

國立臺灣博物館105年自行研究計畫

計畫名稱：國立臺灣博物館平面文宣優化研究-以活動簡訊為例

提案人：教育推廣組-林佳葦

計畫期限：105年02月01日至105年12月31日止

摘要：博物館為協助民眾掌握展覽及教育活動訊息，長期以來透過各種文宣品進行宣傳，然而在媒體型態與觀眾資訊尋求行為大幅轉變的趨勢下，傳統的文宣設計及資訊內容是否仍符合使用者需求有待重新檢視。本文蒐集國內9間具展示及教育推廣功能的國立博物館每月定期發行的「活動簡訊」進行項目分析，接續以國立臺灣博物館為個案施行問卷調查，最後綜合調查結果提出設計優化建議。研究發現觀眾對臺博館活動簡訊具有高滿意度，建議未來改版時，在現行文宣設計基礎上，內文採用10.5級以上的圓體字或黑體字；善用網路平臺延伸內文資訊，並多利用表格簡化紙本內容；開發適合國外觀光客使用的版本，強化參觀資訊及導引內容。

關鍵字：博物館文宣、平面文宣、活動簡訊、國立臺灣博物館

一、前言

文宣品是傳統而普遍的廣告媒體，也是博物館行之有年的宣傳管道之一。有效的文宣廣告可提升博物館形象、與觀眾溝通資訊，並建立正面的品牌形象。因此每年均有各種不同類型的文宣品出版，其中又以平面文宣為多數。經年累月下，不論是文案內容、材質設計或版面規劃均呈現多元風貌。然而正因悠久、普及化且門檻低，傳統文宣出版也容易流為形式化的例行業務，經長期累積，消耗的人力及費用相當可觀。

近年來，數位媒體大舉興起，關於版面設計的使用者研究或調查也多偏重在數位領域。博物館人員為因應使用者資訊尋求習慣的大幅轉變，需同時兼顧多種宣傳平臺與媒體，為使資源能更有效地被應用，這些不斷發行的傳統文宣品，其設計風格、文字內容、版面編排等是否仍適用或符合當代使用群之需求，值得博物館人員重新評估審視。

本研究蒐集國內9間具展示及推廣教育功能的國立博物館於2016年8月至11月間定期出版的「活動簡訊 Newsletter」，參考相關文獻進行組成元素及設計風格之項目分析，接續以國立臺灣博物館（以下簡稱臺博館）為個案進行問卷調查，蒐集臺博館活動簡訊主要使用族群背景變項、使用習慣及偏好，最後根據調查分析結果提出設計優化實務建議。

二、 文獻探討

(一) 博物館文宣品運用

博物館行銷受到普遍重視可追溯至美國 1980 年代末期大環境改變所帶動的影響，許多博物館受到支出日增、政府的補助減少、新興旅遊休閒事業衝擊等因素，須另謀生存之道與時俱進而不被淘汰（秦裕傑，2005）。當時美國博物館協會（AAM）將博物館行銷定義為「一種持續使大眾了解與欣賞博物館的基礎工作。經由時間的推移，民眾得以了解博物館的價值、典藏的文物、體現的知識與其提供的服務，進而使用與支持博物館。」（AAM，1984），此定義強調民眾與博物館的連結與參與。自此，不論國內外博物館對行銷的策略及推動方式均日漸重視。而行銷方式可藉由許多方法達成，諸如印發文宣資料、運用網路行銷產品及服務、辦理教育推廣活動、成立博物館之友、經營社區公共關係、透過媒體廣告行銷等，在有效的行銷策略加持下，將有助博物館增加營收、提高參觀量、提升滿意度，並進一步找出潛在觀眾與贊助者。

文宣品是媒體類型之一，常被應用於傳播，係屬平面視覺或是數位電子化的傳達範疇（黃光男，2007）。博物館文宣資料印發，一般包括說明摺頁、導覽手冊、博物館簡介、活動海報、簡訊、參觀學習單、活動傳單或酷卡等平面印刷品。隨著科技發展，陸續有視聽、電子或網路形式的文宣出現。而在各式載體中，使用門檻低、可及性高的平面文宣可說是博物館訊息傳遞的利器，由博物館將要傳遞的資訊，透過文字、圖像的編排變化，印刷於紙本載體上分送。經過多年的推行，不僅許多博物館已發展出各式各樣、不勝枚舉的文宣品，即使在新型電子媒體不斷推陳出新的今日，對講究手感、視覺舒適性及資訊可保存性的群眾而言仍有其不可取代性。

王美綉（2008）分析博物館常見的文宣出版品，將平面文宣品概分成以下三類：

1. 綜合資訊類：全館簡介摺頁、博物館行事曆/簡訊、地圖及其他。
2. 展示教育類：展示解說散頁、海報、學習單。
3. 社會參與類：博物館義工招募摺頁、義工通訊、博物館會員組織相關貴賓券與圖錄等。

本文所探討的「活動簡訊」，也有博物館以「館訊」、「活動簡介」稱之，屬上述綜合資訊類的第二種-博物館行事曆/簡訊，通常是以小冊或摺頁的型式定期出刊且免費發送。呈現的內容不盡相同，大致包括博物館的新訊、展覽訊息、活動預告、參觀資訊、聯絡方式等。有些博物館會以文章的方式出版，有些博物館則選擇以簡表或條列方式呈現。刊期則是月刊、雙月刊、季刊均有。

「活動簡訊」主要用於提供博物館相關資訊，依製作規格而可能同時兼具傳單或小型報特質，以單頁方式製作的「活動簡訊」，有類傳單的性質，著重資訊快速傳遞，並有高度的預告性質。以手冊方式製作的「活動簡訊」，

有類小型報的性質，通常頁數不多，內容會穿插文字篇幅較多的文章介紹，著重資訊的完整性及報導性質。兩者共通的部分是均提供明確的時間與時限資訊，有助彙聚各項事件的目標觀眾，並可吸引非目標觀眾的注意。也因此，王美綉（2008）建議，「活動簡訊」的製作應特別注意資料的正確性及時效性，活動時間、活動地點及相關限制需明確清楚，以免產生負面影響。而在版面設計上，建議設計成容易閱讀，且易於攜帶的形式為宜。

（二）平面文宣版面編排設計

「活動簡訊」為平面文宣的一種，組成元素包括文字、圖像、色彩及版型運用，其主要功能即是將各元素在一定的版面內作最佳布局，在兼顧視覺美感及閱讀舒適性的前提下，將資訊清楚傳達給閱讀者。

在文字編排部分，通常包括標題、分類索引標題、標語、內文、附註說明文字等，其字體、字型、字級大小、段落安排設定，對讀者閱讀的舒適性具有關鍵性影響。王祿旺（2009）在小型報版面設計之效能研究中發現，以易讀性及客觀版面分析結果，小型報適用細圓體或細明體，閱讀效能較佳者依序為 10.5 級、11 級、10 級。日本視覺設計研究所（1987）也指出以公關出版品、說明書等的文本編排而言，常用的字體最小為 10 級，平均集中在 12 級，而週刊雜誌最常用 8 級字。

郁芳（1998）在閱讀速率及意象評估研究時發現，僅就易讀性而言，細明體、細圓體及 20 級與 10 級的字是較好的。但閱讀速率佳的字組，意象評估並不一定理想，例如細明體在測驗中是閱讀速率最佳的字體，但卻有印象感覺不佳的意象。如要兼顧易讀性與良好的意象，可考慮 12 級的楷書、10 級的細圓體、10 級的仿宋體。

眼睛視覺有邊際效果存在，若段落編排時單一行字數太長，讀者容易跳行，字數太短則會使眼球轉動太頻繁而容易疲勞（黃振輝，1993）。因此每行文字最好在 15 至 30 字以內，以 20 至 30 最為平均，最多不超過 40 字（日本視覺設計研究所，1987）。

在視覺動線的安排上，林昆範（2007）認為文藝屬性的內容適合右上到左下的縱向編排，配合楷體或宋體等古典字體，以傳達正式或傳統的意象；科技屬性的內容適合左上到右下的橫式編排，配合黑體或圓體等近代字型，傳達明快或現代意象。明體字形則兼具二者，縱橫於各式編排之中。

圖片通常包括輔助文字說明的圖表或圖解、氣氛營造的插畫或照片、引發注意的符號等，是整份文宣品中 fastest 吸引閱讀者目光的視覺焦點。在編排時需注意其視覺效果是否有效吸引閱讀者，閱讀時是否可充份傳達主題內容，以及是否能誘導讀者心理反應，從而導引視線焦點。

色彩是一種有助視覺傳達的工具，適當的變化不僅可幫助閱讀者更直覺地獲取版面的重要資訊，也能增加版面的活潑性。除了藝術表現之外，同時也具備實質機能性的效用，可以吸引閱讀者的注意以及加強對文字、圖形、記號的印象，其中文字色彩對視覺當握廣度的績效具有顯著差異，例如「紫色文字」在中明度無彩色背景中的文字記憶數量績效最佳（饒真強，2005）。但 Covert（1987）的研究也指出，對於閱讀者和設計者而言可

接受的主要色彩、吸引人的色彩看法頗為分歧，而這份分歧可能源於專業素養的差異。

各形各色的文字及圖像透過色彩和版型的編排，可塑造出不同的風格印象，有助吸引閱讀者並強化對資訊內容或發行單位的記憶點。成功的版面編排將具有引起讀者的注意力、提昇視覺的引導力、增進易讀性與可讀性、建立版面的整體風格、產生具美感的印象等正面助益(林昆範, 2007)。

(三)國立臺灣博物館「活動簡訊」發行歷程

為協助民眾掌握展覽及教育活動訊息，臺博館自 2005 年即每月發行「活動簡訊」，除紙本型式外，也在官網提供 PDF 檔下載，迄今已超過十年，期間曾改版一次。初期發行時，規格為單張式，展開尺寸為 A3，採上下 N 字摺後呈橫條式，展開後一面以圖片為導向，一面是以文字為導向的博物館資訊，採左上到右下的橫式編排，內容包括特展資訊、網路資源、活動行事曆、參觀資訊(開放時間、購票資訊、參觀須知、交通路線)，資訊內容由博物館供稿，設計部分委外執行。



圖 1 國立臺灣博物館活動簡訊_2005 年 5 月版

2010 年，配合服務館區增加、原版使用已久及教育活動日增，茲進行改版。新版規格採單張左右兩摺式，加大版面尺寸約 1.5 倍，內容分為五大類，包括封面、參觀資訊(開放時間、購票資訊、參觀須知、交通路線、建築簡介)、特別展覽、常設展覽、教育活動。在視覺編排上同樣採用採左上到右下的橫式編排，體例差異不大，但對資訊內容進行明確分類，並以色塊區分。此次改版主要由館內美編人員主導，依其專業素養與經驗，並參考推廣人員資訊發布需求進行調整，特別於封面加註執行團隊名單，自此各期設計也改由臺博館自行執行。



圖 2 國立臺灣博物館活動簡訊_2016年8月版

版面的改良可增加讀者的認同及忠誠度 (Garcia,1993)，在改版過程中若能加入主要使用者意見將整份文宣品更具行銷效益。為使臺博館「活動簡訊」能與時俱進，在網路媒體普及，觀眾資訊尋求行為相對改變的今日，仍能有效發揮其功能並符合目標對象需求，茲綜合相關文獻分析結果，另參考國內國立博物館發行現況進行後續滿意度及優化研究。

三、國內博物館定期活動平面文宣發行現況分析

目前國內大型的博物館幾乎都會定期出版刊載活動資訊的文宣品，但發行的刊期、型式及內容不盡相同。本研究蒐集國內具展示及推廣活動功能的國立博物館 2016 年 9 月至 11 月間出版的「活動簡訊 Newsletter」進行項目分析，包括國立故宮博物院、國立臺灣博物館「活動簡訊 Newsletter」、國立中正紀念堂管理處「活動節目簡介 Program Guide」、國立科學教育館「科教館訊」、國立臺灣史前文化博物館「Newsletter」、國立臺灣美術館「館訊 Newsletter」、國立自然科學博物館「科博館訊」、國立科學工藝博物館「科工館訊 Newsletter」、國立海洋生物博物館「館訊」(以下館名均以簡稱表示，文宣品統稱「活動簡訊」)。

因多數館選擇以摺頁方式發行「活動簡訊」，以下就首頁資訊設計、版面設計、資訊內容及發行情況進行項目分析（詳細比較表見附件一）。發行類型較不同的故宮、科博館及海生館，將另述於後不列入比較表中。



圖 3 本研究分析之活動簡訊

(一) 首頁資訊設計

在封面設計上各館多採展覽或活動海報，僅國美館採簡單的月分數字標示。基本內容會標示單位名稱、出版日期、文宣品名等資訊，臺博館則特別標出工作團隊。

(二) 版面設計

在文字字體的選擇上，各館不脫黑體、明體及圓體三類。標題字以黑體居多，明體次之。內文僅科工館採用圓體，其餘各館均採用黑體。內文字級以科教館採 12 級最大，其次為臺博館及史前館 10 級，其餘各館則為 8 級居多。段落文字的排列上，中正紀念堂使用的文字字數較精簡，約 120 字左右，國美館部分段落文字將近 300 字，其他各館文字大多落在 200 字左右。每行文字字數最多的是臺博館和科教館近 50 字，其餘各館約 30 多字左右。

在版面色彩的編排上，各館背景大多採單一白色為主，臺博館及國美館則是以 3 色進行配搭，色系每期不同。單一頁面文字用色部分，中正紀念堂為 1 至 2 色最為單純，其次為臺博館和國美館採 2 至 3 種，其他館均有頁面使用超過 4 色。版面用色部分則所有館均使用 1 至 2 色。

圖片部分各館編排較為一致，均使用照片、海報、插畫及、向量圖等豐富版面內容。且多數館採一文一圖方式排版，僅史前館及中正紀念堂會使用一文多圖的方式呈現。

在版型結構的安排上，各館均採用左上至右下的視覺動線，並提供分類索引標籤，科工館的索引方式採特殊設計，可在封面頁即對內容分類一目了然。頁面分配部分，國美館及科工館分版最多達 14 面，其次為中正紀

念堂 12 面，史前館 8 面再次之，臺博館及科教館 6 面最少。摺頁後的尺寸大致可分成接近 A4 比例及長條式比例兩類，前者為臺博館、史前館及科教館，後者為國美館、中正紀念堂及科工館。

(三) 資訊內容

展覽資訊的提供上，各館均以簡介方式呈現提供特展資訊。臺博館、史前館及科工館另提供常設展資訊，但史前館常設展資訊僅以清單方式列出。此外，臺博館另提供線上展覽及學習資源的網址。

教育推廣活動的分類上，臺博館、史前館以活動類型或地點交錯分類；國美館以行事曆方式呈現，並從中挑選 2-3 則活動提供進一步的圖文介紹；科工館、科教館及中正紀念堂均以活動類型分類。在內容的呈現上，各館均提供簡介文字及相關參加資訊，項目包括時間、地點、費用、對象、報名方式、報到方式、聯絡人、備註，以臺博館提供項目最多，國美館及科工館最為簡約。

參觀資訊部分，各館提供的基本項目包括開放時間、購票資訊、參觀導覽資訊、交通指南、地圖等，以科工館另提供演示活動、公共服務、停車指南等，中正紀念堂則是惟一提供哺乳室資訊的館。

聯絡資訊部分，各館提供的基本項目包括地址、電話、網址，除國美館外，各館也提供 Facebook 位址。臺博館另提供多種網路社群平台位址，史前館則另有提供 Email 信箱。

附加資訊部分各館差異較大，如臺博館提供館內附設的商店資訊；史前館提供主題活動紀念品店及工作團隊介紹；國美館提供付費索取文宣品的說明；中正紀念堂提供電子檔下載位址、意見反映管道；科工館則有文創小舖、博物館商店、場地租借、詳細樓層指引及美食地圖、館長的話等訊息。而國美館及中正紀念堂均提供中英對照內容。

(四) 發行情況分析

發行週期部分，臺博館及科教館均為月刊；史前館、國美館及科工館為雙月刊；中正紀念堂為季刊。以平均每月發行量排序，依次為史前館 1 萬 2 千 6 佰份（寒暑假配量較多）、國美館 1 萬份、中正紀念堂 9 千份、科教館 8 千份、科工館 7 千 5 佰份、臺博館 6 千份。出版型式部分，史前館、國美館及科教館均以紙本為主，餘 3 館則採紙本及電子版本並行，但多未同步。

(五) 其他

採非摺頁式的活動簡訊包括故宮、科博館及海生館，其中故宮活動部分採單一活動單頁式傳單發布，展覽資訊則以專文發表在《故宮文物月刊》，兩者均提供紙本及電子檔。科博館的「科博館訊」以小型報的方式出版，摺疊後尺寸為 18.5X26 公分，每月出刊，採紙本、電子同步發行。版面共計 8 版，內容以專文方式介紹活動報導、特展、科普圖書及知識、藏品及活動等，另提供該月活動列表。

海生館「館訊」以小冊方式出版，尺寸為 15.7X25.5 公分，內容達 40 頁，雙月出刊，印刷本發行之後，也會轉成電子版發行，發行時會透過會員與電子報系統發送給會員，並在 Facebook 粉絲頁、官網與行動 APP 發布訊息。另外也會以電子郵件發送給館員，由館員再行分享。其內容包括特展訊息、活動訊息、我們的館(研究及典藏介紹)、實習心得、產學文創等，另提供兩個月前的活動預告。

經比較各館活動簡訊後，茲挑選各項目差異較大的部分發展研究問卷並進行使用者滿意度及喜好調查，以此作為後續優化建議之參考。

四、研究問卷設計與實施

(一)研究對象及抽樣方式

本研究以臺博館本館、土銀展示館及南門園區具活動簡訊使用經驗的觀眾為研究母體。2015 年臺博館入館人數為 473,783 人，2016 年達 495,983 人，搭配 Krejcie, Robert V.與 Daryle W. Morgan (1997) 所提出的抽樣比例表，在達成 95%信心水準及正負誤差五個百分點的情況下，應徵求至少 384 位受試者。

2016 年 11 月 15 日起連續一週隨機抽取值班志工共 50 位進行預試，預試後進行滿意度量表信度檢測達 0.911，具高可信度，以之修編為正式問卷。正式施測於 2016 年 12 月 1 日至 12 月 25 日開館日進行，共計發出 460 份問卷，回收 457 份問卷，經篩選無效問卷後計有 436 份有效問卷，淨回收率為 94.8%。總計本次調查在達成 95%信心水準下，從參觀民眾隨機抽樣，抽樣誤差為 4.67 個百分點。

(二)研究工具

本研究以問卷調查法進行普查，參考相關文獻編製「國立臺灣博物館活動簡訊使用調查問卷」為研究工具，包含臺博館「活動簡訊」利用情況、使用滿意度，以及對文宣品的使用偏好及個人背景資料共四大部分。其中個人背景變項包含性別、年齡、學歷、職業四項。滿意度測量部分採用李克特氏 (Likert) 4 分量表計分，題項依現行簡訊內容分為展覽資訊、教育活動、參觀資訊、附加資訊四大類。使用偏好題項參考各館簡訊分析結果設計，挑選較具差異性的部分進行調查，包括文宣品尺寸、字體、字級、資訊呈現方式、資訊呈現版型、偏好的資訊分類方式及輔助說明方式、電子版需求等。

(三)資料處理

本研究將問卷調查結果以敘述統計呈現活動簡訊利用情況及人口背景變項之分布，接續交叉分析及卡方檢測不同背景變項在使用情況、滿意度及使用偏好之差異。

(四)有效樣本概樣分析

本次研究樣本以女性(61.2%)為多數，除 18 歲以下(22.7%)年齡層外，

自 19 至 29 歲(25.7%)起各年齡層越高樣本的比例越少，至 50 歲以上族群有明顯減少的清況。具有大專院校學歷的樣本達 53%，其次為高中職及國中學歷各有 18%。職業以學生(37.2%)為最多數，其次是服務業(13.3%)，再次之為自由業(8.7%)、軍公教(8.5%)，詳如表 1。

表 1 有效樣本背景資料分析摘要表

變項	組別	人數	百分比
性別	男	169	38.8%
	女	267	61.2%
年齡	18歲以下	99	22.7%
	19-29歲	112	25.7%
	30-39歲	93	21.3%
	40-49歲	70	16.1%
	50-59歲	43	9.9%
	60歲或以上	19	4.4%
學歷	國小及以下	30	6.9%
	國(初)中	19	4.4%
	高中職	77	17.7%
	大專院校	231	53.0%
	研究所(含)以上	79	18.1%
職業	軍公教	37	8.5%
	服務業	58	13.3%
	資訊業	18	4.1%
	工商製造業	34	7.8%
	學生	162	37.2%
	金融保險業	19	4.4%
	農林漁牧礦	3	0.7%
	退休人員	24	5.5%
	自由業	38	8.7%
	家庭管理	26	6.0
	其他	17	3.9%

五、 調查研究結果

(一) 臺博館活動簡訊利用情況分析

由表 2 顯示，觀眾到臺博館的頻率以第一次(46.8%)居多，其次為每半年至少一次(12.8%)，每年至少一次或好幾年一次者各占 11.6%再次之。以複選方式調查觀眾最常取得臺博館資訊的方式結果顯示，透過臺博館的網站或 Facebook 等網路平臺(53.7%)，朋友口耳相傳(37%)次之，透過臺博館海報、傳單、看板等文宣品(22%)再次之。較特別的是因路過進來參觀的民眾也高達近 12%。

觀眾中有 68.9%是第一次使用臺博館「活動簡訊」，使用 2 至 5 次者占 21.2%，使用超過 6 次者占 9.9%。其中曾因「活動簡訊」介紹而參加博物館活動者僅 40.8%。但對「活動簡訊」有助利用博物館服務或參與活動的題項，有高達 95.2%的觀眾表示非常同意或同意。

表 2 有效樣本臺博館活動簡訊利用情況分析摘要表

變項	組別	人數	百分比
到臺博館的頻率	第一次	204	46.8%
	每週至少一次	36	8.3%
	每月至少一次	38	8.7%
	每半年至少一次	56	12.8%
	每年至少一次	51	11.7%
	好幾年一次	51	11.7%
通常如何取得臺博館的活動或展覽訊息(複選題)	臺博館網路平臺(網站、Facebook等)	208	53.7%
	臺博館文宣品(海報、傳單、看板等)	86	22.2%
	臺博館文宣品(活動簡訊)	66	17.1%
	朋友口耳相傳	143	37.0%
	其他電子媒體(網路、廣播等)	79	20.4%
	其他平面媒體(報紙、期刊、雜誌等)	38	9.8%
	其他	52	12%
使用臺博館「活動簡訊」的次數	第1次	299	68.9%
	約2-5次	92	21.2%
	6次以上	43	9.9%
曾因「活動簡訊」介紹內容而參加博物館活動	是	177	40.8%
	否	257	59.2%
活動簡訊有助利用博物館服務或參與活動	非常同意	129	29.9%
	同意	283	65.5%
	不同意	18	4.1%
	非常不同意	2	0.5%

(二) 臺博館「活動簡訊」使用滿意度分析

本研究依臺博館「活動簡訊」內容從展覽資訊、教育活動、參觀資訊、附加資訊四項構面調查資訊內容及版面設計滿意度，每一構面各 2 題，共計 8 題，分數越高代表滿意度越強烈。

依表 3 統計結果顯示，「展覽資訊」、「教育活動」、「參觀資訊」、附加資訊」四項分量表，平均數分別為 6.75、6.63、6.82、6.48。其分項標準差分別為 0.96、0.97、1.02、1.05。說明觀眾對臺博館「活動簡訊」使用滿意度以「參觀資訊」項目評價最佳，「附加資訊」項目評價較低。進一步從資訊內容及版面設計進行比較，結果顯示平均數分別為 13.31 及 13.36，「滿意度」整體構面平均數為 30.03，各項目單項平均均超過 3 分，且分數差異不大，顯示滿意的程度是在「同意」之上。

表 3 臺博館「活動簡訊」使用滿意度構面之評比

構面	平均數	標準差	題數	單項平均	個數
滿意度總量表	30.02	3.85	8	3.85	435
展覽資訊	6.75	0.96	2	3.38	436
教育活動	6.63	0.97	2	3.32	436
參觀資訊	6.82	1.02	2	3.41	436
附加資訊	6.48	1.05	2	3.24	435
資訊內容	13.31	1.82	4	3.33	435
版面設計	13.36	1.75	4	3.34	435

從表 4 的統計結果顯示，觀眾非常滿意及滿意總人數比例最高的項目為「展覽資訊」的資訊內容(98.4%)，其次為「教育活動」及「參觀資訊」的資訊內容均有 98%滿意度，再次之為「展覽資訊」的版面設計(97.1%)、參觀資訊的版面設計(97%)、「教育活動」的版面設計(95.8%)，以上均有超過 95%人數表達肯定。滿意程度較弱的項目為「附加資訊」的資訊內容(93.3%)及版面設計(93.8%)。

表 4 樣本對臺博館「活動簡訊」滿意度分析

		非常滿意	滿意	不滿意	非常不滿意
展覽 資訊	1)資訊內容	167 38.3%	262 60.1%	7 1.6%	0
	2)版面設計	179 41.1%	244 56%	13 3%	0
教育 活動	3)資訊內容	156 35.8%	271 62.2%	9 2.1%	0
	4)版面設計	144 33%	274 62.8%	18 4.1%	0
參觀 資訊	5)資訊內容	193 44.3%	234 53.7%	9 2.1%	0
	6)版面設計	187 42.9%	236 54.1%	13 3%	0
附加 資訊	7)資訊內容	130 29.9%	276 63.4%	29 6.7%	0
	8)版面設計	134 30.8%	274 63%	26 6%	1 0.2%

(三) 「活動簡訊」使用偏好分析

1. 頁面尺寸與文字

由表 5 顯示，觀眾喜歡的簡訊尺寸為目前臺博的活動簡訊尺寸(53.5%)，其次為目前臺博館活動簡訊二分之一大小(25.2%)，存摺或護照大小(21.3%)再次之。在文字使用部分，喜歡圓體(44%)及黑體(42.2%)者比例接近，認為 12 級字及 11 級字看起來較舒適者分別占 60.7%及 30.8%。可接受最小的文字尺寸為 7 級字及 6 級字者分別占 70.5%及 20.7%。

表 5 有效樣本對活動簡訊尺寸及文字使用偏好分析摘要表

變項	組別	人數	百分比
喜歡的頁面尺寸	目前臺博的活動簡訊尺寸	229	53.5%
	長條式，約目前臺博的活動簡訊二分之一	108	25.2%
	存摺或護照大小	91	21.3%
喜歡的內文字形	圓體	191	44.0%
	明體	60	13.8%
	黑體	183	42.2%
喜歡的字體大小	12級	264	60.7%
	11級	134	30.8%
	10級	29	6.7%
	9級	8	1.8%
可接受的最小文字尺寸	7級	306	70.5%
	6級	90	20.7%
	5級	33	7.6%
	4級	5	1.2%

2. 版面設計

由表 6 顯示，觀眾偏好以清單方式呈現資訊內容(41.3%)，其次為段落式 (30.3%)，行事曆方式(28.4%)再次之，呈現方式如圖 4。在資訊整理部分，喜歡製成表格(46.9%)居多，其次左右分欄(24.6%)及製作小圖標(21.8%)比例接近。而分類方式則以活動場館(37.2%)優先者居多，其次為活動類型 (26.8%)，依活動主題 (19.9%)及活動日期(16.1%)比例接近再次之。

表 6 有效樣本對活動簡訊版面設計使用偏好分析摘要表

變項	組別	人數	百分比
喜歡的資訊呈現方式	行事曆	123	28.4%
	清單式	179	41.3%
	段落式	131	30.3%
喜歡的資訊整理方式	製作小圖標	95	21.8%
	左右分欄	107	24.6%
	重點置底醒目標示	29	6.7%
	製成表格	204	46.9%
偏好的分類方式	依活動場館	157	37.2%
	依活動類型	113	26.8%
	依活動日期	68	16.1%
	依活動主題	84	19.9%

行事曆



清單式



段落式



圖 4 資訊呈現方式

3. 資訊內容輔助方式

由表 7 顯示，經複選題調查觀眾認為有效的資訊內容輔助方式依序為：在說明文中列出網址(47%)、提供 QR 圖卡(42.1%)、傳單中附完整查詢途徑(38.2%)、詳述報到方式(36.5%)。另高達 88% 的觀眾認為發行電子版有助活動簡訊的利用。

表 7 有效樣本對活動簡訊輔助方式偏好分析摘要表

變項	組別	人數	百分比
有效的資訊內容輔助方式 (複選題)	說明中列出網址	193	47.0%
	傳單中附完整查詢途徑	157	38.2%
	提供QR圖卡	173	42.1%
	詳述報到方式	150	36.5%
提供電子版是否有幫助	是	380	88.0%
	否	52	12.0%

(四) 「活動簡訊」設計與觀眾背景變項交叉分析與卡方檢定

為進一步了解觀眾知覺及使用情況，本節分別以問卷前三大項與觀眾背景變項進行交叉比對及卡方檢定，以了解變數之間的獨立性是否具顯著差異，以下僅保留達顯著差異之項目，建議未來可作進一步研究：

1. 利用情況與觀眾背景變項

經性別與「活動簡訊」是否有助利用博物館服務或參與活動之交叉分析與卡方檢定，結果詳表 8、表 9 所示。當自由度為 3，卡方值為 9.098，P 值 0.028<0.05，顯示不同性別的觀眾，對「活動簡訊」的幫助知覺有差異。

表 8 性別 * 「活動簡訊」有助利用博物館服務或參與活動知覺之交叉分析

		「活動簡訊」是否有助您利用博物館服務或參與活動				Total
		非常不同意	不同意	同意	非常同意	
性別	男	0	12	101	55	168
	女	2	6	182	74	264
Total		2	18	283	129	432

表 9 性別 * 「活動簡訊」有助利用博物館服務或參與活動知覺之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	9.098a	3	.028

說明：a. 2格(25.0%)預期個數少於5。最小預期個數為0.78。有效觀察值個數432。

經年齡與到臺博館的頻率之交叉分析與卡方檢定，結果詳表 10、表 11 所示。當自由度為 25，卡方值為 158.280，P 值<0.05，顯示不同年齡的觀眾到臺博館的頻率有顯著差異。其中 18 歲以下第一次到博物館者比例最高，40-49 歲則是好幾年來一次的族群中比例最高。扣除第一次到館的族群，50 歲以上族群到臺博館的頻率較其他年齡層高。整體到館頻率隨年齡層增加而有提升的趨勢，但多數均超過半年才會來一次，常客偏少。

表 10 年齡 * 到臺博館的頻率之交叉分析

		到臺博館的頻率						Total
		第一次	每週至少一次	每月至少一次	半年至少一次	每年至少一次	好幾年一次	
年齡	18 歲以下	66	1	2	7	12	11	99
		66.7%	1.0%	2.0%	7.1%	12.1%	11.1%	100.0%
19-29 歲	64	7	4	12	13	12	112	
	57.1%	6.3%	3.6%	10.7%	11.6%	10.7%	100.0%	
30-39 歲	42	6	5	18	10	12	93	
	45.2%	6.5%	5.4%	19.4%	10.8%	12.9%	100.0%	
40-49 歲	16	2	9	16	13	14	70	
	22.9%	2.9%	12.9%	22.9%	18.6%	20.0%	100.0%	
50-59 歲	13	11	11	3	3	2	43	
	30.2%	25.6%	25.6%	7.0%	7.0%	4.7%	100.0%	
60 歲或以上	3	9	7	0	0	0	19	
	15.8%	47.4%	36.8%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
Total		204	36	38	56	51	51	436
% 年齡		46.8%	8.3%	8.7%	12.8%	11.7%	11.7%	100.0%

表 11 年齡 * 到臺博館的頻率之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	158.280a	25	.000

說明：a. 7格(19.4%)預期個數少於5。最小預期個數為1.57。有效觀察值個數436。

經年齡與臺博館「活動簡訊」使用次數之交叉分析與卡方檢定，結果詳表 12、表 13 所示。當自由度為 10，卡方值為 97.962，P 值<0.05，顯示不同年齡的觀眾與臺博館「活動簡訊」使用次數有顯著差異。其中 50 歲以上族群使用率明顯高於其他年齡層，初次使用族群最多的年齡層落在 19-29 歲，整體而言重複使用率不高。

表 12 年齡 * 「活動簡訊」使用次數之交叉分析

		使用臺博館「活動簡訊」的次數			Total
		第 1 次	約 2-5 次	6 次以上	
年齡	18 歲以下	76	21	2	99
		76.8%	21.2%	2.0%	100.0%
	19-29 歲	90	18	4	112
		80.4%	16.1%	3.6%	100.0%
	30-39 歲	69	19	4	92
		75.0%	20.7%	4.3%	100.0%
	40-49 歲	43	19	7	69
		62.3%	27.5%	10.1%	100.0%
	50-59 歲	17	9	17	43
		39.5%	20.9%	39.5%	100.0%
	60 歲或以上	4	6	9	19
		21.1%	31.6%	47.4%	100.0%
Total		299	92	43	434
% 年齡		68.9%	21.2%	9.9%	100.0%

表 13 年齡 * 「活動簡訊」使用次數之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	97.962a	10	.000

說明：a. 3格(16.7%)預期個數少於5。最小預期個數為1.88。有效觀察值個數434。

經年齡與因「活動簡訊」介紹內容而利用博物館之交叉分析與卡方檢定，結果詳表 14、表 15 所示。當自由度為 5，卡方值為 44.670，P 值<0.05，顯示不同年齡的觀眾在「活動簡訊」介紹內容而利用博物館有顯著差異。其中 50 歲以上族群比例最高，其他各族群分布尚屬平均。

表 14 年齡 *因「活動簡訊」介紹內容而利用博物館之交叉分析

		因「活動簡訊」而利用博物館服務或參與活動		Total
		是	否	
年齡	18 歲以下	27 27.3%	72 72.7%	99 100.0%
	19-29 歲	37 33.3%	74 66.7%	111 100.0%
	30-39 歲	36 38.7%	57 61.3%	93 100.0%
	40-49 歲	31 44.3%	39 55.7%	70 100.0%
	50-59 歲	29 67.4%	14 32.6%	43 100.0%
	60 歲或以上	17 94.4%	1 5.6%	18 100.0%
Total		177	257	434
% 年齡		40.8%	59.2%	100.0%

表 15 年齡 *因「活動簡訊」介紹內容而利用博物館之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	44.670a	5	.000

說明：a.0格預期個數少於5。最小預期個數為7.34。有效觀察值個數434。

經學歷與到臺博館之頻率交叉分析與卡方檢定，結果詳表 16、表 17 所示。當自由度為 20，卡方值為 34.162，P 值<0.05，顯示學歷與到臺博館之頻率間達顯著差異，扣除小學以下學歷大多是家長或老師帶領前往外，學歷越高，到館頻率有漸增的趨勢。

表 16 學歷 *到臺博館之頻率之交叉分析

		到臺博館的頻率						Total
		第一次	每週至少一次	每月至少一次	每半年至少一次	每年至少一次	好幾年一次	
學歷	國小及以下	24 80.0%	0 .0%	1 3.3%	4 13.3%	1 3.3%	0 .0%	30 100.0%
	國(初)中	11 57.9%	1 5.3%	1 5.3%	0 .0%	3 15.8%	3 15.8%	19 100.0%
	高中職	42 54.5%	6 7.8%	6 7.8%	4 5.2%	12 15.6%	7 9.1%	77 100.0%
	大專院校	97 42.0%	24 10.4%	21 9.1%	33 14.3%	25 10.8%	31 13.4%	231 100.0%
	研究所(含)以上	30 38.0%	5 6.3%	9 11.4%	15 19.0%	10 12.7%	10 12.7%	79 100.0%
	Total	204	36	38	56	51	51	436
% 學歷		46.8%	8.3%	8.7%	12.8%	11.7%	11.7%	100.0%

表 17 學歷 *到臺博館之頻率之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	34.162a	20	.025

說明：a.10格(33.3%)預期個數少於5。最小預期個數為1.57。有效觀察值個數436。

另外在複選題部分，經年齡與取得臺博館資訊的方式交叉分析，結果詳表 18 所示。各年齡層取得臺博館資訊的主要來源為官網或 Facebook 等網路平臺，49 歲以下年齡層也多透過口耳相傳取得訊息，50 歲以上則較常透過臺博館海報、看板、掛旗或活動簡訊等文宣品。

表 18 年齡 *取得臺博館資訊的方式之交叉分析

		取得臺博館資訊的方式						Total	
		臺博館 網路平臺	臺博館 文宣品	臺博館 活動簡訊	口耳相傳	其他 電子媒體	其他 平面媒體		其他
年 齡	18歲以下	47 48.0%	12 12.2%	11 11.2%	43 43.9%	14 14.3%	5 5.1%	10 10.2%	98
	19-29歲	53 47.3%	17 15.2%	15 13.4%	36 32.1%	24 21.4%	10 8.9%	14 12.5%	112
	30-39歲	43 46.2%	16 17.2%	8 8.6%	25 26.9%	18 19.4%	5 5.4%	9 9.7%	93
	40-49歲	29 41.4%	20 28.6%	9 12.9%	20 28.6%	10 14.3%	11 15.7%	14 20.0%	70
	50-59歲	21 50.0%	11 26.2%	15 35.7%	11 26.2%	9 21.4%	5 11.9%	5 11.9%	42
	60歲或以上	15 78.9%	10 52.6%	8 42.1%	8 42.1%	4 21.1%	2 10.5%	0 .0%	19
	Total	208	86	66	143	79	38	52	434

2. 滿意度與觀眾背景變項

經年齡與展覽資訊滿意度交叉分析與卡方檢定，結果詳表 19、表 20 所示。當自由度為 20，卡方值為 31.719，P 值<0.05，顯示年齡與展覽資訊滿意度間具顯著差異，其中 18 歲以下觀眾認為非常滿意的比例最高(59.6%)，其次為 19-29 歲(50%)，均超過該族群 50%比例。表達不滿意度比例較高的族群個數過少，不予討論。

表 19 年齡 *展覽資訊滿意度之交叉分析

		展覽資訊滿意度				Total
		非常不滿意	不滿意	滿意	非常滿意	
年齡	18 歲以下	0 .0%	0 .0%	40 40.4%	59 59.6%	99 100.0%
	19-29 歲	0 .0%	1 .9%	55 49.1%	56 50.0%	112 100.0%
	30-39 歲	0 .0%	1 1.1%	51 54.8%	41 44.1%	93 100.0%
	40-49 歲	0 .0%	0 .0%	40 57.1%	30 42.8%	70 100.0%
	50-59 歲	0 .0%	1 2.3%	29 67.4%	13 30.2%	43 100.0%
	60 歲或以上	0 .0%	1 5.3%	10 42.7%	8 42.1%	19 100.0%
	Total % 年齡	0 .0%	4 .9%	225 51.6%	207 47.5%	436 100.0%

表 20 年齡 *展覽資訊滿意度之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	31.719 ^a	20	.046

說明：a.13格(43.3%)預期個數少於5。最小預期個數為17。有效觀察值個數436。

經年齡與教育活動滿意度交叉分析與卡方檢定，結果詳表 19、表 20 所示。當自由度為 20，卡方值為 52.558，P 值<0.05，顯示年齡與教育活動滿意度間具顯著差異，其中 18 歲以下觀眾認為非常滿意的比例最高 (59.6%)，其他年齡層均有三成比例。表達不滿意者個數過少，不予討論。

表 21 年齡 *教育活動滿意度之交叉分析

		教育活動滿意度				Total
		非常不滿意	不滿意	滿意	非常滿意	
年齡	18 歲以下	0 .0%	1 1.0%	39 39.4%	59 59.6%	99 100.0%
	19-29 歲	0 .0%	0 .0%	77 68.8%	35 31.2%	112 100.0%
	30-39 歲	0 .0%	0 .0%	57 61.3%	36 38.7%	93 100.0%
	40-49 歲	0 .0%	2 2.9%	41 58.6%	27 38.6%	70 100.0%
	50-59 歲	0 .0%	0 .0%	31 72.1%	12 27.9%	43 100.0%
	60 歲或以上	0 .0%	2 10.5%	11 57.9%	6 31.6%	19 100.0%
	Total % 年齡	0 .0%	5 1.1%	256 58.7%	175 41.1%	436 100.0%

表 22 年齡 * 展覽資訊滿意度之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	52.558 ^a	20	.000

說明：a.13格(43.3%)預期個數少於5。最小預期個數為22。有效觀察值個數436。

經年齡與附加資訊滿意度交叉分析與卡方檢定，結果詳表 23、表 24 所示。當自由度為 20，卡方值為 39.235，P 值<0.05，顯示年齡與附加資訊滿意度間具顯著差異，其中 18 歲以下觀眾認為非常滿意的比例最高(49.5%)，其他各年齡層都有約 6 成表示滿意，2-3 成表示非常滿意。而 30-39 歲表達不滿意者達 5.4%，雖比例不高仍需留意，60 歲或以上表達不滿意者雖達 15.8%，但個數過少，不予討論。

表 23 年齡 * 附加資訊滿意度之交叉分析

		附加資訊滿意度				Total
		非常不滿意	不滿意	滿意	非常滿意	
年齡	18 歲以下	0 .0%	1 1.0%	49 49.5%	49 49.5%	99 100.0%
	19-29 歲	0 .0%	2 1.8%	72 64.9%	37 33.3%	111 100.0%
	30-39 歲	0 .0%	5 5.4%	58 62.3%	30 32.3%	93 100.0%
	40-49 歲	0 .0%	2 2.9%	51 58.6%	17 24.3%	70 100.0%
	50-59 歲	0 .0%	4 9.3%	31 72.9%	9 20.9%	43 100.0%
	60 歲或以上	0 .0%	3 15.8%	11 57.9%	5 26.3 %	19 100.0%
	Total % 年齡	0 .0%	17 3.9%	271 62.3%	33 7.6%	435 100.0%

表 24 年齡 * 附加資訊滿意度之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	39.235 ^a	20	.006

說明：a.14格(46.7%)預期個數少於5。最小預期個數為.74。有效觀察值個數435。

經學歷與教育活動滿意度交叉分析與卡方檢定，結果詳表 25、表 26 所示。當自由度為 16，卡方值為 39.343，P 值<0.05，顯示學歷與教育活動滿意度間具顯著差異。其中國小及以下觀眾認為非常滿意的比例最高(76.7%)，其次為高中職學歷(49.4%)。而表達不滿意者個數過少，不予討論。

表 25 學歷 *教育活動滿意度之交叉分析

		教育活動滿意度				Total
		非常不滿意	不滿意	滿意	非常滿意	
學歷	國小及以下	0 .0%	1 3.3%	6 20%	23 76.7%	30 100.0%
	國(初)中	0 .0%	0 .0%	11 57.9%	8 42.1%	19 100.0%
	高中職	0 .0%	1 1.3%	38 49.4%	38 49.4%	77 100.0%
	大專院校	0 .0%	2 .9%	148 64.1%	81 35.1%	231 100.0%
	研究所(含)以上	0 .0%	1 1.3%	53 67.1%	25 31.6%	79 100.0%
Total %學歷		0 .0%	5 1.1%	256 58.7%	175 40.1%	436 100.0%

表 26 學歷 *教育活動滿意度之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	39.343 ^a	16	.001

說明：a.11格(44%)預期個數少於5。最小預期個數為22。有效觀察值個數436。

經學歷與附加資訊滿意度交叉分析與卡方檢定，結果詳表 27、表 28 所示。當自由度為 16，卡方值為 41.418，P 值<0.05，顯示學歷與附加資訊滿意度間具顯著差異。其中國小及以下觀眾認為非常滿意的比例最高(63.4%)，其次為高中職學歷(47.4%)。而研究所以以上學歷表達不滿意者達 7.6%，雖比例不高仍需留意。

表 27 學歷*附加資訊滿意度之交叉分析

		參觀資訊滿意度				Total
		非常不滿意	不滿意	滿意	非常滿意	
學歷	國小及以下	0 .0%	1 3.3%	10 33.3%	19 63.4%	30 100.0%
	國(初)中	0 .0%	0 .0%	10 52.6%	9 47.4%	19 100.0%
	高中職	0 .0%	2 2.6%	42 54.6%	33 42.9%	77 100.0%
	大專院校	0 .0%	8 3.5%	157 68.3%	65 28.2%	230 100.0%
	研究所(含)以上	0 .0%	6 7.6%	52 65.8%	21 26.6%	79 100.0%
Total %學歷		0 .0%	17 3.9%	271 62.3%	147 33.8%	435 100.0%

表 28 學歷*附加資訊滿意度之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	41.418 ^a	16	.000

說明：a.11格(44%)預期個數少於5。最小預期個數為.74。有效觀察值個數435。

3. 使用偏好與觀眾背景變項

經年齡與喜歡的「活動簡訊」頁面尺寸之交叉分析與卡方檢定，結果詳表 29、表 30 所示。當自由度為 10，卡方值為 34.925，P 值<0.05，顯示不同年齡在尺寸偏好上有顯著差異。其中 60 歲以上喜歡大尺寸的比例最高(88.9%)，30-39 歲喜歡小尺寸的比例最高(29.7)，凡 50 歲以上族群都有約 8 成的比例喜歡原尺寸，19-39 歲族群的偏好尺寸則分散較平均。

表 29 年齡 * 喜歡的「活動簡訊」頁面尺寸之交叉分析

		喜歡的「活動簡訊」頁面尺寸			Total
		目前的尺寸	約目前的 1/2	存摺或護照	
年齡	18 歲以下	59 60.8%	25 25.8%	13 13.4%	97 100.0%
	19-29 歲	50 44.6%	32 28.6%	30 26.8%	112 100.0%
	30-39 歲	36 39.6%	28 30.8%	27 29.7%	91 100.0%
	40-49 歲	36 52.2%	19 27.5%	14 20.3%	69 100.0%
	50-59 歲	32 78.0%	3 7.3%	6 14.6%	41 100.0%
	60 歲或以上	16 88.9%	1 5.6%	1 5.6%	18 100.0%
	Total % 年齡	229 53.5%	108 25.2%	91 21.3%	428 100.0%

表 30 年齡 * 喜歡的「活動簡訊」頁面尺寸之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	34.925 ^a	10	.000

說明：a. 2格(11.1%)預期個數少於5。最小預期個數為3.83。有效觀察值個數428。

經年齡與可接受的最小文字尺寸之交叉分析與卡方檢定，結果詳表 31、表 32 所示。當自由度為 15，卡方值為 30.477，P 值<0.05，顯示不同年齡在可接受的最小文字尺寸偏好上有顯著差異。其中 50 歲以上族群均超過 9 成選擇 7 級字，整體而言，可接受小文字尺寸的比例隨年齡增加遞減。

表 31 年齡 *可接受的最小文字尺寸之交叉分析

		可接受的最小文字尺寸				Total
		7 級	6 級	5 級	4 級	
年齡	18 歲以下	63 64.3%	20 20.4%	11 11.2%	4 4.1%	98 100.0%
	19-29 歲	74 66.1%	30 26.8%	8 7.1%	0 .0%	112 100.0%
	30-39 歲	64 68.8%	21 22.6%	7 7.5%	1 1.1%	93 100.0%
	40-49 歲	48 68.6%	16 22.9%	6 8.6%	0 .0%	70 100.0%
	50-59 歲	38 90.5%	3 7.1%	1 2.4%	0 .0%	42 100.0%
	60 歲或以上	19 100.0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	19 100.0%
Total		306	90	33	5	434
% 年齡		70.5%	20.7%	7.6%	1.2%	100.0%

表 32 年齡 *可接受的最小文字尺寸之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	30.477 ^a	15	.010

說明：a. 9 格(37.5%)預期個數少於 5。最小預期個數為 .22。有效觀察值個數 434。

經年齡與喜歡的資訊整理方式之交叉分析與卡方檢定，結果詳表 33、表 34 所示。當自由度為 15，卡方值為 46.135，P 值<0.05，顯示不同年齡喜歡的資訊整理方式有顯著差異。其中 60 歲以上族群(63.2%)偏好製作重點小圖標，其餘族群均超過偏好製成表格。而 19-39 歲族群也有 3 成左右的比例喜歡左右分欄。

表 33 年齡 *喜歡的資訊整理方式之交叉分析

		喜歡的資訊整理方式				Total
		製作小圖標	左右分欄	置底醒目標示	製成表格	
年齡	18 歲以下	23 23.2%	23 23.2%	9 9.1%	44 44.4%	99 100.0%
	19-29 歲	20 17.9%	38 33.9%	10 8.9%	44 39.3%	112 100.0%
	30-39 歲	13 14.1%	30 32.6%	3 3.3%	46 50.0%	92 100.0%
	40-49 歲	14 20.0%	12 17.1%	5 7.1%	39 55.7%	70 100.0%
	50-59 歲	13 30.2%	4 9.3%	1 2.3%	25 58.1%	43 100.0%
	60 歲或以上	12 63.2%	0 .0%	1 5.3%	6 31.6%	19 100.0%
Total		95	107	29	204	435
% 年齡		21.8%	24.6%	6.7%	46.9%	100.0%

表 34 年齡 * 喜歡的資訊整理方式之卡方檢定

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
卡方值	46.135 ^a	15	.000

說明：a. 5格(20.8%)預期個數少於5。最小預期個數為1.27。有效觀察值個數435。

(五) 其他

除封閉式問題外，另有 28 位民眾透過開放式問題表示希望文字加大(5 人)、增加英日文版(3 人)、分類再更清楚(3 人)、交通指南更詳細(3 人)、多利用 QR 圖卡(3 人)、設計優良(3 人)等。調查過程中亦有許多民眾會以口頭提供建議，主要為希望以更簡潔的文字呈現內容、分類可以更明確、多考量外國觀光客需求。

綜而言之，從本次調查可發現臺博館活動簡訊設計不論是資訊內容或版面設計均有良好的滿意度，顯示目前的使用者對於此文宣品採肯定正面態度。但問卷發送過程也發現，多數入館者不會主動拿取活動簡訊，不使用者的觀察與使用需求將可作為未來研究內容，以此開發潛在用戶。

六、 研究結論

綜合本研究分析調查結果，提出結論如下：

- (一) 臺博館活動簡訊主要使用者為 39 歲以下具大專院校以上學歷的女性，且多數為學生。

臺博館活動簡訊使用者以女性為多數，年齡多平均分布在 39 歲以下，且 19 至 29 歲起年齡越高觀眾比例越少，至 50 歲以上族群明顯減少。具有大專院校以上學歷者達 71.1%，職業大多為學生，其次為自由業、家管及退休人員等時間分配較彈性的族群，可能受博物館常有學校組團參訪所致。

- (二) 臺博館「活動簡訊」使用者多是第一次到館者，且多肯定「活動簡訊」對利用博物館有幫助。

臺博館活動簡訊的使用者近半數是第一次到館，多數入館者不會主動拿取活動簡訊，也因此大多不曾因活動簡訊利用博物館，但仍有超過 9 成的使用者認為博物館發行活動簡訊有助其利用博物館。

- (三) 民眾習慣透過官方平臺取得資訊，特別是網路平臺。

使用者較常取得臺博館資訊的方式是透過臺博館的網站或 Facebook 等網路平臺、口耳相傳及透過臺博館海報、傳單、看板等文宣品。再加上因路過進來參觀的民眾比例，可發現多數民眾習慣透過官方平臺取得資訊，在廣告宣傳時可多加利用。

- (四) 臺博館活動簡訊的資訊內容及設計風格均具有高滿意度。

臺博館活動簡訊使用者對目前的活動簡訊表達高度肯定，各項目均有超過 95% 人數認為滿意或非常滿意，其中以「參觀資訊」整體評價最佳，「附

加資訊」整體評價較弱。就單一項目而言，則是「展覽資訊」的資訊內容表現較佳，「附加資訊」的資訊內容及版面設計滿意程度較弱。對目前但在研究實施過程中，研究者也觀察到，更高比例的入館者並不會主動拿取活動簡訊，因此在未來需改版時，可優先以小幅調動為主，同時搭配不使用原因調查，以保障既有使用族群並開發潛在使用者。

- (五) 不同年齡與到博物館的頻率、「活動簡訊」使用次數及是否因「活動簡訊」介紹內容而利用博物館者間具有差異性。

從卡方獨立檢定中得知，18歲以下第一次到博物館者比例最高，40-49歲則是好幾年來一次的族群中比例最高，整體到館頻率隨年齡層增加而有提升的趨勢，但多數均超過半年才會來一次。50歲以上族群會再次使用「活動簡訊」的比例明顯高於其他年齡層，且會因「活動簡訊」介紹內容而利用博物館。19-29歲多屬初次使用，整體而言重複使用率大致不高，且年紀越低則受「活動簡訊」引導的比例也越低。由此可知，高齡者對簡訊的依賴度較高且較有機會發展成為博物館常客。

- (六) 不同學歷與到博物館的頻率間具有差異性。

從卡方獨立檢定中得知，學歷為國小以下者第一次到博物館比例最高，而國（初）中學歷者好幾年來一次者比例最高，到館頻率隨學歷增加而有提升的趨勢。

- (七) 不同年齡與臺博館現行活動簡訊的「展覽資訊」、「教育活動」的滿意度，以及學歷與「教育活動」、「附加資訊」的滿意度具差異性。

從卡方獨立檢定中得知，29歲以下認為「展覽資訊」非常滿意的比例最高，18歲以下認為「教育活動」及「附加活動」非常滿意的比例最高，特別是國小以下學歷的民眾，可能與教育活動主要對象為學生族群有關，惟可留意的是隨年齡增加，各項目非常滿意的比例有微幅下降的趨勢，特別是50至59歲區間的民眾。。

- (八) 不同年齡與喜歡的頁面尺寸、可接受最小文字及資訊整理方式間具差異性。

從卡方獨立檢定中得知，60歲以上喜歡大尺寸的比例最高，30-39歲喜歡小尺寸的比例最高，而19-39歲3種尺寸的喜好程度分布趨於平均。50歲以上族群可接受最小文字為7級字的比例超過9成，年齡越低可接受小文字的比例越高。資訊整理方式部分，60歲以上喜歡製作小圖標的比例最高，19-29歲較喜歡左右分欄，其他年齡層均較喜歡製成表格。

七、 建議

博物館的觀眾來自四面八方，有不同的使用偏好和習慣，然而在有限資源下，通常會採通用性文宣，再針對特定目標對象或訴求發展不同版本。博物館發行活動簡訊除了有助觀眾掌握博物館展覽與活動資訊，也有協助館員自我管控時程的功能，有其存在的必要性。以下依研究調查結果，提出未來改版優化建議如下：

- (一) 透過購票時主動發送、增加發送點及不使用者研究開發潛在使用群。

目前臺博館「活動簡訊」的發送方式是放在傳單架由民眾自行取閱，

但容易被初次入館者忽略，本研究建議未來在售票時可隨票提供「活動簡訊」，並在館外尋找寄發的地點化被動為主動，另可將不使用者的觀察與需求列入未來研究內容，開發潛在用戶。

(二) 善用官方平臺，多利用網路平臺及公文發布資訊強化傳播率。

配合使用者習慣，在資訊傳布時，50歲以上高齡者可多利用網路平臺或現場文宣品，學生族群可多利用公文，以口耳相傳的方式傳播。另外可建立臺博館的網路會員名單，發展行動載具閱讀版本，於電子版出版時同步發送，增加資訊傳播率。

(三) 提供有變化的附加資訊以提高臺博館活動簡訊整體滿意度。

建議在附加資訊的提供上可增加內容的變化性，例如精選藏品介紹、博物館冷知識專欄或文創品介紹等；此外也可增加博物館商店的特色商品或折扣，增加民眾使用意願。

(四) 保留目前版面尺寸，在內文文字採用 10.5 級以上的圓體字或黑體字。

不論是活動簡訊偏好的尺寸、字級的選用上，民眾都呈現偏好大尺寸的情況，但現行的活動簡訊字級使用多在 10 級以下，建議調整到 10.5 級以上更有助閱讀效能。

(五) 運用網路平臺延伸資訊，並多利用表格化整理紙本的內容使其更簡潔明瞭。

為兼顧使用者認為段落文字內容不宜過多、各項資訊應完整提供、發行電子版的期待。研究建議以表格化或清單的方式呈現資訊，較長的文字說明以詳見網站或提供 QR 圖卡的方式延伸。在段落文字的編排上，每段文字控制在 150 字以內，單一頁面寬度達 12 公分以上時，段落文字每行長度不要超過版面三分之二。而在活動資訊的呈現上，先有明確的地點分類，再輔以活動類型將更有助資訊內容傳遞。

(六) 開發適合國外觀光客使用的版本，強化參觀資訊及導引內容。

據研究調查過程的觀察，發現臺博館參觀民眾有許多為國外旅客，此類旅客多為初次到訪，對週邊環境及本國語言不甚熟悉，較本國民眾更需指引文件。研究者 2016 年參觀美國華盛頓區的博物館時發現，許多博物館都有針對國外觀光客設計的簡易版本，除提供博物館展覽介紹，也提供當週活動或觀光導覽資訊，可與之借鑑。

參考書目

- American Association of Museums (1984). *Museums for a new century : a report of the Commission on museums for a new century*. Washington, D.C., American Association of Museums.
- D. C. Covert(1987). *Color preference conflicts in visual compositions*. *Newspaper Research Journal*, 9(1),49-59.
- Mario R.Garcia(1993). *Contemporary Newspaper Design*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ronald R. Powell(1997). *Basic Research Methods for Librarians*, 3rd ed. London : Alex Publishing Corporation.
- 日本視覺設計研究所 (1987)。編排與構成。臺北市：嘟嘟出版社。
- 王美綉 (2008)。博物館文宣出版品：從博物館整體行銷觀點的探究。碩士論文，國立臺北藝術大學。臺北市。
- 王祿旺 (2009)。小型報版面設計之閱讀效能研究。中華印刷科技年報，219-233。
- 林昆範 (2007)。引領閱讀的編排設計。科學發展，417期，56-61。
- 林潔盈 (譯) (2002)。如何行銷博物館 (原作者：Sharron Dickman)。臺北市：五觀。
- 郝芳 (1998)。中文常用印刷字體之易讀性及其意象研究 (碩士論文)。國立雲林科技大學視覺傳達設計學研究所。
- 秦裕傑 (2005)。再論博物館社會資源與行銷。博物館學季刊，19(1)，115-124。
- 黃光男 (2007)。博物館企業。臺北市：藝術家出版社。
- 黃振輝 (1993)。淺談電排技術。臺北國際圖書出版暨印刷技藝展大會專刊。
- 饒真強 (2005)。海報文案編排設計與文字色彩對視覺掌握廣度的影響 (碩士論文)。國立臺灣科技大學設計研究所。

附件一 博物館活動簡訊分析表

	國立臺灣博物館	國立臺灣史前文化博物館	國立臺灣美術館	國立中正紀念堂管理處	國立科學工藝博物館	國立科學教育館
一、首頁資訊設計						
資訊內容	單位名稱、出版日期、文宣品名、工作團隊	單位名稱、出版日期、文宣品名	單位名稱、出版日期、文宣品名	單位名稱、出版日期、文宣品名	單位名稱、出版日期、文宣品名	單位名稱、出版日期、文宣品名
封面設計	全版圖_特展海報	全版圖_特展海報	文字符碼	組合圖_特展	全版圖_照片	全版圖_特展海報
二、版面設計						
2.1 文字						
字體	索引標籤-明體 分類標題及內文-黑體	索引標籤-黑體 分類標題-明體 內文-黑體	黑體	粗黑體	索引標籤及分類標題-明體 內文-圓體	索引標籤-明體 分類標題及內文-黑體
字級	內文 10pt 文字最小至 7pt	內文 10pt 文字最小至 8pt	內文 8pt 文字最小至 5pt	內文 8pt 文字最小至 5pt	內文 8pt 文字最小至 5pt	內文 12pt 文字最小至 8pt
段落字數	段落文字每行最多 50 字；全段最多約 200 字	段落文字每行最多 29 字；全段最多約 200 字	段落文字每行最多 40 字；全段最多約 300 字	段落文字每行最多 33 字；全段最多約 120 字	段落文字每行最多 35 字；全段最多約 220 字	段落文字每行最多 48 字；全段最多約 230 字
2.2 色彩						
背景	3 色(每期調整)	白	3 色 (每期調整)	白、灰	白	白
文字顏色	單一頁：2-3 種	單一頁：3-5 種	單一頁：2-3 種	單一頁：1-2 種	單一頁：1-4 種	單一頁：1-4 種
版面用色	單一頁：1-2 色	單一頁：1 色	單一頁：1 色	單一頁：1-2 色	單一頁：1-2 色	單一頁：1 色
2.3 圖像						
類別	照片、海報、插畫	照片、海報	照片、海報、插畫	照片、海報、向量圖標	照片、海報、向量圖	照片、海報、向量圖
編排	一文一圖	一文 1-3 圖	一文一圖	一文 1-2 圖	一文一圖	一文一圖

附件一 博物館活動簡訊分析表

		國立臺灣博物館	國立臺灣史前文化博物館	國立臺灣美術館	國立中正紀念堂管理處	國立科學工藝博物館	國立科學教育館
2.4	版型結構						
	視覺動線	左上至右下	左上至右下	左上至右下	左上至右下	左上至右下	左上至右下
	版面數	6	8	14	12	14	6
	規格	單張摺頁，左右 2 摺，摺完尺寸約長 28、寬 19 公分	單張摺頁，左右 W 型 3 摺，摺完尺寸約長 25、寬 13 公分	單張摺頁，上下 W 型 6 摺，摺完尺寸約長 10、寬 21 公分	單張摺頁，左右 W 型 5 摺，摺完尺寸約長 10、寬 21.4 公分	單張摺頁，左右 W 型 6 摺，摺完尺寸約長 12.2、寬 25 公分。	單張摺頁，左右 2 摺，摺完尺寸約長 28、寬 19 公分
	導覽方式	分類索引標籤	分類索引標籤	分類索引標籤	分類索引標籤	分類索引標籤（特殊設計）	分類索引標籤
三、資訊內容							
	展覽資訊	常設展覽、特別展覽-簡介 線上展覽及學習資源-網址	特展-簡介 常設展-清單	特展-行事曆、簡介	特展-簡介	特展、常設展-簡介	特展訊息-簡介
	活動資訊_標示及類別	「教育活動」下，以活動類型或地點分設小標。 包括特展活動、節慶活動、友善新住民與移工系列活動、特別活動、環教小學堂、南門園區活動、博物館尋寶記	直接依活動類型或地點標示。 包括異業合作、講座、主題活動、專案計畫系列演講、教育資源中心、優惠訊息、卑南文化公園	於「活動訊息」下，提供行事曆列表、活動簡介 2-3 則。	分講座、活動、導覽 3 類	直接依活動類型標示。 包括電影、蒐藏研究、科教活動	以活動類型設小標。 包括 Maker 活動、熱門預告、科學 Talk Bar、展場活動、兒探館活動、暑期營隊
	活動資訊_內容	簡介+參加資訊（時	簡介+參加資訊（時	簡介+參加資訊（時	簡介+參加資訊（時	簡介+參加資訊（時	簡介+參加資訊（時

附件一 博物館活動簡訊分析表

	國立臺灣博物館	國立臺灣史前文化博物館	國立臺灣美術館	國立中正紀念堂管理處	國立科學工藝博物館	國立科學教育館
	間、地點、費用、對象、報名方式、報到方式、聯絡人、備註)	間、地點、費用、對象、報名方式、聯絡人)	間、地點、聯絡人)	間、地點、費用、對象、報名方式、聯絡人)	間、地點、報名方式)	間、地點、對象、報名方式、聯絡人、注意事項)
參觀資訊	開放時間、購票資訊、參觀須知、地圖	開放時間、票價公告、導覽服務、交通指南、地圖	開放時間、參觀服務、交通資訊、地圖	哺乳室資訊、交通資訊、開放時間、地圖	開放時間、票價表、演示活動、公共服務、交通位置、停車指南、地圖	開放時間、購票資訊、參觀須知、地圖
聯絡資訊	地址、電話、網址、線上社群服務平臺位址	地址、電話、網址、Email、FB	地址、電話、網址	地址、電話、網址、FB	地址、電話、網址、FB	地址、電話、網址、FB
其他	賣店資訊	主題活動紀念品店、工作團隊	中英對照，可付費索取。	電子檔下載位址、意見反映管道。 中英對照	文創小舖、博物館商店、場地租借、詳細樓層指引及美食地圖、館長的話	
四、發行情況						
出版週期	月刊	雙月刊	雙月	季刊	雙月刊	月刊
年發行量	72,000	76,000 (寒暑假較多)	60,000	36,000	100,000	96,000
出版型式	紙本、電子	紙本	紙本	紙本、電子	紙本、電子	紙本
名稱	活動簡訊 Newsletter	Newsletter	館訊 Newsletter	活動節目簡介 Program Guide	科工館訊 Newsletter	科教館訊
分析期數	2016年9月、10月	2016年9-10月號	2016年228期、229期	2016年93期、94期	2016年9-10月號	2016年6月

國立臺灣博物館「活動簡訊」使用調查問卷

您好：

本調查結果將做為臺博館優化文宣品之參考，**若您沒有使用臺博館「活動簡訊」的經驗，敬請不要填答**，十分感謝您的協助，祝您平安順利！

國立臺灣博物館 研究助理林佳葦(jwlin@ntm.gov.tw) 敬啟

一、臺博館「活動簡訊」利用情況

- 請問您到臺博館的頻率約為：

<input type="checkbox"/> 第一次	<input type="checkbox"/> 每週至少一次	<input type="checkbox"/> 每月至少一次
<input type="checkbox"/> 每半年至少一次	<input type="checkbox"/> 每年至少一次	<input type="checkbox"/> 好幾年一次
- 您通常從何處獲取臺博館展覽或活動資訊（可複選）

<input type="checkbox"/> 臺博館網路平臺（網站、FB 等）	<input type="checkbox"/> 臺博館文宣品（海報、傳單、看板）
<input type="checkbox"/> 臺博館文宣品（活動簡訊）	<input type="checkbox"/> 朋友口耳相傳
<input type="checkbox"/> 其他電子媒體（網路、廣播等）	<input type="checkbox"/> 其他平面媒體（報紙、期刊、雜誌等）
<input type="checkbox"/> 其他（請說明）_____	
- 請問您過去使用臺博館「活動簡訊」的次數為：

<input type="checkbox"/> 第 1 次	<input type="checkbox"/> 約 2-5 次	<input type="checkbox"/> 6 次以上
--------------------------------	----------------------------------	--------------------------------
- 您是否曾因「活動簡訊」介紹內容而參加博物館活動

<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否
----------------------------	----------------------------
- 臺博館「活動簡訊」是否有助您利用博物館服務或參與活動

<input type="checkbox"/> 非常同意	<input type="checkbox"/> 同意	<input type="checkbox"/> 不同意	<input type="checkbox"/> 非常不同意
-------------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

二、「活動簡訊」使用滿意度

請參閱臺博館「活動簡訊」，依您的滿意程度勾選下列選項。

展覽資訊（常設展覽/特別展覽）

- | | | | | |
|--------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 1)資訊內容 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |
| 2)版面設計 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |

教育活動

- | | | | | |
|--------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 3)資訊內容 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |
| 4)版面設計 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |

參觀資訊（含開放時間、購票資訊、參觀須知、地圖）

- | | | | | |
|--------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 5)資訊內容 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |
| 6)版面設計 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |

附加資訊（含博物館賣店、線上資源）

- | | | | | |
|--------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 7)資訊內容 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |
| 8)版面設計 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 |

附件二 國立臺灣博物館「活動簡訊」使用調查問卷

三、「活動簡訊」使用偏好

1. 請選出下列尺寸中，您較喜歡的「活動簡訊」頁面尺寸

- 臺博館目前活動簡訊尺寸
- 長條式，約臺博館目前活動簡訊二分之一
- 存摺或護照大小

2. 請選出下表中，您最喜歡的內文字形

<input type="checkbox"/> 圓體	「流轉的騎跡」特展-專家導覽 臺博館配合「流轉的騎跡：臺灣民生與腳踏車」特展推出專家導覽，將帶領民眾回憶自行車與生活記憶的故事，瞭解自行車承載的角色多樣性，歡迎一起認識自行車的各種面貌。
<input type="checkbox"/> 明體	「流轉的騎跡」特展-專家導覽 臺博館配合「流轉的騎跡：臺灣民生與腳踏車」特展推出專家導覽，將帶領民眾回憶自行車與生活記憶的故事，瞭解自行車承載的角色多樣性，歡迎一起認識自行車的各種面貌。
<input type="checkbox"/> 黑體	「流轉的騎跡」特展-專家導覽 臺博館配合「流轉的騎跡：臺灣民生與腳踏車」特展推出專家導覽，將帶領民眾回憶自行車與生活記憶的故事，瞭解自行車承載的角色多樣性，歡迎一起認識自行車的各種面貌。

3. 請選出下表中，您覺得最舒適的段落文字字體大小

<input type="checkbox"/> 12 級字	臺博館配合「流轉的騎跡：臺灣民生與腳踏車」特展推出專家導覽，將透過活動與講師帶領民眾回憶自行車與生活記憶的故事，邀請大家一起瞭解自行車承載的角色多樣性，及在民眾生活中的各種面貌。
<input type="checkbox"/> 11 級字	臺博館配合「流轉的騎跡：臺灣民生與腳踏車」特展推出專家導覽，將透過活動與講師帶領民眾回憶自行車與生活記憶的故事，邀請大家一起瞭解自行車承載的角色多樣性，及在民眾生活中的各種面貌。
<input type="checkbox"/> 10 級字	臺博館配合「流轉的騎跡：臺灣民生與腳踏車」特展推出專家導覽，將透過活動與講師帶領民眾回憶自行車與生活記憶的故事，邀請大家一起瞭解自行車承載的角色多樣性，及在民眾生活中的各種面貌。

附件二 國立臺灣博物館「活動簡訊」使用調查問卷

<input type="checkbox"/> 9 級字	臺博館配合「流轉的騎跡：臺灣民生與腳踏車」特展推出專家導覽，將透過活動與講師帶領民眾回憶自行車與生活記憶的故事，邀請大家一起瞭解自行車承載的角色多樣性，及在民眾生活中的各種面貌。
-------------------------------	---

4. 請選出您可接受的最小文字尺寸

- 7 級字 臺北市襄陽路 2 號
 6 級字 臺北市襄陽路 2 號
 5 級字 臺北市襄陽路 2 號
 4 級字 臺北市襄陽路 2 號

5. 請選出您最喜歡的資訊呈現方式

行事曆

清單式

段落式

The image shows three different ways to present activity information. On the left is a calendar grid with dates and activity icons. In the middle is a list of activities with titles, dates, and descriptions. On the right is a paragraph of text with small images and icons interspersed.

6. 請選出您最喜歡的活動資訊呈現版型

相關資訊製成小圖標


相關資訊列於右方

<p>《聽見文學 看見音樂》講座音樂會： 2016樂見莎士比亞</p> <p>2016.11.26(六)14:30-16:00 / 國立臺灣文學館·1F演講廳 主辦/國立中山大學文學院 協辦/國立臺灣文學館</p> <p>適逢全世界紀念莎士比亞逝世四百週年，藉〈2016樂見莎士比亞〉串起文字的樂符，緬懷頌揚偉大劇作家，並共襄盛舉國際藝文盛事。本活動將以莎士比亞的兩齣愛情劇《肅人自擾》、《羅密歐與茱麗葉》為主軸，讓觀眾聆聽愛情的語言、並洞見愛情的呢喃與喧囂。</p> <p>■ 本活動免索票自由入場 ■ 洽詢電話：07-5252000轉3006。</p> <p>350元 2小時 研習時數</p>	<p>舞蹈類 - 拉拉的世界</p> <p>親子玩藝 07/09、23 師資：楊欣如、何嘉恩</p> <p>讓我們一起了解拉拉舞蹈的精神！感受被鼓勵、被加油、被支持的力量有多麼的強大！孩子們在學習的過程當中需要很多的愛與關懷及認可，就讓我們在拉拉的世界當中感受最美好的親子關係吧！ ※ 請穿著輕便服裝、自備水壺</p> <p>相關資訊 Information 200(一票兩人同行)</p> <ul style="list-style-type: none"> 兩廳院售票系統 文山劇場 07/09、07/23 週六 10:00-12:00 文山劇場十樓教室 02-2933-2199#505
<p><input type="checkbox"/> 相關資訊列於下方</p>	<p><input type="checkbox"/> 相關資訊以表格呈現</p>

附件二 國立臺灣博物館「活動簡訊」使用調查問卷

自然魔法師教育展
「創客有藝手」工作坊

The Magic of Nature: Digital Interaction with Artworks
'Art MAKER' Workshop



Maker「創客」，是從「想」到「做」的實踐。當藝術與Maker相遇會產生什麼樣火花？本工作坊以「自然魔法師教育展」新媒體展示與「靜與動」、「虛與實」之延伸，藉由自然景物觀察、啟發、讓參與者實現自我想像世界；課程除結合教育展數位科技展示創意，與新媒體展示所激發想像到符合實做之Maker精神，並透過感知晶片、互動及原創性的數位科技，讓參與者體會自創者的創意精神，將透過課程讓參與者學習結構、組合的空間概念及科技的應用，將人人都是自創者Maker精神延伸到生活層面。活動詳情請上本館網站查詢或電洽：04-23723552轉324林小姐。

6/26.7/23.24 & 8/14.8/21/2016

地點 | 2樓研習教室 | 2F Seminar Room

【自轉城內】主題導覽

臺博館所在的城中一帶，有許多古蹟及歷史記憶存在其中，見證了臺北城市的流變與發展。特展導覽將還原自行車普及的古早情境，再逐步造訪那些自行車可及的經典建築遺景，細數歷史繁華。■講師：凌宗魁 / 本館展示企劃組規畫師、本館教育推廣組導覽員■對象：一般民眾■費用：300元(含師資、門票、導覽機)，低收入戶者免費■報名方式：1.網路報名：30名(13:15前報到)；2.現場報名：6名(11:00於本館服務臺受理現場報名及候補登記)■聯絡人：教育推廣組 郭元興、呂錦瀚 (02)2382-2699 分機 413、467

日期	時間	主題	地點
11/13 11/27 (日)	13:30-14:00	「流轉的騎跡」 特展導覽	本館一樓展廳
	14:30-16:30	城區經典建築遺景導覽	臺博館周遭

7. 閱讀活動資訊時，您偏好的分類方式為

- 依活動場館，例如總館、土銀展示館、南門園區
- 依活動類型，例如講座、特展活動、環教活動、兒童營隊、節慶活動...
- 依活動日期
- 依活動主題，例如特展活動、館慶系列活動等

8. 以下輔助說明的方式，何者對您取得進一步資訊有幫助？(可複選，無則免勾)

- 在說明中列出網址，例如：報名請至臺博館官網 (www.ntm.gov.tw)
- 在傳單中附完整查詢途徑。例如：報名請至臺博館官網 (www.ntm.gov.tw) -活動專頁-線上報名
- 提供 QR 圖卡
- 詳述報到方式。例如：1.網路報名：70名(13:50前土銀展示館服務臺完成報到，逾時名額開放現場報名民眾參加)；2.現場報名：額滿為止(13:30於土銀展示館服務臺受理現場報名)

9. 官網發布「活動簡訊」電子版是否有助您獲得臺博館活動資訊？

- 是
- 否

10. 您對「活動簡訊」是否有其他建議，敬請惠賜。

四、個人背景資料

1. 性別：男 女
2. 年齡：
- 18歲以下 19-29歲 30-39歲 40-49歲
- 50-59歲 60歲或以上

附件二 國立臺灣博物館「活動簡訊」使用調查問卷

3. 學歷：

國小及以下

國(初)中

高中(職)

大專院校

研究所(含)以上

4. 職業：

軍公教

服務業

資訊業

工商製造業

學生

金融保險業

農林漁牧礦

退休人員

自由業

家庭管理

其他(請說明)_____