

國立臺南藝術大學

107學年度第二學期

教師專業社群

執行成果報告書

中華民國 108 年 6 月

教師專業社群成果報告書

壹、實際執行成果

申請(召集)人	劉怡蘋	職稱	副教授	學校/系所	國立臺南藝術大學 藝術史學系
社群名稱	古物研究方法與保存實務社群				
成果報告					
探討問題	(一) 藝術史學作為跨領域應用之根本：專業博物館如何看待藝術史學研究及其應用？社群媒體就此扮演何種角色？ (二) 藝術史學與博物館學的外延價值：本系所培育之專業人才，能否體認其所學之價值？又是否理解媒體或新聞操作，乃詮釋並發揮其研究成果影響力之必要手段？ (三) 專業博物館人的再形塑：本系師生如何與業界合作，共同培植傑出的博物館專業人才，繼而使藝術史學與博物館學專業成為一般公眾參與的對話模式？				
執行成果 (含過程)	為回應此次探討問題，本社群規劃三項活動：I. 實務研討：邀請資深媒體人蘇士雅小姐及國立故宮博物院南院處助理研究員周奕姘小姐蒞校演講「自媒體當道、文青別自嗨」；期能認識博物館與媒體操作模式，比對其思維與本系藝術史及博物館等課程內容與教學方式之落差，思考如何與之銜接以培養研究與實務執行能力兼具之專業人才。II. 《百工裡的人類學家》讀書會：以書中人類學的業界實踐案例，類比藝術史學有哪些作法，更能引領學生獲得該具備的競爭力。III. 弗克思課程「博物館行銷與新聞操作策略」博物館新聞研討：以修課學生實作之博物館新聞10則，檢視本系教學重點與學生專業養成方式，再思考如何引導學生以既有之藝術史學及博物館學素養為基礎，深化專業意見設定、寫作及應用之能力。各項執行成果與重點摘錄如下： I. 「自媒體當道、文青別自嗨」演講 國立故宮博物院南院處周奕姘助理研究員從他經營故宮南院臉書粉絲團的經驗談起，讓大家對於網路社群經營可能涉及的部分有初步了解。周師首先分析過去一年參觀故宮的網路群眾類型，如使用者性別、年齡、學經歷、行業、興趣及家庭結構；以及網路群眾透過哪些媒體得知故宮資訊，像是官網、臉書、Instagram、Youtube 或是其他參觀者的遊記分享等。對於網路群眾背景資訊的調查與統計，有助博物館經營網路社群時規劃並提供多樣的行銷方式。 對於故宮的網路群眾輪廓有基礎了解後，周師分析自身故宮南院臉書粉絲團的貼文類型，將目前的發文類型分為「最新消息」、「文物/知識類」、「跨界/活動類」、「時事類」與「博物館幕後/日常」等五大類，因應時段、檔期、群眾等不同				

	的需求，發送不同類型的貼文。同時也需注意貼文在不同類型3C 載具畫面所呈現的視覺效果，像是臉書貼文呈現較多文字無妨、Instagram 則以視覺圖像為主，亦是撰寫貼文時需考量的部分，這些對於細節的注意，最終目的皆是希望吸引觀眾前來博物館參觀。 周師表示，雖然網路社群經營最終目的是希望引起觀眾興趣、讓觀眾前來參觀博物館，但有時也可以作為博物館的發聲管道，只是回應時機與敘述方式需仔細考量，亦需與主管充分討論取得共識，以免原本與網路民眾對話互動的美意反而可能演變成博物館的公關問題。然而，臉書粉絲團之經營能否概括博物館所有的行銷活動？博物館行銷是否等同於博物館公關？博物館追求網路社群觸及率、按讚分享率時，娛樂性與博物館專業如何平衡？或許是現今網路社群媒體「小編」潮流之於博物館領域待進一步探討的問題。 II. 《百工裡的人類學家》讀書會 本書透過人類學分析國際的跨領域趨勢，並舉出臺灣不同領域中凸顯人類學方法與價值的個案，呈現人類學特質與核心能力的應用如何為各領域帶來創新表現及影響力，試圖重新定義「人類學家」。作者提及創新已成世界業界潮流，在當今的創新研究上所強調的「設計思考」、「設計力創新」、「大數據」，皆希望更能捕捉與掌握消費者/使用者的需求與喜好，然而僅掌握數據也已經跟不上當今消費者/使用者快速的心理變化及其相應產生的需求，故作者強調以人類學研究方法來建構「厚數據」；如運用民族誌方式鉅細彌遺紀錄使用者與產品的互動狀況、建立脈絡；以田野調查方法來挖掘使用者更深層的想法與情感；透過「人類學之眼」找出真正有價值的洞見，並以此作為創新的出發點。 III. 研討弗克思課程「博物館行銷與新聞操作策略」博物館新聞10則 借鏡《百工裡的人類學家》人類學的業界案例，類比思考藝術史學的當代創新運用，針對大學畢業生應具備批判性思考、有效溝通、運用創意解決問題、跨網絡合作與作出完善決策等能力之要求，延伸探討本系弗克思課程「博物館行銷與新聞操作策略」中所實踐之10篇博物館新聞。如何以學生既有之藝術史學素養為基礎，透過實作瞭解博物館新聞作為專業溝通媒介的操作原理及實務，強化學生對博物館議題的洞察力，亦檢視本系教學重點與學生專業養成方式。本社群認為，藝術史學、博物館學本身即具備整合各學科之特質，如何將此能力運用於整合人、事、物仍為未來課程可以調整之方向。 本社群十分珍惜教務處教學資源中心此次提供經費與各式協助，使本社群延續前次探討之精神，強化並落實平日即已密切進行的跨領域討論成果。期許以此次的活動為基礎，在未來能展現更具開創性的整合觀點與實踐。
其他相關說明	
附件	活動海報、實務課程影音教材光碟一份

貳、研習活動紀錄

■ 請附上每次活動之照片至少6張，並請加註說明。

■ 編列格式如下：

照片一



照片一之說明

資深媒體人蘇士雅小姐為「自媒體當道、文青別自嗨」演講引言，從傳統媒體的形式、媒材與採訪型態開始定義「自媒體」，並簡述其操作手段的差異與呈現效果。

照片二



照片二之說明

主講人國立故宮南院周奕姝助理研究員以故宮南院臉書粉絲團為例，講述博物館運用自媒體經營網路社群之方式與成效。與會學生專心聆聽周師講述。

照片三



照片三之說明

周奕姝助理研究員說明2018年針對故宮南北院網路群眾類型之調查統計概況，並列舉故宮南院臉書粉絲團貼文案例，說明貼文類型、發送目的以及撰寫模式。

照片四



照片四之說明

周奕姝助理研究員和本系師生進行互動遊戲，邀請與會學生以招生為主題，實務演練一則招生訊息的撰寫，學生熱烈討論與回應。

照片五



照片五之說明

演講現場開放與會學生提問，探討臉書粉絲團在故宮南院的行銷定位與階段性任務，與塑造故宮品牌的操作可能性。

照片六



照片六之說明

主講人周奕姘小姐及與談人蘇士雅小姐回應現場學生提問並進行座談，補充與演講內容相關之博物館行銷與新聞媒體操作概念。

照片七



照片七之說明

社群成員研討本系學生於弗克思課程「博物館行銷與新聞操作策略」所作之專業博物館新聞10則，檢視本系教學重點與專業養成方式。

照片八



照片八之說明

舉辦《百工裡的人類學家》讀書會，研討跨領域整合與文博業界最新發展動態、社群成員如何因應等議題。

古物社群系列講座

2019

5/31

13:00 - 16:00 R312

博物館&媒體、古物&文創、藝術史&行銷 自媒體當道、文青別自嗨

在資訊爆炸、自媒體當道的時代，
如何與娛樂性媒體競爭，
吸引目光投入深度文化內容，
讓觀眾愛上博物館？



主講人

周奕奴 老師

國立故宮博物院南院處 助理研究員

與談人

蘇士雅 老師

無米樂影像工作室 藝術總監
資深媒體人 / 作家

主辦單位 | 藝術史學系 / 藝術史評與古物研究碩士班
協辦單位 | 國立臺南藝術大學教務處教學資源中心
獲教育部高教深耕計畫補助