

國內外檔案館運用社群媒體 現況分析

王瑛寬
國立政治大學圖書資訊與檔案學研究所碩士生
林巧敏
國立政治大學圖書資訊與檔案學研究所副教授

報告流程

- 壹、前言
 - 研究背景與動機
 - 研究目的
- 貳、社群媒體的意義與發展
 - 社群媒體的意義
 - 社群媒體的主要功能
 - 主要研究的社群媒體類型
- 參、社群媒體在檔案館運用概況
 - 美國國家檔案暨文件署(NARA)
 - 英國國家檔案館(NA)
 - 加拿大國家圖書館暨檔案館(LAC)
 - 國家發展委員會檔案管理局
- 肆、檔案館社群媒體功能與內容分析
 - 應用情形
 - 呈現的資料類型
 - 經營的內容主題
 - 媒體豐富度
- 伍、結論與建議

壹、前言

- 藉由社群媒體多元的呈現方式，將原來純文字內容轉變為附有影音或圖像之貼文相較於傳統的機構網站，可提供更多吸引使用者興趣的內容，成為宣傳檔案館特色館藏的重要途徑。
- 目前國外檔案典藏機構已有建置符合需求之社群媒體，擁有眾多社群媒體工具的機構，如：美國國家檔案暨文件署(National Archives and Records Administration, 簡稱NARA)、英國國家檔案館(The National Archives, 簡稱NA)、加拿大、法國、愛爾蘭、澳洲、紐西蘭等國，均有廣為人知的社群媒體。
- 如何善用媒體工具滿足使用者需求，並營造檔案館希望經營的目標，是檔案館必須關注的問題。

貳、社群媒體的意義與發展

- 社群媒體是內容(content)、社群(communities)與Web2.0服務平台三個面向的混合體，使用者可藉此和社會大眾、公司機構與地方政府進行互動。(Ahkqvist, Back, Halonen, & Heimonen, 2008)
- Kietzmann、Hermkens、McCarthy與 Silverstre (2011)認為：社群媒體不僅是檔案館與讀者溝通的橋樑，更是一個重要的推廣途徑，其功能可歸納為下述七項：
 - 一、識別(Identify)
 - 二、溝通(Conversation)
 - 三、分享(Sharing)
 - 四、表現(Presence)
 - 五、連結(Relationship)
 - 六、形象(Reputation)
 - 七、族群(Groups)

貳、社群媒體的意義與發展

- 檔案典藏機構要依照不同館藏發展方向與藏品的特色，選擇適當的社群媒體，提供使用者需要的檔案資源。
- 目前較常被採用之社群媒體功能，包括：
 - 一、部落格(Blog)：一種透過網路平台而成的線上日誌。
 - 二、播客(Podcast)：MP3播放器與廣播機能的結合。
 - 三、Flickr：讓使用者在線上儲存、分類、搜尋和分享相片。
 - 四、YouTube：使世界各地的使用者能夠上傳各種內容的數位影片。
 - 五、推特(Twitter)：允許用戶以簡短字句及時更新動態消息的部落格形式。
 - 六、維基(Wiki)：允許人們透過編輯文字、增添圖像共同協作建立的網站。
 - 七、臉書(Facebook)：一種包含微網誌功能的高整合度社交網站。

參、社群媒體在檔案館運用概況

一、美國國家檔案暨文件署(National Archives and Records Administration, 簡稱NARA)

- (一) 部落格(Blog)
 - 美國NARA部落格的更新速度為每1-2個月發布1篇。
 - 編寫的內容範圍除了檔案館的最新服務(如：線上目錄系統)外，還包含其特色館藏的數位化進程，以及對使用者意見的回饋。
 - 目前觀察，其使用率並不高，每篇文章底下最多僅有2則回應。
- (二) Flickr
 - NARA自2009年2月即開始使用Flickr作為其相片資料推廣管道。
 - 檔案人員將這些相片依特色分為210本相簿，再將這些相簿以不同主題類別歸納為14冊珍藏集供下載取用。
 - 館方亦利用Flickr的互動機制，邀請使用者一起來辨識相片中的人物與確切的拍攝日期，期望能更加瞭解這些老照片的來龍去脈。

參、社群媒體在檔案館運用概況

(三) YouTube

- 2009年NARA亦開始經營其YouTube頻道，將修復好的影片、座談會錄影資料與檔案館介紹影片上傳至此社群媒體。
- 依主題性質分類為不同的「播放清單」。在此頻道中，主力宣傳項目有四：About the Archives、Public Programs & Important Events at the National Archives、Inside the Vaults 和 Veteran's Day。

(四) 推特

- NARA早於2009年開始經營其推特帳號，在2010年從原本的帳號改換為「US National Archives」作為推廣服務的統一平台。
- 在所有的社群媒體當中，推特的更新速度也是最快的一平均發文速度為1至4小時1則。
- 推文內容多為檔案館的活動或政策宣傳、數位化的相片和修復完成的紙本檔案、影片或聲音檔出現的次數相對較少。

7

參、社群媒體在檔案館運用概況

(五) 維基協作平台

- 和其他社群媒體比較，NARA的維基協作平台是畫面最簡明的Web2.0平台工具。
- 一經註冊，任何人都可以在既有的框架下撰寫內文。
- 此平台成立目的並不是要和一般大眾宣傳或推廣檔案館的活動和特色館藏，而是希望檔案專業研究者可以增加相關條文，所以網站中國像或影音檔案的出現次數也偏少，平台中多為文字或表格。
- 同時也很難看出每篇文章的瀏覽和轉貼次數。
- 2015年4月經再次查看發現NARA的維基協作平台已經關閉，不再經營。

(六) 臉書

- 在美國NARA的網站上，雖然可以看到依活動性質或主題類型而設立的臉書粉絲專頁連結，但現在多已整合進「US National Archives」作為統一宣傳管道。
- 「US National Archives」於2009年啟用，平均2-4小時會發布一則動態消息，更新速度僅次於推特。
- 臉書與推特最不一樣的地方在於：臉書的貼文內容並沒有字數限制。因此，檔案人員常將相片、數位化的紙本資料或影音檔案連同介紹的文字一併上傳至臉書平台。
- 使用者對於臉書上每則貼文的回應次數都比部落格多，分享的次數也較推特來得頻繁，就其使用率觀之有參與愈來愈多的趨勢。

8

參、社群媒體在檔案館運用概況



圖1 美國NARA 部落格首頁



圖2 美國NARA Flickr 首頁



圖3 美國NARA 維基主頁



圖4 美國NARA 臉書首頁

9

參、社群媒體在檔案館運用概況

二、英國國家檔案館 (The National Archives, 簡稱NA)

(一) 部落格 (Blog)

- 英國NA將其部落格首頁劃分為4個部分：Latest Posts、Posts by category、Comments以及Tags。
- 第一部分：「Latest Posts」的功能是讓使用者看到檔案館最新發布的文章，以掌握第一手相關消息。
- 第二部分「Posts by category」則是將部落格裡的文章依主題分類，主要分為5類：Archives and archivist、Records and research、Behind the scenes、Technology and innovation與Managing information。
- 第三部分「Comments」是以列表的方式呈現那些使用者熱門討論的文章。
- 第四部分「Tags」是以關鍵字的方式顯示此部落格文章的主題內容。

10

參、社群媒體在檔案館運用概況

(二) 播客 (Podcast)

- 英國NA的播客主要是採用RSS的訂閱模式，讓全世界使用者可線上取用多筆專題演講的錄音檔。
- 館方邀請學者專家利用館藏檔案介紹歷史事件內容，並持續規劃各種主題系列演講內容。

(三) Flickr

- 英國NA自2008年10月開始加入Flickr平台作為圖像檔案的主要推廣管道。
- 檔案館將這些相片或海報等圖像，依主題或地區分為165本相簿(如：Improving London's transport、Somalia)，再依相簿類型歸納為3冊珍藏集，供使用者取用。
- NA的Flickr裡也設有「博覽館」，以告知一般大眾最具特色或別具趣味的館藏主題資料。
- 一再出現在不同相簿內的圖像則會升級到「最愛」的類目中，以顯示其和不同主題的高度相關。
- 每張圖像之下均有詳細的說明文字：包括相片的拍攝地點、日期和館藏分類號。

11

參、社群媒體在檔案館運用概況

(四) YouTube

- 英國NA自2008年開始經營其YouTube頻道。
- 這個頻道的播放清單中有許多關於檔案館利用教育影片，例如The National Archives Education Service、Explore Your Archive、Behind the scenes以及Video guides，其餘的播放清單則是擺放修復好的特色影片、研討會的錄影記錄。
- 在所有的播放清單中，最熱門的即是「解密幽浮檔案(UFO file release)」，這個分類底下的影片平均觀看次數均達10000次以上；而最冷門的影片即為檔案人員的職務簡介片，平均觀看次數僅100多次。

(五) 推特

- 英國NA自2009年開始經營推特，成立宗旨是希望一般民眾或檔案使用者可以藉由這個平台認識館內具有歷史價值的特色藏品。
- 此帳戶平均1天發布1至5則推文，有時會轉推其他與NA有關的貼文。
- 其平台內容多為檔案館或其他文化典藏機構的活動宣傳、數位化的相片和修復完成的紙本檔案。
- NA亦運用此平台卓越的互動功能，進行對特定領域專業人員問與答的活動，以幫助檔案使用者解決館藏使用問題。

12

參、社群媒體在檔案館運用概況

(六) 臉書

- 英國NA的官方臉書粉絲專頁名為「The National Archives」，成立於2008年。
- 每天平均發布1至7則動態消息。
- 發文的內容涵蓋與特色館藏有關的照片、影片以及與檔案館活動或文創商品有關的宣傳海報。

13

參、社群媒體在檔案館運用概況



圖5 英國NA部落格首頁



圖7 英國NA Flickr首頁



圖6 英國NA播客首頁



圖8 英國NA臉書首頁

14

參、社群媒體在檔案館運用概況

三、加拿大國家圖書館暨檔案館 (Library and Archives Canada, 簡稱LAC)

(一) 部落格 (Blog)

- 加拿大LAC將其部落格文章分為21類。
- 平均1週會發布2至3篇文章，主要敘說的內容為檔案館的特色館藏。
- 大部分的文章底下僅有0至3則回應，可見此部落格為館方宣傳館藏的單方經營，尚未引起網路使用者的熱烈參與。

(二) 播客 (Podcast)

- 加拿大LAC的播客可以運用RSS程式，訂閱提供使用者掌握此平台的第一手資料。
- LAC提供的播客內容是以館藏經典音樂檔案為主，經營名為「虛擬留聲機」(The Virtual Gramophone) 的主題館。
- 訂閱者只要下載iTunes軟體完成安裝後，點選畫面表單的歌曲名稱，即可下載閱聽。

15

參、社群媒體在檔案館運用概況

(三) Flickr

- 2008年7月LAC也因應時勢潮流，加入Flickr平台推廣其館藏特色圖像。
- 檔案館將這些相片或宣傳單依主題性質的不同，分為120本相簿與13本珍藏集。相簿與珍藏集的名稱大部分是圍繞重要人物(如：英國女王、歷任首相)或是與加拿大有關之歷史紀錄，然這些相簿有分類過細的傾向，有些相簿中可能只有1張照片作為代表。
- 加拿大LAC的Flickr中每張圖像下均有明確標示其標題、拍攝/製作者、分類號，詳細描述資訊的連結，拍攝/製作地點以及所有人。

(四) YouTube

- LAC自2012年開始經營其YouTube頻道。
- 檔案機構依其內容的不同，將這些影片分為10類，歸在不同的播放清單裡，其中涵蓋最多影片的播放清單為：Newsreels (即新聞短片)。
- 大部分LAC YouTube頻道中影片的觀看次數多不到1000次，觀看次數超過1000次的僅有6部，當中最熱門的是「British Canadian Pathé News, 81A: 1919 World Series excerpt」，被觀看達360350次，甚至比第二熱門影片的觀看次數多122倍。

16

參、社群媒體在檔案館運用概況

(五) 推特

- LAC自2011年開始經營推特社群。
- 1天平均發布5-10則推文。
- 受限於一則推文不得超過140個字，大部分的推文內容除發布與檔案館活動或特色館藏有關的文字，還會附上加拿大LAC的網頁連結，方便有需要的使用者可以從官方網站上查詢到更多的資料。

(六) 臉書

- LAC對於臉書的經營自2012年開始，名為「Library and Archives Canada」的臉書平台。
- 每天平均會發布3至5則動態消息，發文內容和推特的推文內容相似，同樣也會附上LAC的官方網頁連結。

17

參、社群媒體在檔案館運用概況



圖9 加拿大LAC播客首頁



圖11 加拿大LAC YouTube首頁



圖10 加拿大LAC Flickr首頁



圖12 加拿大LAC臉書首頁

18

參、社群媒體在檔案館運用概況

四、國家發展委員會檔案管理局(簡稱「檔案管理局」)

(一) YouTube

- 在我國檔案管理局官方網站的「影音專區」連結中，即可看到其官方YouTube帳號，即「TAIWANArchives」。TAIWANArchives自2009年開始經營。
- 和前述檔案館經營方式不同，TAIWANArchives並未依主題內容的不同，進行「開放清單」的建立，其中觀看次數最多的影片為5年前上傳的「檔案管理局-光陰物語穿梭國家檔案(精華版)」，共被觀看2224次。

(二) 臉書

- 檔案管理局的臉書官方粉絲專頁「國家寶藏樂遊」於2010年啟用。
- 此粉絲專頁的動態消息發布頻率是跟隨檔案管理局的電子報「檔案樂活情報 Alohas」一同發布，即在週逢發布一次貼文。
- 其互動內容則是將電子報個連結貼上，並進行重點敘述。
- 此經營模式造成這個粉絲專頁的貼文回應數的不踴躍，一般大眾也難以看出其經營方向與主要服務內容。

19

參、社群媒體在檔案館運用概況



圖13 我國檔案管理局 YouTube 首頁



圖14 我國檔案管理局 臉書首頁

20

肆、檔案館社群媒體功能與內容分析

一、檔案館社群媒體應用情形分析

社群媒體	美國NARA	英國NA	加拿大LAC	檔案管理局
部落格 (Blog)	√	√	√	
播客 (Podcast)		√	√	
Flickr和其他圖片分享網站	√	√	√	
YouTube和其他影片分享網站	√	√	√	√
推特 (Twitter) 或微網誌 (Microblogging)	√	√	√	
維基 (Wiki)	√			
臉書 (Facebook)	√	√	√	√

肆、檔案館社群媒體功能與內容分析

二、社群媒體資訊呈現資料類型分析

社群媒體	資訊類型	美國NARA	英國NA	加拿大LAC	檔案管理局
部落格	文字		√	√	
	影音		√	√	
	照片				
	網頁連結				
播客	文字		√	√	
	影音		√	√	
Flickr	文字	√	√	√	
	照片	√	√	√	
YouTube	文字	√	√	√	√
	影音	√	√	√	√
推特	文字	√	√	√	
	照片	√	√	√	
維基	文字	√	√	√	√
	照片	√	√	√	√
臉書	文字	√	√	√	√
	照片	√	√	√	√
影音	文字	√	√	√	√
	照片	√	√	√	√

肆、檔案館社群媒體功能與內容分析

三、經營的內容主題

資訊類型	內容主題	美國NARA	英國NA	加拿大LAC	檔案管理局
文字	館藏評述	部落格、臉書、臉書	部落格		
	館藏簡介	Flickr、YouTube、推特、臉書	Flickr、維基、YouTube、推特、臉書	Flickr、YouTube、維基、推特、臉書	臉書
	機構活動	部落格、推特、臉書	部落格、推特、臉書	部落格、推特、臉書	
	人員業務	部落格	部落格		
影音	訓練影片	Flickr、推特、臉書	部落格、Flickr、臉書	Flickr、推特、臉書	
	專業演講		維基	維基	
照片	歷史照片	Flickr、推特、維基、臉書	Flickr、推特、臉書	Flickr、推特、臉書	臉書
	數位化文章	Flickr、推特、維基、臉書	Flickr、推特、臉書	Flickr、推特、臉書	臉書
	活動紀錄	推特、臉書		臉書	臉書
	藏品照片		推特、臉書	臉書	臉書
其他	文獻副本、活動宣傳		推特、臉書		
	存檔過程與工具			推特、臉書	
	檔案數位化			推特、臉書	臉書

肆、檔案館社群媒體功能與內容分析

資訊類型	內容主題	美國NARA	英國NA	加拿大LAC	檔案管理局
文字	檔案館歷史與人員業務	YouTube	YouTube	YouTube、推特	YouTube
	機構活動	YouTube、臉書	YouTube	YouTube	YouTube
	館藏導覽	YouTube、推特、臉書			
	軍事空軍 (多為一戰或二戰時期拍攝的照片)	YouTube	YouTube、臉書	YouTube	
影音	專題演講、研討會錄影	YouTube、推特	YouTube	YouTube	
	線上教育 (包含：檔案系統使用說明)	YouTube、臉書	YouTube	YouTube	YouTube、臉書
照片	教學成果	YouTube			
	新聞片段	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
其他	風景紀錄 (包含：國家公園特色)	YouTube			
	太空探索 (包含：無字檔案)	YouTube、推特	YouTube		
	政治風雲 (包含：國民政府)	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
	重大事項	YouTube、臉書	YouTube	YouTube	
	口述歷史	YouTube		YouTube	

肆、檔案館社群媒體功能與內容分析

四、媒介豐富度

- 根據Kumar與Benbasat (2002)的歸納，檢視媒介豐富度有四個面向：
 - 回饋的速度 (immediacy of feedback)：指媒介容許傳播者於接受訊息後回饋的速度。
 - 多重線索 (multiple clues)：指透過文字、語言或非語言所提供的線索。
 - 語言的多樣性 (language variety)：指透過數字或自然語言可以傳達的意義豐富度。
 - 擬人化 (personal focus)：指傳播者可以將訊息擬人化的程度。
- 目前多數互動平台都有符合上述的媒介豐富度變項，特別是美國、英國、加拿大所經營的社群網站。

25

伍、結論與建議

- 美國國家檔案暨文件署 (NARA)、英國國家檔案館 (NA) 與加拿大國家圖書館暨檔案館 (LAC) 目前皆採6種社群媒體作為發聲窗口。
- 我國檔案管理局雖只以YouTube和臉書與一般大眾互動，影片和貼文數量也很有限，亦乏與使用者交流的紀錄，僅能達到前述Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silverstre (2011) 提出的社群媒體七項功能的中，識別與分享兩項功能，但至少是國內檔案館利用社群媒體與民眾交流的開端。

26

伍、結論與建議

- 建議我國檔案管理局可以將特色館藏以主體展覽方式，利用Web2.0工具推廣內容，並依照內容媒體類型，採用不同的交流工具。
- 對於我國未來經營檔案館社群媒體發展之建議為：
 - 一、參酌其他國家檔案館對於社群媒體的運用成果，衡酌本身條件與需求展開社群媒體的應用
 - 二、瞭解各種社群媒體工具所長，開發各項內容的運用並發展館際間相同主題的連結
 - 三、檔案展示內容與推廣活動，可善用社群媒體擴大宣傳成效
 - 四、利用社群媒體雙向互動功能，瞭解使用者意見並回饋館務發展參考

27