

# 檔案應用推廣實務

薛理桂

政大圖檔所兼任教授

# 大 綱

- 一、行銷之意義與方式
- 二、檔案行銷之意義與發展
- 三、檔案推廣工作步驟
- 四、美英兩國檔案推廣活動
- 五、檔案行銷與公共關係
- 六、臺灣檔案增值應用現況
- 七、檔案展覽規劃
- 八、結論
- 九、檔案應用檢核項目

# 一.行銷的意義與方式

- **行銷的目的**在於引發民眾的消費行為，購買企業行銷的產品，為企業創造最大利潤。
- 《**行銷辭彙字典**》（**Dictionary of Marketing Terms**）解釋：
  - 行銷是一種規劃及執行產品、服務、定價、促銷及配銷通路的過程，並據以建立交易，以滿足個人或組織的目標。

# 「行銷」的核心觀念-交換

## 交換是行銷學的焦點

我們為什麼～

◎付學費？ → 換取教育



◎買電影票？ → 換取娛樂



◎買人壽保險？ → 換取保障



## 行銷的產品有

◎行銷的「產品」有多種種類

•物品



•事件



•服務



•概念

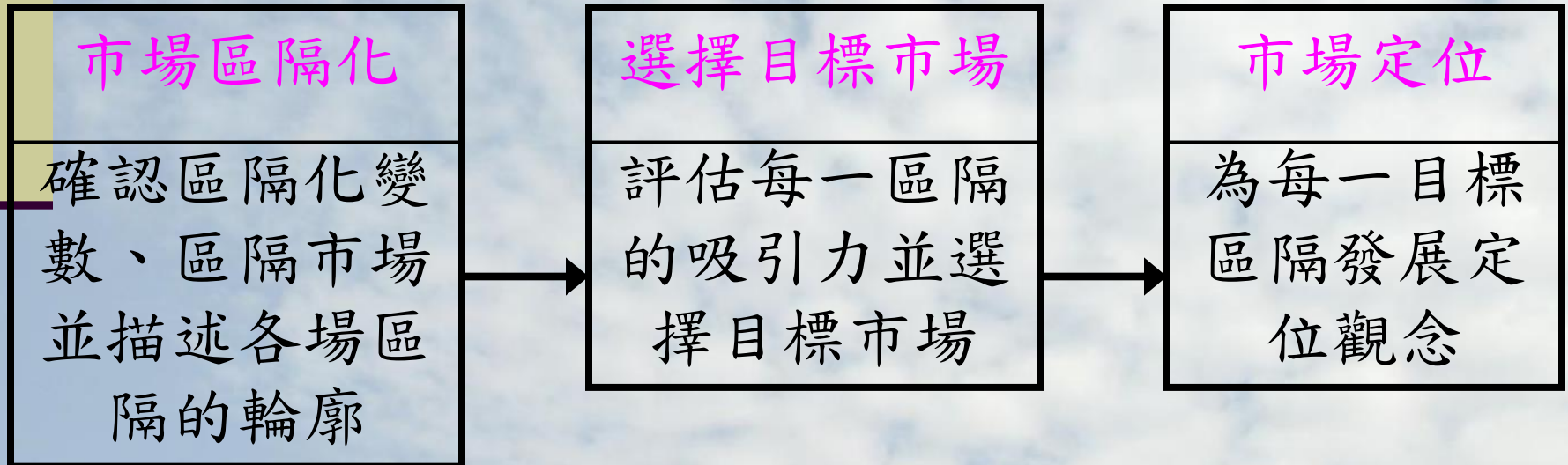
•組織



# 行銷的步驟--STP

## ■ 行銷有三個步驟：

一分別為市場區隔化（Segmentation）、選擇目標市場（Market Targeting）、以及市場定位（Positioning），STP



# 行銷推廣的概念與目的

- 行銷與推廣的主要目的在於**提升管理效率**、**服務品質**與爭取民眾的支持與認同。
- 非營利機構在**應用行銷概念**時，需考量：
  - 非營利機構的特質與目標，瞭解營利與非營利機構的差異。
  - 檔案館獨特的經營理念與價值定位。

# 檔案推廣的定義

- 在社會服務領域，推廣服務是在特定社區中促進特殊需求項目。
- 在商業環境中，檔案推廣與促銷活動結合使用。
- 在檔案的背景下，推廣服務代表廣泛的宣傳，描述各式活動，包括出版物、展覽、媒體工作，以及與使用者、圖書館與博物館等機構聯絡。

## 二.檔案行銷之意義與發展

---

- 一.擴大服務的範圍
- 二.提昇顧客滿意度
- 三.檢討資源的分配
- 四.爭取外界的資源

# 「檔案行銷」之特質(1/2)

## 一、非營利機構行銷的對象較多元

- 各種身份背景的社會大眾
- 政府機關、民意代表與贊助者等資源提供角色
- 行銷對象包含顧客與支持者，比企業只仰賴消費者的考量更為複雜

## 二、非營利機構設定的為多重目標

- 營利機構以追求利潤為主要且是唯一目標，但非營利機構需同時滿足多重目標 ➤➤ 行銷決策的過程複雜

# 「檔案行銷」之特質(2/2)

## 三、行銷產品多是無形服務而非有形產品

- 無形產品是一種勞務、理念、社會行為或是服務
- 具有無形、不可分割、多變與可消滅等特性 >> 應用行銷觀念面臨更多的挑戰

## 四、非營利機構通常受到公眾監督

- 非營利機構提供服務的特質與要求
  - 政府資源的補助、各方捐贈贊助、享有免稅的優惠 >> 被社會大眾期待
- 需要為其營運與行銷花費提出正當與合理的說明

# 「檔案行銷」的困境

- 隨著社會競爭與政府財源困難，過去長期仰仗政府財源營運、扮演社會公益的非營利機構，開始面臨經營管理的困境
  - 非營利機構包括：博物館、圖書館與檔案館等
  - 包括政府經費短缺、外界的服務需求持續加重以及要求具體績效的呈現
- 因應不斷變化的社會情勢與民眾的多元需求，非營利機構開始引入企業行銷觀念

# 檔案行銷規劃的程序(1/5)

## 一、分析瞭解顧客需求，界定檔案館的使命與目標

### ➤ 顧客需求分析掌握：

- 既有顧客對於檔案館現況的意見與期許
- 分析潛在顧客的看法 >> 期許將潛在顧客轉變為到訪顧客。如何吸引未使用檔案的顧客來使用檔案。

# 檔案行銷規劃的程序(2/5)

## 二、評估內外環境，確認檔案館具有的優勢與弱點及其面臨的機會與威脅

	群眾環境	市場環境	競爭環境	一般環境
環境內容	本地居民、一般社會大眾、傳播媒體及主管機關對於檔案館的觀感	財務支持者、目前使用者、以及有互動關係之檔案文件移轉機關	衡量現有市場競爭者與潛在競爭者的威脅	關注社會、政治、文化與科技發展之變化與趨勢

■ 根據所有環境條件，採用 **SWOT**分析：

- 透過評估機構的**優勢**(strengths)、**劣勢**(weaknesses)、競爭市場上的**機會**(opportunities)和**威脅**(threats)

# 檔案行銷規劃的程序(3/5)

## 三、評估選擇檔案館所需要面對的策略性議題

### ➤ 檔案館需**確定進行策略性行銷規劃的最佳時機**

- 若機構正處於不穩定狀態，則應先行處理現階段的困境後再進行策略性行銷規劃。

### ➤ ➤ 藉以瞭解檔案館**最關鍵性與最需要優先因應處理的議題**。

# 檔案行銷規劃的程序(4/5)

四、形成檔案行銷策略，建構檔案館資源可因應及可實現的遠景

➤ 行銷策略應考慮的重點原則，包括：

一. 再次釐清使命、任務、願景，且聚焦於非營利事業願意且有能力執行之最適切策略領域。

二. 訂定三至五年左右之中程目標。

三. 選擇並排比「策略」與「行動方案」的優先順位。

四. 撰寫「策略行銷計畫書」。

# 檔案行銷規劃的程序(5/5)

## 五、執行行銷策略並評估執行結果

- 推動行銷計畫時將面臨資源分配、方案調整、引進新方案的不適、改變目標或行事方式的反彈。
  - 推動之際需要對於參與人員先進行**內部行銷**
  - 瞭解檔案館工作人員對於行銷的觀念與態度，並進行人員教育訓練 >> **建立市場導向的服務哲學**。

# 三.檔案推廣工作步驟(1/3)

- 檔案館對於推廣業務之規劃，主要是透過活動形式吸引社會大眾對於檔案館業務的瞭解，可以舉辦下列推廣活動：
  - 1.辦理有關檔案運用或檔案內容故事之演講、研習班。
  - 2.舉辦常設性或是專題性檔案展覽。
  - 3.推動學校班訪或導覽方式之檔案館利用指導活動。例如:舉辦展覽時邀請附近中小學校來參訪。
  - 4.拍攝製作有關檔案內容故事之節目或是宣導短片、微電影、漫畫等。

# 進行推廣工作的步驟(2/3)

## 一. 需求分析：

- 需要分析考慮館務發展目標、推廣服務的成效、**讀者特質與需求分析**、潛在讀者分析、行政資源分配以及優先開發項目的先後順序。

## 二. 確定目標：

- 根據需求訂定推廣業務設計，需考慮到**近程、中程與遠程**三種目標的釐訂，並在一定時間內檢視目標的完成程度。

## 三. 活動安排：

- **活動安排乃根據目標而推行**，一項目標可設計多種活動加以完成。

依活動性質擇選辦理地點、規劃具體活動內容與宣傳方式、進行工作人員調度與時程控制等項目之安排。

# 進行推廣工作的步驟(3/3)

## 四、資源運用：

- 需要考量：經費、人力、設備與其他社會資源的運用。
- 若本身經費有限，需預為爭取上級機關經費或是對外募捐；人力除了本館工作人員外，可以**納入志工**或是其他外機關之協助人力。
- 可**運用社會大眾傳播媒體**或**印製文宣**方式加以宣傳，爭取外界的認同和瞭解。

## 五、評鑑檢討：

- 為瞭解計畫或服務成效是否得當，或希望瞭解外界的觀感，需要進行成效評估
- 評鑑的方法可採用**問卷**、**進行訪談**或**參考新聞媒體**的報導
- 透過評鑑可以得知參與者以及外界的意見，可以作為**推廣業務規劃的修正與檢討**依據。

# 四.美英兩國檔案推廣活動(1/2)

- 檔案推廣活動最具代表性者首推**檔案週或檔案月的活動**。
- **檔案週**的構想最早於1970年代末期由國際檔案理事會(ICA)提出，其後各地雖有零星的類似活動，但並未具體大規模的推動。
- 1992年在**美國檔案人員學會(SAA)**與**國家歷史出版及文件委員會(NHPRC)**的呼籲下，美國檔案界正式將每年的**十月訂為檔案週活動期**。

# 四.美英兩國檔案推廣活動(2/2)

- 美國由各地檔案學會或州立檔案館配合地方性紀念事件或重大活動，擇選合適的時間辦理
  - 多半集中在每年九月下旬開始一直到十一月中旬期間，以十月最密集。
- 英國以檔案推廣月的方式：
  - 英國國家檔案委員會及國家檔案館推動下，每年的十月至十二月在英國各地公私立檔案機構或城鎮檔案館推出相關的推廣活動。
- 美國各州檔案人員委員會建置網站
  - <http://www.statearchivists.org/arc/archweek.htm>
- 英國國家檔案館建置專用宣導網站
  - <http://www.archiveawareness.com/events/>
  - 提供各地所舉辦的檔案週(月)活動指引

# 英國研究家族歷史人數眾多

## ■ 研究家族史的歷史學家

研究家族史的歷史學家和個人興趣研究人員佔到館使用者的70%。

■ 僅在英國就有400萬名家族歷史學家（佔人口的9%），另外還有1000萬人希望可以線上取用家族史相關檔案。

■ 此外也有其他專業研究人員，例如軍事歷史學家、英國歷史學家與黑人歷史學家。

# 我國的檔案月(1/4)

- 2018年11月，檔案管理局林秋燕局長也推廣我國的檔案月活動，對於檔案局在國內的創舉，值得肯定，可以透過檔案月的舉辦向一般民眾宣導檔案的觀念。
- 國內也開始推廣檔案月，這將是國內在檔案推廣方面新的里程碑。
- 由於國人對於檔案的觀念十分薄弱，有待推廣。如今透過**檔案月的舉辦**，將有助於國人對檔案的推廣與認識。

# 我國的檔案月 (2/4)

- 檔案管理局為響應國際檔案推廣活動，自107年起，定於每年11月舉辦檔案月活動，期望藉由串聯各級機關、學校以及檔案、教育與文化相關機構，透過全國不同地域、不同性質的檔案推廣與展覽活動。
- 希望突破檔案的既定印象，鼓勵民眾主動親近檔案，強化民眾對檔案的認識，進而瞭解檔案的價值與帶動檔案意識的普及。
- (出處：檔案管理局 我國檔案月的推動)

# 我國的檔案月(3/4)

- 首屆檔案月，有憶事!
- 呼應2018年國際檔案日主題—檔案：國家治理、記憶和文化遺產
- 107年國內首屆檔案月主軸定為「檔案·有憶事」，強調檔案與記憶的關聯，著眼臺灣土地的歷史故事，規劃「檔案行旅」、「記憶保存」及「專業對話」等系列活動，並串聯全國檔案典藏機關，舉辦豐富精彩的檔案展演活動。
- (出處：檔案管理局 首屆檔案月，有憶事!)

# 我國的檔案月(4/4)

- 舉例：戶政單位檔案月活動規劃：
- 1.開放日治時期戶政資料庫房參觀。
- 2.邀請臺灣史學者演講日治時期戶口資料內容
  - 如：「阿」的意義為何？「媳婦仔」？「生」？「熟」？
- 3.邀請地方文史工作者講古。與當地發展有關，如太平的發展歷程、太平當地的廟宇等。台中孔廟的發展歷程。
- 4.收集老照片與展示。
- 5.舉辦展覽：如從日治時期戶籍資料的變革、門牌的變革、戶口名簿的變革等。
- 6.邀請當地中小學學校學生參觀。
  - 先去拜訪學校的校長或教務主任，帶領學生來參觀。
- 7.製作小紀念品

# 日治時期戶口資料記載吸食阿片

足跡		吸食		阿片		族種		足跡		吸食		阿片		族種			
纏	福	纏	阿	福	纏	阿	福	纏	阿	福	纏	阿	福	纏	阿	福	
痘	種	具	不	別	種	痘	種	具	不	別	種	痘	種	具	不	別	種
一	二	天	二	天	二	天	二	天	二	天	二	天	二	天	二	天	二
柄	續	柄	續	柄	續	柄	續	柄	續	柄	續	柄	續	柄	續	柄	續
妻	妻	妻	父	妻	父	妻	父	妻	父	妻	父	妻	父	妻	父	妻	父
月生 日年	姓名	職業	榮稱	細別	種別	月生 日年	姓名	職業	榮稱	細別	種別	月生 日年	姓名	職業	榮稱	細別	種別
	母	父					母	父					母	父			

第01册第00  
本戶計 14

頁頁

頁頁

第0253  
紙最多

三三三

三

種別

三

五

番番號

四  
字  
刑  
降  
二  
字  
便  
入

一字刑降

恒春 興文里車城庄 長女	由	事	現住所
	恒春 興文里車城庄 長女 六十年正月五日 台南地方法院 六十年正月五日 知セシ	恒春 興文里車城庄 長女 六十年正月五日 台南地方法院 六十年正月五日 知セシ	恒春 興文里車城庄 長女 六十年正月五日 台南地方法院 六十年正月五日 知セシ
種	種	種	種
廣	廣	廣	廣
症	症	症	症
天	天	天	天
柄	柄	柄	柄
妻	主	戶	主
姓名	姓名	姓名	姓名
慶應 元年 正月 拾日	文久 元年 正月 拾日	慶應 元年 正月 拾日	慶應 元年 正月 拾日
出生	出生	出生	出生
長女	長女	長女	長女

# 美英兩國檔案推廣活動之活動方式

- 檔案週辦理的活動方式，幾乎成為檔案館推廣活動辦理的參考，歸納這些活動項目，包括：
  - (一) 文宣活動
  - (二) 徵文徵答活動
  - (三) 展覽活動
  - (四) 利用教育
  - (五) 研討會、講習會
  - (六) 懷古之旅
  - (七) 頒獎活動
  - (八) 巡迴展覽

# (一) 文宣活動

- 製作海報、標語分送各地，設計檔案週海報公開放置於網站，歡迎各界自由下載列印宣傳。
- 印製書籤、月曆、手提袋或將標語轉化為各式文宣品，分送民眾。
- 規劃專門網頁提供活動宣導，有全國性的活動網頁也有各地自建活動網頁，提供多管道的宣傳。
- 編印檔案週活動專刊或館訊。
- 活動宣傳刊登新聞報紙或其他大眾傳播媒體。

# 美國2016年檔案月

- 美國2016年檔案月是10月
- 從 2006年開始, 美國檔案月(American Archives Month)實施, 主要讓檔案專業透過此機會, 向一般民眾宣導所保存檔案之重要性, 並經由編目等程序, 提供檔案的查檢與應用。

# 加拿大檔案週

- 自從2000年開始，加拿大共有將近200個檔案單位參與檔案週活動。
- 檔案週活動主要目的是讓一般民眾對於檔案重要性的認識。
- 可透過各種方式，如：
  - -舉辦展覽
  - -古蹟導覽
  - -小型研討會
  - -針對當地報紙撰寫文章等活動。

## (二) 徵文徵答活動

- 辦理**徵文比賽**，選定與檔案相關的論題徵文彙編成冊出版。
- 徵求檔案週活動標語，例如喬治亞州：
  - 2005年標語是「Discover Hidden Treasures」(發現隱藏的寶藏)
  - 2006年標語是「Faces of Georgia」
- 辦理徵求老照片或家庭紀錄活動。
- 辦理**有獎徵答比賽**
  - 設計與檔案應用相關的題目利用網站或報紙宣傳，鼓勵一般社會大眾對檔案的認識。
- 鼓勵學子**利用檔案文件進行專題研究**，甄選優良者可提供獎勵。

## (三) 展覽活動

### ■ 實體檔案展覽：

➤ 檔案週最經常辦理的活動型式 > > 配合節慶或具紀念意義的主題，多元而能與民眾生活結合。

### ➤ 線上檔案展覽：

➤ 將檔案展覽置於網站透過網路加強檔案的使用與宣傳

### ■ 個別人物檔案展：

➤ 針對個別人物展出相關檔案文物。

### ■ 辦理與檔案相關的出版品展示。

## (四) 利用教育

- 檔案館之旅：
  - 透過導覽活動介紹檔案館服務和館藏概要
- 舉辦「如何善用檔案館」講座。
- 辦理「檔案館使用者經驗分享」座談會。
- 與學校合作辦理班訪或利用課程介紹檔案應用的觀念。

## (五) 研討會、講習會

- 辦理與檔案學研究相關的研討會，促進檔案專業研究發展。
- 辦理**小型的講習會**，常見的題目包括：
  - 教導民眾文件、圖書的裱褙維護或是指導如何保存家庭紀錄的講習。
- **針對館藏特定主題**辦理研討會，例如：
  - 英國國家檔案館展出冷戰時期的檔案，併同辦理探討該主題的研討會。
- 組織「**檔案之友**」等類似讀書會的團體，共同探討特定主題的檔案文獻或史料研究。

## (六) 懷古之旅

### ■ 實地體驗導覽參觀：

- 由專人帶領以**說故事**方式，解說城鎮檔案所反映出城鎮景觀的古今往昔，使一般民眾更能珍視檔案資產的維護。與當地文史工作者合作。

### ■ 編製城市導覽手冊：

- 對照**老照片**檔案訴說城市的沿革與舊貌，提供市民更了解居住環境的演變。

## (七) 頒獎活動

---

- 表揚對檔案事業有貢獻的個人、團體
- 表揚檔案館義工或是檔案館最佳服務人員獎。

## (八) 巡迴展覽

- 將各種推廣元素靈活地結合在一起，以適應各種事件和各種設置。巡迴展覽沒有靜態模型，是一個不斷發展的概念，可以應對新的挑戰和環境。
- 使用層壓版—活動主題、區域相關的展示資料
- 展示區域—發佈服務相關的資訊表或傳單
- 可以與當地圖書館或博物館合作，舉辦巡迴展覽

# 五.檔案行銷與公共關係(1/2)

## ■ 公共關係（Public Relations）：

- 即與公眾產生互動關係。
- 其意是指促進個人、企業或機構與其他特定群眾、社區或服務對象之間的友好關係。
- 社會組織為了生存發展，透過傳播溝通，塑造形象，以謀求組織內部的凝聚力與組織對外部公眾的吸引力。

# 檔案行銷與公共關係(2/2)

## 一. 塑造檔案館良好形象：

- 除了利用有形的標誌、標語等，也可運用公關媒體，建立檔案館良好的社會形象與公信力。

## 二. 協助檔案館服務行銷：

- 外界對於檔案館自然會產生好感形象後，館方推動的各項服務將更能吸引社會關注，有助於服務行銷。

## 三. 進行相關法案的遊說：

- 檔案館需要平日經營公共關係，用以影響政府法律或政策的制訂，有助於檔案事業的發展。

# 公共關係與行銷的結合

- 檔案館應將公共關係與行銷兩者合而為一，可從兩方面進行探討：
  - ◆ 在行銷過程中建立公共關係。
  - ◆ 在公共關係活動中發展行銷策略。

# 在行銷過程中建立公共關係

- 將公共關係的建立，默化到檔案館各種推廣活動的設計：
  - 辦理檔案展覽除關注展場與展品的專業規劃外，還能傳達檔案館希望促銷的理念和形象。
  - 透過展品借展的過程也是檔案館與其他借展單位或個人建立關係的機會。
  - 檔案館編輯出版出版品也是公共關係的催化劑，
    - 編印介紹檔案館之簡介與摺頁，
    - 將館藏特色檔案印製為書卡、明信片等可廣為分送致贈之紀念品 >> 將行銷產品化為建立公共關係的方式。

# 檔案行銷的加值應用

---

- 檔案館檔案行銷的加值應用媒介有三種：
  - (一) 大眾傳播媒介
  - (二) 檔案館的媒介
  - (三) 辦理活動的媒介

# 大眾傳播媒介

## 1. 新聞稿：

- 檔案館以**主動發佈新聞稿**方式將檔案活動預告週知
  - 將新聞最重要的部分寫在最前面，在第一段即清楚交代
    - 文字應客觀平實，並針對不同性質媒體準備不同版本
- 新聞稿。

## 2. 記者會：

- 記者會是藉由館方與記者提問，達到宣揚政策與解除外界誤解等關鍵性訊息的問題。
- 邀請相關人物現身說法或準備與此次宣傳重點相關之小紀念品。

# 大眾傳播媒介

## 3. 廣告與宣導短片：

- 廣播與電視廣告宣傳效果高，>> 檔案館礙於經費問題並無法支應金額較高之電視廣告費用
- 可考慮自行拍攝廣告短片或錄音帶利用電視或廣播公益時段播出。

## 4. 廣播電視節目：

- 可和廣播電台或是社教性質之電視節目合作，
- 以專訪方式介紹檔案館服務或是新近辦理之活動>> 與當地電視台或廣播電台合作，利用民眾熟悉的廣播與電視加以宣傳。

# 檔案館的媒介

## 1. 館刊或館訊：

- 館刊或館訊能提供檔案館活動花絮、館務訊息或是最新消息等資訊傳播管道，是檔案館例行的公關媒介。

## 2. 公告或發函週知：

- 檔案對於需要特別提醒的資訊，可以利用寄送公函或張貼公告方式直接傳達訊息。

## 3. 小冊子與摺頁資料：

- 檔案館藉由編印小冊與摺頁資料介紹檔案館的簡史、歷年成果與館務發展方向等，達到文件宣傳的目的。

# 檔案館的媒介

## 4. 檔案館網頁：

- 透過網站可以主動提供及時的最新訊息。
- 國立台中教育大學網頁可參考

## 5. 導覽系統：

- 檔案館導覽系統可利用多媒體特性，為到館民眾介紹檔案館環境與館藏資源特色等一般性訊息。

## 6. 設置服務專線：

- 檔案館可以設置電話服務專線，提供民眾親切的互動管道。

2021/4/7 ➤ 國內檔案管理局設有顧客服務專線，為讀者及檔案管理人員提供電話詢答服務<sup>48</sup>

# 辦理活動的媒介(1/4)

## 1. 活動開幕式

- 檔案館可透過館慶、活動開幕或是啟用典禮等公開儀式，邀請知名人士吸引媒體焦點，增加檔案館的媒體曝光率。

## 2. 導覽參觀活動

- 檔案館可辦理定時或團體預約導覽方式，將檔案館與館藏服務介紹給社會大眾。

## 3. 檔案週活動

- 英美等國為爭取社會大眾對於檔案事業的關心，每年定期辦理的檔案週或檔案月活動

2021/4/7 ➤ 以系列或密集活動方式達到吸引社會大眾參與的目的

# 辦理活動的媒介(2/4)

## 4. 演講或研習會

- 檔案館可以配合社會議題辦理相關主題之**演講**或專題**研習**活動，加深民眾對於檔案館的印象。

## 5. 檔案展覽

- **展覽活動**應併同設計將檔案館要宣導的印象傳達出去
- 展覽會場所有的**文宣**要配合檔案館的特色與需要傳達的意象

# 辦理活動的媒介(3/4)

- 6. 自行設計吉祥物
- 107年經濟部水利署水利規劃試驗所（水規所）參選16屆金檔獎，設計一系列與該所有關的吉祥物，頗受好評。
  - 水規會榮獲16屆金檔獎。

# 辦理活動的媒介(4/4)

- 7. 虛擬實境(VR)
- 桃園市政府某單位運用 **虛擬實境(VR)** 教導民眾檔案整理。

# 虛擬實境(VR)



# 吉祥物 - 河狸



## 六. 臺灣檔案增值應用現況(1/20)

檔案是政府機關執行公務所產生的紀錄，除反映各機關的工作內容與特色外，更可提供見證歷史發展的軌跡，若能增值應用，將有助於大眾瞭解各機關所辦理的業務，成為最佳行銷工具。

以下即針對臺灣檔案管理局、國史館、臺北故宮博物院、中央研究院、國立臺灣大學等5個檔案典藏單位，所進行檔案創意增值現況進行介紹與比較，以深入瞭解臺灣地區檔案應用增值現況與做法，以為其它國家參考。

# 六. 臺灣檔案加值應用現況(3/20)

## ■ 臺灣的檔案管理局

■ 現階段，檔案管理局所典藏檔案自主題式典藏（如專案徵集228事件、美麗島事件及其它重大事件檔案等）逐漸轉為特定來源典藏（如行政院九二一震災災後重建委員會、臺灣機械股份有限公司、高雄硫酸銹股份有限公司等裁撤機關（構）、台鹽實業股份有限公司、中華電信股份有限公司、中央再保險股份有限公司等民營化之公營事業機構等），檔案質與量因而與時俱增。

# 六. 臺灣檔案加值應用現況(4/20)

## ■ 臺灣的檔案管理局

- 檔案管理局在應用加值上逐漸自枯燥轉為活潑，近年來更結合檔案內容，發展桌上遊戲《檔案大亨》，其轉變可見一斑。
- 因檔案管理局性質與任務的轉變，檔案管理局于檔案應用加值方面除桌上遊戲《檔案大亨》外，更依據既有之任務及典藏內容、特色，發展內容、目錄彙編及展示兩大類檔案應用加值方式。

# 六. 臺灣檔案加值應用現況(11/20)

## ■ 國立故宮博物院

- 國立故宮博物院所典藏檔案內容以清代檔案為其檔案典藏大宗，雖近年來臺北故宮博物院對於全館館藏文創加值有積極作為，「從自身的博物館教育、典藏、研究、保存、展示、休閒娛樂功能為出發點，藉由整合故宮及其周邊的軟體、硬體資源，將其運用於產品研發或生活美學當中，以『故宮創意美學』做為振興臺灣文化創意產業發展版圖的新思路」，如軟硬體基礎建設、數位典藏、數位博物館加值應用等，然在在檔案應用加值部份，主要以資料庫的建置及出版品彙編為主要加值方式。

# 六. 臺灣檔案加值應用現況(13/20)

## ■ 國立故宮博物院

- 在出版品部分，故宮博物院將其典藏檔案或以史料編纂方式出版（軍機處奏摺錄副臺灣原住民史料彙編），或以目錄彙編方式出版，以利研究學者利用與查檢。
- 此外，在檔案內容展示部份，故宮博物院除既定之常態展示外，更隨時針對不同時間、議題加入特展，如「中華民國外交史料特展」、「知道了：朱批奏摺展」等，將故宮內珍貴檔案重新依據主題進行線上或實體展示。

# 六. 臺灣檔案加值應用現況(14/20)

## ■ 中央研究院

- 中央研究院檔案典藏主要以歷史語言研究所、近代史研究所及臺灣史研究所三者為大宗。
  - 歷史語言研究所所典藏檔案以明清「內閣大庫」檔案、民國初年個人檔案、金石拓片及該所歷史檔案為主，典藏于傅斯年圖書館；
  - 近代史研究所檔案包括晚清總理各國事務衙門檔案、中國近代外交檔案、私文書及中央研究所歷史資料為主，典藏于近史所檔案館裡；
  - 臺灣史研究所檔案則以臺灣日治時期機關檔案、臺灣省機關檔案及臺灣本土私文書等為主，典藏于台史所檔案館裡。

# 六. 臺灣檔案加值應用現況(15/20)

## ■ 中央研究院

- 中央研究院為提供學術研究，並親近社會大眾，除每年10月選擇一日開放院區以供民眾參觀外，更將其研究成果、典藏資料以各種型式的方式呈現。在檔案加值應用方面，大抵包括以下幾種方式：
  - 文化商品
  - 文化內容彙編與資料庫製作
  - 文化內容及空間展示

# 六. 臺灣檔案加值應用現況(18/20)

## ■ 臺灣大學檔案館

- 為典藏、管理並呈現校園歷史紀錄，臺灣大學乃於2007年由文書組檔案股成立檔案館，來年並正式加入台大博物館群，典藏臺灣大學自1945年迄今之行政公文，以妥善整理保存、推廣利用。
- 臺灣大學檔案館自成立以來積極推動校園檔案之推廣與展示，其所進行檔案加值與應用包括以下幾種方式：
  - 文化商品
  - 文化內容及空間展示

# 檔案加值方式與限制

檔案工作的結合：檔案載具，藉以宣傳保存方式與知識



美國國家檔案館無酸檔案保存盒

# IKEA可買到

- 上述的檔案盒在國內IKEA可以買到類似檔案盒，價格也不貴。

# 七.檔案展覽規劃(1/9)

- 先確定展覽政策，內容包括：
- 檔案展覽的目的
- 展覽在檔案館的優先性
- 館藏檔案的概況描述
- 檔案展覽安全性考量
- 展覽的環境要求
- 向外界借展的政策
- 外界向本館借展的處理原則

# 七.檔案展覽規劃(2/9)

- 影響展覽政策的因素，包括：
- 館藏內容
- 展覽環境與設備
- 觀眾分析與行銷
- 贊助機構的觀點、財務與幕僚
- 策展者的觀點與詮釋等因素

# 七.檔案展覽規劃(3/9)

- 常設展或主題展
- **常設展**:通常是在固定的展場，展覽的時間也較長。
- **主題展**:通常是在單位或某一事件逢10、15、20等週年慶或事件逢20、30、50、60年等舉辦的展覽。
- 主題展的展出時間較短，從**2週到2個月**不等。

# 七.檔案展覽規劃(4/9)

- 展覽主題的決定及組成展覽小組。
- 平時需針對可能展出的主題預做準備。
- 組成展覽小組，由小組中選擇一人擔任召集人。在展出前定期開會共同商討與展覽相關事宜。
- 準備可能展出的主題，或由展覽小組共同開會決定以何主題做為展覽的主題。

# 七.檔案展覽規劃(5/9)

## ■ 實際進行選擇主題的方式：

- 可以考慮選擇與會議、週年慶、重要節日、重大事件等相關的主題；或是與教育、公關人員討論。
- 掌握外界需求；
- 平日建立的資訊：對於曾考量到的主題先行建檔，或是累積蒐集他館的展覽資訊。

# 七.檔案展覽規劃(6/9)

- **場地的選擇**
- 展場可以在本單位內舉辦或是單位外。
- **單位內部**：優點較多，不用向外界借場地及時間可控制、人力支援亦較方便等。
- 單位內部：缺點是如果本單位的地點偏遠，或是一般民眾較少接觸的單位，不易發揮展覽的功效。
- **單位外部**：如果借一般民眾較常去的場所，可發揮較大的效果，但需配合展出時間，需要場地費用、展品的照顧與人力支援費用等。
- 在圖書館舉辦是很好的選擇。

# 七.檔案展覽規劃(7/9)

- **確定觀眾**
- **內部觀眾**是以本單位為主，還需邀請上級單位。
- **外部觀眾**需邀請鄰近的社區民眾，如里長及里民，以及各級學校。
- **展覽時間規劃**
- 在參加金檔獎前一年舉辦，例如：109年
- 參選，108年年底前需先舉辦。

# 七.檔案展覽規劃(8/9)

- 觀眾的特質是影響展覽政策重要的因素
- 檔案館可以透過調查分析瞭解觀眾：
  - 背景資料
  - 參觀偏好
  - 到訪停留時間
  - 對展覽的意見
- 根據觀眾分析決定展覽的策展方向。

# 七.檔案展覽規劃(9/9)

- 展覽中問卷及展覽後自我評估。
- 展覽中需發問卷，詢問展覽的內容、動線等意見，做為下次展覽的參考。
- 展覽後自我評估：此次展覽有何優點與缺點，由展覽單位自我評估，有那些項目仍需改善，做為下次展覽之參考。

## 八.結論(1/5)

- 一. 先檢視本機關的**核心業務**有那些
- 二. 核心業務將產生那些**核心檔案**?
- 三. **服務的對象**為何?
- 四. 如何將**核心檔案**讓服務對象**了解與使用**?

## 八.結論(2/5)

- 五. 將舉辦那些**推廣與加值運用活動**？
- 1.**舉辦展覽** (問卷、主動邀請學校來參觀、媒體宣傳、巡迴展覽)。

### (1)**展覽主題**為何？

與本單位的**核心檔案**有關, 如: 戶政檔案, 各時期的戶政資料的變革、日治時期的戶籍資料解說等。

# 八.結論(3/5)

- (2) 參觀的對象?

- 例如:以淡水地區民眾為主,也可邀請新北市長、區長、附近中小學(正德國中與新市國小)

- (3) 舉辦的時間:最好在金檔獎參選前一年舉辦。

- (4) 展期多長?

- 以2週至一個月為宜。

- (5) 邀請媒體

- 當地電視臺、平面媒體、廣播節目等

# 八.結論(4/5)

(6) 製作小禮物

(7) 問卷: 詢問參觀者意見

(8) 將展覽內容放置於本單位之網頁，成為線上展覽。

## 2. 製作口述歷史

口述歷史對象以本單位歷任之首長或資深的員工為主。

# 八.結論(5/5)

- 3. 紙本出版或線上展覽
  - 將展覽內容以彩色圖片印出版品, 且將展覽內容在線上展示
- 4. 3C產品及網路推廣與運用
  - (1) facebook, (2) QR code, (3) You tube
- 5. 製作紀念品: 如: 磁鐵、書籤、筆記本等。

# 九.檔案應用檢核項目(1/3)

## ■ 有關檔案應用檢核項目：

1. 目錄(現行與回溯)是否已彙送檔案局？
2. 檔案應用相關規定、辦法、流程、收費辦法等是否已函送上級單位，並送檔案局核備？
3. 流程圖是否正確？
4. 是否已設置檔案應用專區，以及將檔案應用相關規定、辦法、流程、收費辦法等都放置於應用專區？

## 九.檔案應用檢核項目(2/3)

- 5. 單位內部的網頁是否有設置檔案應用專區?是否與檔案局的機關檔案目錄有聯結?
- 6. 是否設置局史室(文物室)?陳列單位相關的檔案、文件、手稿、文物等。
- 7. 近三年來是否有舉辦檔案展覽?檔案展覽內容是否放置於網頁以線上展覽方式展示?

## 九.檔案應用檢核項目(3/3)

8. 是否有加值運用的**出版品**? 包括單位的發展史或舉辦展覽的出版品?
9. 是否有錄製單位的**口述歷史**?
10. 是否有特殊績效?

# 參考文獻

- 林巧敏(民94)，檔案應用與增值服務，檔案與微縮，78期，頁1-8。
- 王美玉(民92)，從加值的觀點探討檔案資訊之行銷策略，檔案季刊，2卷2期，頁50-59。
- 謝寶煖(民91)，從行銷觀點談檔案應用服務品質之提昇，檔案季刊，1卷3期，頁36-49。
- 陳士伯。檔案行銷學。臺北市：作者自印，民92。
- 檔案管理局(2010)。「檔案樂活情報LOHAS 34」。

([http://alohas.archives.gov.tw/34/file\\_pedia.html](http://alohas.archives.gov.tw/34/file_pedia.html))(2010.05.06檢索)。