11(1)，9-18。