

# 博物館的網路資訊服務

## 故宮全球資訊網

黃靜萩



圖一 「天祿琳琅：乾隆御覽之寶」展覽介紹網頁



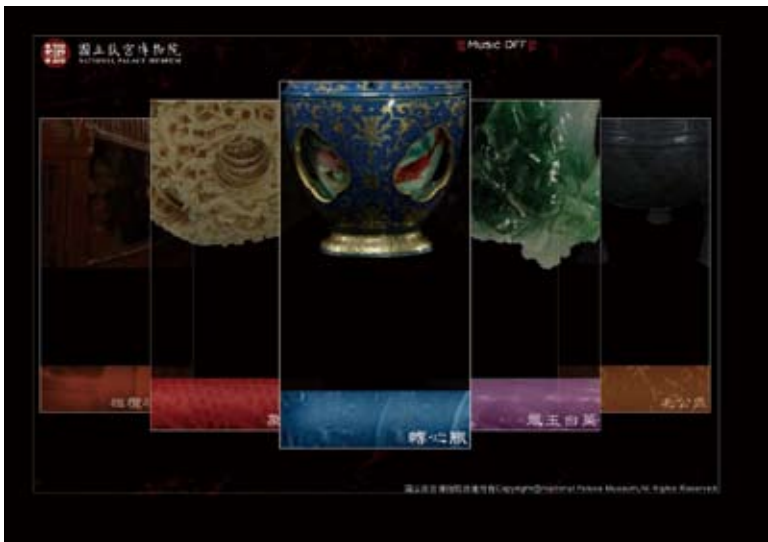
圖二 「國寶總動員」影片介紹網頁

隨著 e 化時代的來臨，e 世代族群的迅速成長，網路資訊服務已成為博物館必須提供的基本服務。在發展初期，博物館提供的網路資訊服務，僅在於被動地輸出服務資訊與文物知識。但伴隨著網路社會的快速發展，網路日漸成為博物館與民眾最常使用的溝通媒介，博物館提供的網路資訊服務，必須與時俱進，求新求變，才能滿足新世代網路族群的多元需求。

國立故宮博物院（以下稱本院）為因應這股 e 世紀潮流，近年來，主動求變，積極推行「數位典藏」、「數位博物館」及「數位學習」三大科技計畫，全面迎接這個重要趨勢的來臨。在求新求變的推動過程中，發展全方位的網路服務，亦為本院執行數位化專案



圖三 「古地圖攬勝」數位博物館主題網站



圖四 「3D虛擬文物展示系統」

的重要願景之一。這些年來，本院不僅致力於各式網路服務資源的產出，更是勇於挑戰突破博物館在網路科技上的應用發展。本院在網際網路上提供的服務資源豐富多元，可概分如下：

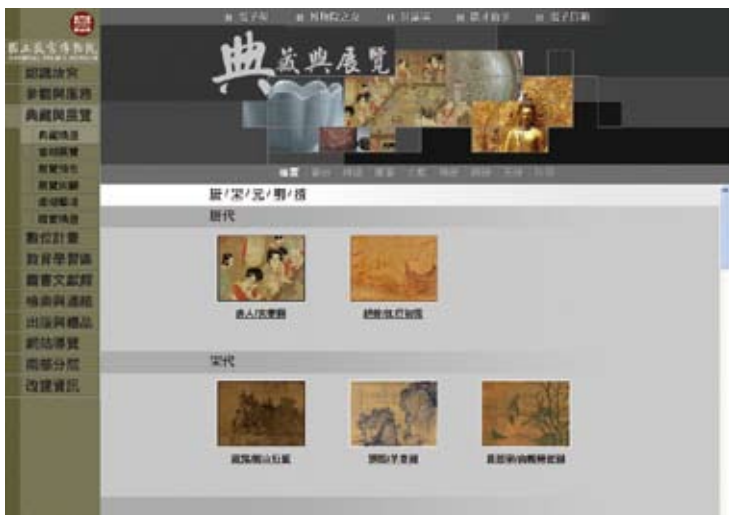
1. 參觀、展覽、教育活動、閱覽、出版品及影像授權等博物館即時服務資訊。(圖一、圖二)
2. 典藏精選、數位博物館主題網站、數位學習課程及3D文物虛擬展示系統等線上文物鑑賞教學資源。(圖三、圖四)
3. 器物典藏資料檢索、書畫典

藏資料檢索及善本古籍資料庫等典藏查詢系統。

4. 文物多媒體資源下載、線上電子賀卡寄送、故宮電子報訂閱及「台灣故宮線上精品」網路商城等加值服務功能。

當博物館積極投入多元化網路服務的研製工作時，一項衍生而出的議題，成為博物館必須關注的重要課題，那就是如何讓使用者在面對包羅萬象、日益增多的網路服務時，不至迷失其中且能快速搜尋到想要的資料。

面對這項課題，提供具完善導引功能的博物館入口網站，成為最佳的解決方案。然而，博物館入口網站可發揮的功能效益絕不僅於此。當博物館以「使用者導向」作為入口網的建置理念，時時關注使用者的喜好，不斷推陳出新各項能滿足使用者需求的多元服務，並為其帶來愉悅的數位體驗時，除可引發使用者持續瀏覽博物館網站的意願，達成資源分享的目的；更可吸引網路上未知的使用族群願意來實體



圖五 舊版網站選單繁複且瀏覽空間有限



圖六 現在的網站，單元選單及瀏覽空間都做了改善

博物館參觀，達到推廣的功效。

在本院這股推動數位化專案的變革中，筆者有幸於民國九十四年起，參與本院入口網——「故宮全球資訊網」的改版建置與維運工作。為讓關心故宮的讀者，瞭解本院於網站建置的努力與網站經營的用

心，筆者將透過本文，與讀者分享故宮全球資訊網的改版建置經驗與網站維運心得。

### 改版起源

本院的網路資訊服務，起始於民國八十六年建置完成的中、英文版故宮全球資訊網。爾後，配合各項數位計畫的開

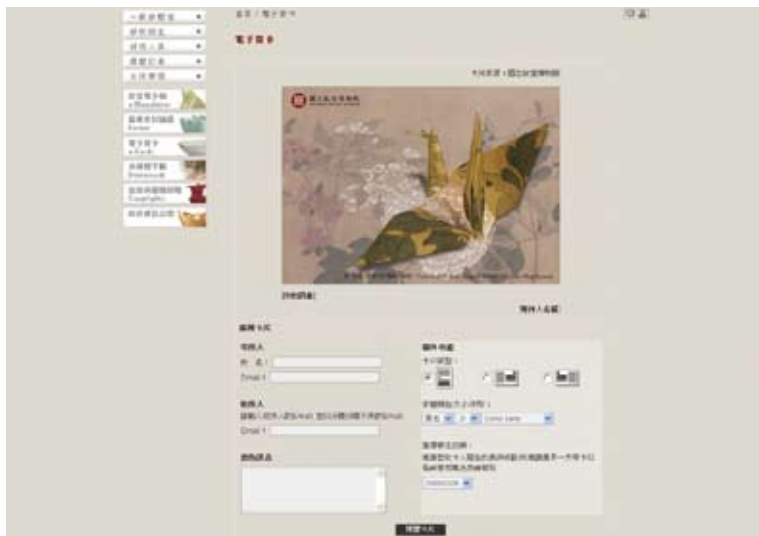
展，服務內容迅速擴增。至民國九十四年上半年止，故宮全球資訊網已提供有繁中、英、日、德、法、西、韓、俄、簡中九種語文版，服務的網頁高達二萬多頁，並獲得許多國內外大獎的肯定。

但是，當我們透過使用者的角度，以臨淵履薄、積極負責的態度，嚴格檢視故宮全球資訊網時，還是發現一些可改進之處。例如，網站單元選項繁複，主選單多達十一項，選單層次多達四層，容易讓使用者在資訊搜尋時遭遇挫折；網站單元視覺圖片配置空間過大，造成垂直閱讀空間有限，影響瀏覽的舒適度（圖五、圖六）；網站中大量的靜態網頁，不僅更新的即時性低，易造成資料不一致性，更有維護成本過大與維護困難等問題。為提供更完善的服務予社會大眾，我們遂於民國九十四年下半年起，再度投入了故宮全球資訊網的改版計畫。

### 工作與經營團隊的成立



圖七 中英文版網站首頁提供展覽活動行事曆功能



圖八 線上電子賀卡寄送

為順利推展改版工作，且考量到後續的網站維護，是持續性的經營工作，我們在進行改版規劃前的首要任務，就是成立「網站經營小組」。此任務編組的成員，橫跨院內各單位，主要職責為故宮全球資訊網的建置與維護工作。而小組

成立與跨單位組成的好處，除可在負責網站開發與負責內容提供的各單位間，建立良好的橫向溝通管道，降低建置的風險；亦可透過團隊經營模式的運用，減少維護成本，提升營運品質。在團隊成員確認後，各項改版工作就陸續展開。

### 目標使用族群的確定

承如大家所知，博物館網站的使用族群廣泛，包含參觀民眾、研究人員、學校師生、媒體、廠商；等，不同族群的進站需求皆有所不同。此時，網站單元架構的規劃，勢必難以同時滿足所有族群的使用需求。為克服這項困難，我們採行的方法就是確認網站的目標使用族群。

我們舉辦各式問卷調查活動，透過分析，了解到參觀者是本院網站的最大宗使用者，故將參觀者定義為網站的目標使用族群。爾後在進行網站單元架構規劃時，面對不同使用族群的分歧需求，才不至產生無所適從或前後不一的窘境。

### 使用者需求分析

當我們以「使用者導向」作為網站設計的主要理念時，網站就能為使用者帶來適切而滿意的服務，為此，我們非常重視「使用者需求分析」這項基本工夫。不僅將歷年來網友提供的改善建議整理分類，更

搜尋討論網路使用行為及網路科技發展趨勢等相關研究資料，以深入瞭解網路使用者的網頁瀏覽習性、網站功能喜好與網路使用環境。

這項工作的重要性，在我們進行網站規劃工作時，即可深深地感受到。因為透過需求分析的結果，我們可清楚地知道，如何規劃網站單元架構與服務功能，才能滿足使用者需求；亦了解如何設計版型與瀏覽動線，才能為使用者帶來愉悅的使用經驗。而例如PDA版網頁、RSS即時更新訂閱服務、分眾導覽服務、展覽活動行事曆、轉寄好友、友善列印、線上賀卡寄送、MSN顯示圖片及手機桌布等（圖七、圖八），便是在這樣的用心下被提出的。

## 網站系統製作與網頁內容整建

當各項規劃工作完成後，即可進入網站系統製作與網頁內容整建工作。網站系統製作，包含系統分析、設計、製

作及測試等階段。所有階段在執行時，我們皆落實了可行性評估與使用者需求檢核的工作。例如，我們瞭解使用者在瀏覽網站時，不想浪費過多時間在介面操作使用上。故我們在設計網頁時，版面盡量控制在標準視窗大小內，底圖設計上更採用可隨視窗大小縮放的功能，讓使用者減少使用捲軸功能（尤其是橫向捲軸）的需求，以增加瀏覽舒適度及效率。又我們了解使用者的網路使用環境（包含瀏覽器與系統平台等）是具差異性的，因此，我們在網頁製作前，便先進行各項網路使用工具與技術的評估，期望使用者在任何網路環境中皆可順利瀏覽網站；此外，在測試階段，我們亦落實至不同瀏覽器及系統平台上進行使用測試的工作。

在網頁內容整建部份，這看似簡單的工作，其實是非常繁雜且費時的。主要原因在於我們已將網站架構重新規劃，新舊網站的單元功能並無對應。面對網站原有的龐雜資

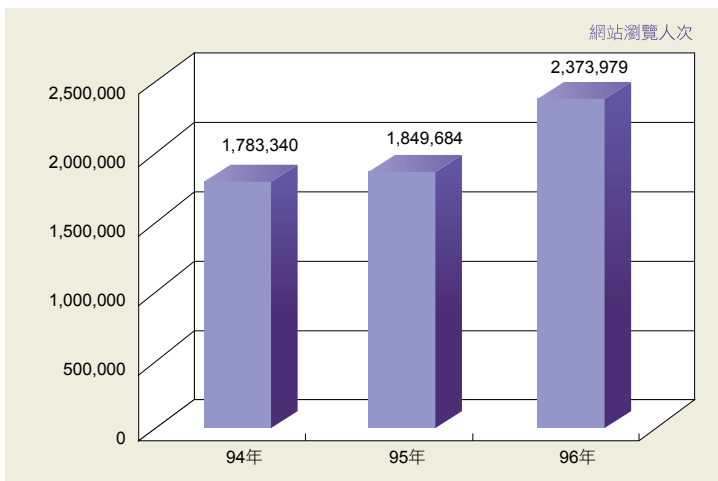
料，我們必須進行整理、比對、修正、確認、翻譯（九國語文）、上稿及校對等繁複工作。雖然我們已採用進度控管措施，來提升工作效率。但耗費的時程仍遠超出我們的預期，幸而在大家的共同努力與互相激勵下，新版網站終於在民國九十五年六月如期上線。

## 網站營運

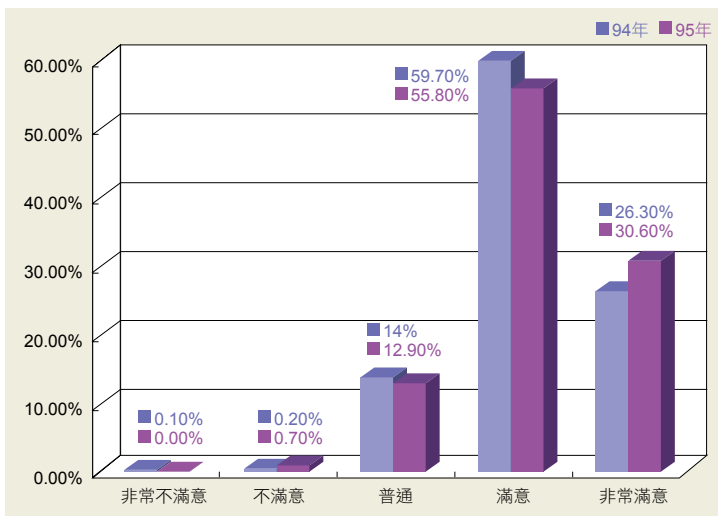
當網站正式上線後，代表的僅是網站建置的階段性任務完成了，但後續的網站營運則是持續不斷且重要的工作。網站營運的主要目的，是為確保服務品質及提升網站績效。我們可分內容經營、系統維護與推廣計畫等三個面向來執行。

在內容經營部份，我們除維持網頁內容的即時性與時效性外，亦配合科技潮流與流行趨勢，不斷推陳出新各式數位內容，「手機二維條碼桌布下載」的提供即為一例。

在系統維護部份，我們定期地進行網頁內容、網路設備及網站流量等資安稽核工作，



圖九 94年至96年網站流量統計



圖十 網站滿意度

確保網站正常營運。我們也不定期地安排教育訓練課程，提升同仁的維護管理能力。此外，對民眾的意見反應，我們亦隨時檢討，並配合調整新增網站功能。

在推廣計畫部份，我們發送「故宮電子報」中英文版雙週刊，將故宮各項藝文服務即時資訊主動分享予社會大眾，

並透過各式展覽及網站競賽的參與，提升網站形象與知名度。我們亦不定期舉辦網路贈獎活動及搭配院內活動至大型人口網購買廣告看板及關鍵字搜尋行銷服務，增加網站的曝光度與到站率。

### 結語

故宮全球資訊網自九十五

年度順利上線後，透過統計與調查，網站流量與使用者滿意度，皆逐年攀升（圖九、圖十）。此外，亦榮獲二〇〇七年「國際博物館與文化資產多媒體展示及競賽會議（Fi@mp; Festival International de l'audiovisuel et du Multimédia sur le Patrimoine）」網頁藝術大獎（Grand Prix WebArt du site généraliste），二〇〇六年「第一屆Yahoo! 奇摩搜尋行銷大賞」的年度品牌卓越獎—金獎及年度搜尋行銷精準獎—銀獎的高度肯定。

未來，我們會持續拓展服務層面、深化服務機能，來滿足網路上不同使用族群的需求，亦將配合本院「新世紀U化故宮優質園區示範計畫」的推動，以「民眾可以感受到資訊、通信科技好處」的觀點出發，運用無所不在運算技術與行動通訊技術，讓使用者在任何時間、任何地點，都可透過多種管道，享受方便、貼心且安全的博物館優質e化服務。

