

解開博物館社群經營的流量密碼 與創意思維—— 以 Instagram 為例

■ 廖家誠

隨著自媒體的蓬勃發展，掌握「流量密碼」已逐漸成為各大網紅、部落客及 Youtuber 等社群經營者的走紅關鍵。同樣作為社群經營者的博物館，這些年亦因應疫情的衝擊，使其更積極地透過社群媒體進行社群行銷（Social Media Marketing）以及增加與觀眾的互動，進而發展出許多讓人耳目一新的社群經營模式。本文將以當今最受歡迎的博物館社群經營平臺 Instagram 為例，試著找尋並解開隱藏在博物館 Instagram 社群經營中的流量密碼與創意思維。

博物館與社群媒體

根據《2022 年全球數位調查報告》（DIGITAL 2022: GLOBAL OVERVIEW REPORT）指出，截至 2022 年 1 月，全球社群媒體活躍用戶總數約為 46 億，社群媒體用戶占全球近 58.4% 的人口，且全球每秒約新增 13.5 位社群媒體新用戶，在後疫情時代下，其使用成長率仍持續攀升。用戶遍及全球的 Facebook、Instagram 及 Twitter 等社群媒體，依舊廣受大眾歡迎，¹ 亦為當今歐美博物館常見的社群經營平臺。

自 2020 年起隨著 COVID-19 疫情蔓延全球，各國政府在實施相關防疫政策與封城的禁令中，不僅重創了民生經濟，也造成社交活動的中斷。早在疫情發生之前，博物館皆已投入社群行銷的經營；在疫情影響致閉館期間，許多博物館仍持續運用社群媒體與增加線上活動連結社會大眾，「社群媒體」更成為了受觀眾歡迎的博物館線上服務之一。²

Instagram——最受歡迎的博物館社群經營平臺

Instagram（以下簡稱 IG）是一款依靠行動裝置興起的免費社群軟體，以手機作為主要媒介，具有活潑、多變、有趣的特色，是一個能提供用戶發現精彩照片與瞬間驚喜，並因此深受感動而啟發的平臺。³ 根據歐美統計數據平臺「Statista」的研究調查，截至 2022 年 1 月，IG 全球每月活躍用戶已達 20 億人，其中 51% 為男性，49% 為女性，並以 18 至 34 歲為主要年齡層，⁴ 顯見其受眾用戶以年輕族群為主。

相較於 Facebook 主要以文字作為提供多元資訊性的內容平臺，雖有圖片及影音作為輔助，其瀏覽介面仍多少帶有「部落格」式的閱讀感；而 IG 以「圖像」及「影音」作為整體版面的編排，透過跨越語言藩籬的「視覺內容」以及即時性的「互動功能」，提供使用者在此展現自我、分享創意、喜好與個人生活動態。

近來隨著 IG 陸續開放更多具有互動性、趣味性及實用性的新功能後，提供用戶更進階的社群媒體使用技巧，IG 不再只是最初大眾認知的「網美打卡工具」，更進化為「品牌經營」的行銷利器。

作為以視覺美感為呈現重點的社群媒體，IG 也廣受各種展示藝術表現領域機構的喜愛，近年來有越來越多博物館及藝廊積極運用其社群精神——「圖像」，向大眾公開展示他們的部分藏品。一項研究也觀察到，博物館在 IG 上對作品的描述比官網上的公開資訊還更廣泛多元——IG 實質上成為知識傳播的首選平臺。此外，博物館除了能善加運用 IG 作為展覽宣傳、從中培養潛在客群的行銷工具外，也能與觀眾建立並維持聯繫，甚至透過「以使用者為中心」的行銷策略，將社群粉絲轉換為行銷倡導者（Advocates）。⁵

國際藝術媒體《藝術新聞報》（*The Art Newspaper*）在「2020年觀眾數據研究」（Visitor Figures 2020）中指出，在2020年參觀人數前100大的博物館所經營的社群平臺之中，IG 的追蹤總人數增加了1,300萬人，漲幅為30%，相較 Twitter 的13%及 Facebook 的5%，顯見在疫情期間，IG 已躍升為當今最受歡迎的博物館社群經營平臺，⁶而全球博物館在社群媒體的經營中，其投入重心和操作策略亦有了明顯的轉變。

創意滿點的博物館 IG 經營案例

IG 從早期具備的拍照、套用各式濾鏡、發文上傳、打卡、主題標籤（Hashtag）等基礎功能，到經歷2012年被 Facebook 收購後，陸續增加了即時通訊、直播等功能，仍持續推陳出新。究竟，除了傳統的「發文分享」，博物館如何

活用當今主流社群平臺 IG 的熱門功能，進而打造充滿創意互動的社群經營模式？以下整理相關案例，並試探其社群經營關鍵，從中解開博物館 IG 社群經營的流量密碼與創意思維。

一、Museum on Live：博物館也可以是人氣直播主

西班牙普拉多美術館（Museo Nacional del Prado）自2016年開辦 IG 帳號起，其 IG 經營模式與各大博物館相同，固定上傳豐富精美的館藏照片並輔以介紹文字、配合時事話題、熱門



圖1 瀏覽2022年1月間部分貼文內容，主要為當日直播影片。取自普拉多美術館官方IG @museoprado，檢索日期：2022年3月10日。

主題標籤製作趣味性貼文，以及上傳展覽宣傳短片等內容。然而，因應近年直播熱潮的興起，自2019年11月起，美術館社群媒體經營團隊便開始嘗試將直播作為IG主要經營模式，隨著每日常態性地直播介紹各種知識性、趣味性的館藏內容與工作現場，觀眾得以窺見美術館的更多不同樣貌，這段長度約10分鐘的直播，四年來已逐漸成為西班牙觀眾在每日的悠閒早餐時光或忙碌的通勤途中最好的陪伴。（圖1）

負責執行每日直播工作的社群媒體經營小編哈維爾·塞恩斯·德·羅斯·德雷羅斯（Javier Sainz de los Terreros）在受訪中提到，「直播雖有著許多不可控的未知風險，但正因其呈現的真實性，加上美術館利用淺顯易懂的語彙以及

與觀眾的即時互動，透過社群媒體，讓藝術連結至觀眾的日常生活。在未開放攝影的現行參觀規定中，觀眾得以透過直播鏡頭近距離欣賞作品細節。這樣的嘗試，普遍獲得了許多當地觀眾的良好反應，因此讓我們決定將直播作為美術館IG的主要社群經營模式。」⁷

除了常態性地透過直播介紹館藏外，美術館團隊更致力推出多樣化的特色直播內容：包含走進修復工作室、推廣與分享教育推廣專案、特展宣傳等美術館大小事。例如2022年1月在館方與日本任天堂合作推出的Switch遊戲《動物森友會——普拉多館藏版》之際，便由該館教育推廣人員帶著遊戲機走進展間直播，為玩家們介紹合作開發的館藏內容（圖2）；2020



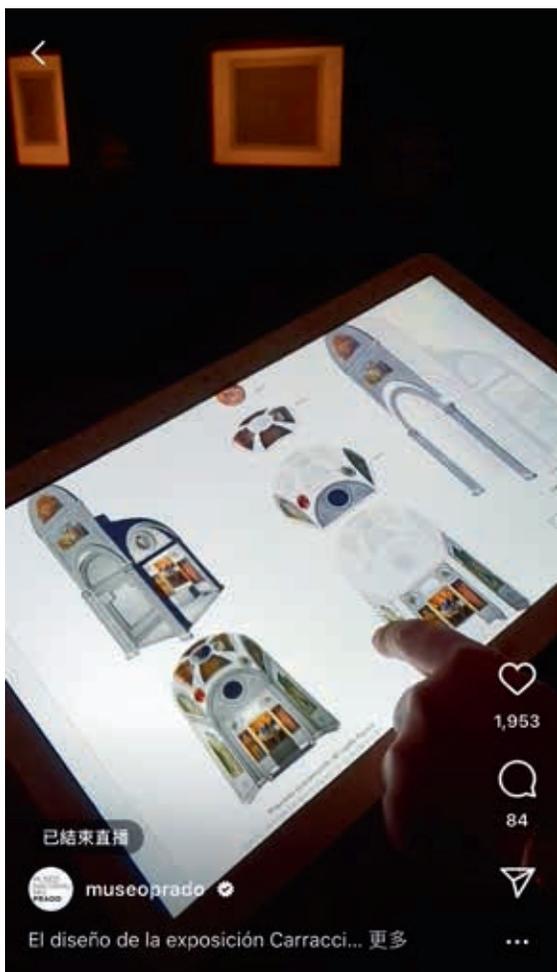
圖2 館內教育推廣同仁手持任天堂Nintendo Switch遊戲機在展間為觀眾介紹合作開發的館藏內容。取自普拉多美術館官方IG @museoprado，檢索日期：2022年3月10日。



（左）圖3 西班牙蘇菲亞王后國家藝術中心博物館（Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía）館長Manuel Borja-Villel（照片下方）介紹該館重要發展、館藏特色以及與普拉多美術館之間的歷史淵源。取自普拉多美術館官方IG @museoprado，檢索日期：2022年3月10日。

（右）圖4 西班牙服飾博物館（Museo del Traje）館員（照片下方）介紹該館典藏之18世紀末女性服飾。照片上方為普拉多美術館拍攝該館典藏之西班牙宮廷畫家哥雅（Francisco de Goya, 1746-1828）著名畫作《歐蘇納公爵伉儷及其子女》（Los duques de Osuna y sus hijos）與之對照及交流。取自普拉多美術館官方IG @museoprado，檢索日期：2022年3月10日。





(左) 圖5 展場規劃師手持設計圖向觀眾介紹巴洛克時期義大利著名畫家安尼巴爾·卡拉契 (Annibale Carracci) 特展之展示規劃設計理念。取自普拉多美術館官方IG @museoprado, 檢索日期: 2022年3月10日。



(右) 圖6 西班牙饒舌創作人氣歌手Arkano參觀以神話中的愛與激情為主題的年度特展。取自普拉多美術館官方IG @museoprado, 檢索日期: 2022年3月10日。

年「518 國際博物館日」當天則邀請西班牙各大美術館接力參與共同直播，由各館分享其經典館藏。(圖3、4)此外，館方也曾邀請展場設計師透過直播帶領觀眾走入特展現場，介紹其展示規劃設計理念(圖5)，2021年3月更與擁有百萬IG追蹤人數的西班牙饒舌創作歌手Arkano合作，在參觀特展的直播現場中即與饒舌，順勢為展覽增加網路聲量。(圖6)

哈維爾·塞恩斯·德·羅斯·德雷羅斯進一

步說明，在每日的直播節目中，深受觀眾喜愛的內容主要為「人氣館藏介紹」與「修復工作現場直擊」等。⁸其中，曾參與直播的資深修復師愛麗莎·摩拉 (Elisa Mora) (圖7) 以及資深保全馬諾洛·歐蘇納 (Manolo Osuna) (圖8)，他們向大眾分享那些隱身在美術館幕後的工作日常，並透過個人視角道出對館藏的喜愛與其自身對美術館的特別觀察發現，在IG上分別獲得超過5萬的總觀看次數及破萬讚數，也引

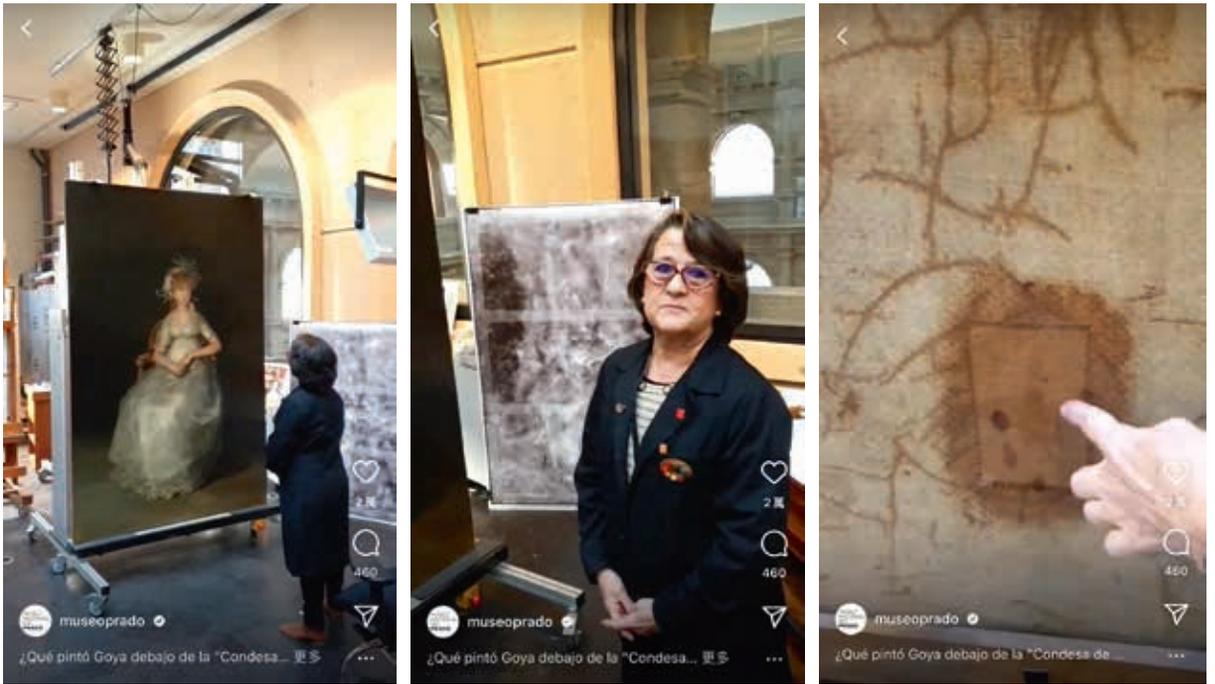


圖7 資深修復師愛麗莎·摩拉為觀眾介紹其正在修復的西班牙宮廷畫家哥雅之著名畫作《欽瓊伯爵夫人》（Condesa de Chinchón）。取自普拉多美術館官方IG @museoprado，檢索日期：2022年3月10日。

起了《紐約時報》（*The New York Times*）的關注，為其進行採訪報導。⁹另外，在考量國際觀眾的需求之下，館方也與「普拉多美國之友」（*American Friends of the Prado*）合作，自2021年9月起固定於每週三推出英語直播，藉此擴大美術館直播所觸及的觀眾客群與效益。

目前普拉多美術館每日在IG上的直播平均擁有近2,000位觀眾參與觀看，在直播影片上傳至IG後的24小時內，亦可獲得約25,000至30,000的觀看次數。¹⁰館方在IG直播結束後，也會將回放影片同步上傳至官方Facebook，擴大社群媒體曝光率。即時的互動分享與美術館幕後的日常直擊，使這座擁有二百多年歷史的美術館在社群上颯起直播熱潮，成為當今博物館超人氣直播主。

二、活用限時動態功能，打造藝術鐵粉群

2016年IG推出「限時動態」（*Instagram Stories*）的功能，用戶可透過限時動態發布圖片或是影片，並且運用內建的濾鏡、文字、貼圖、地標及氣溫等小工具進行編輯，建立專屬個人風格的動態內容。因為發布內容在24小時後將自動消失，這樣的「限時」特色以及充滿圖文創作樂趣的生活分享方式，讓該功能在推出後廣受用戶歡迎，使用的活躍度及頻率更高於發文。

近年來隨著IG持續擴充限時動態的新功能：包含典藏發布過的精選限時動態、延長影片錄製秒數、加入倒數、連結、投票以及問答等豐富趣味功能，讓限時動態更具便利性與互動性。在資策會產業情報研究所（MIC）公布的「社群與通訊消費者調查系列一」中，「限時動態」

更以 37.5% 的使用度成爲 2021 年最吸引臺灣網友的資訊形式與數位內容，¹¹ 顯見其使用熱潮。

2020 年，英國倫敦國家畫廊（National Gallery）在因疫情影響致閉館的情形下，積極地運用各種線上資源以及開發更多元的社群溝通方式，與社群媒體粉絲展開緊密互動。其中，「Art quizstory」便是由該館社群媒體經營團隊運用 IG 限時動態的豐富功能，所規劃製作的社群經營新創意。

「Art quizstory」以館藏或展場照片作爲背

景，精選該作品的重點訊息，例如作者、作品名稱、創作年代、創作特色及所在展間位置等文字資訊，並且挑選隱藏在名畫背後的有趣故事、主角人物、畫中奧秘等相關亮點，彙整作爲製作限時動態中的「票選活動」（Poll）、「測驗」（Quiz）等功能的問答素材，每個「Art quizstory」系列約發布 10 至 20 則限時動態內容（圖 9）。館方也邀請粉絲分享其答題成績，並轉發至官方 IG 限時動態，藉此深化社群互動與樂趣。（圖 10）

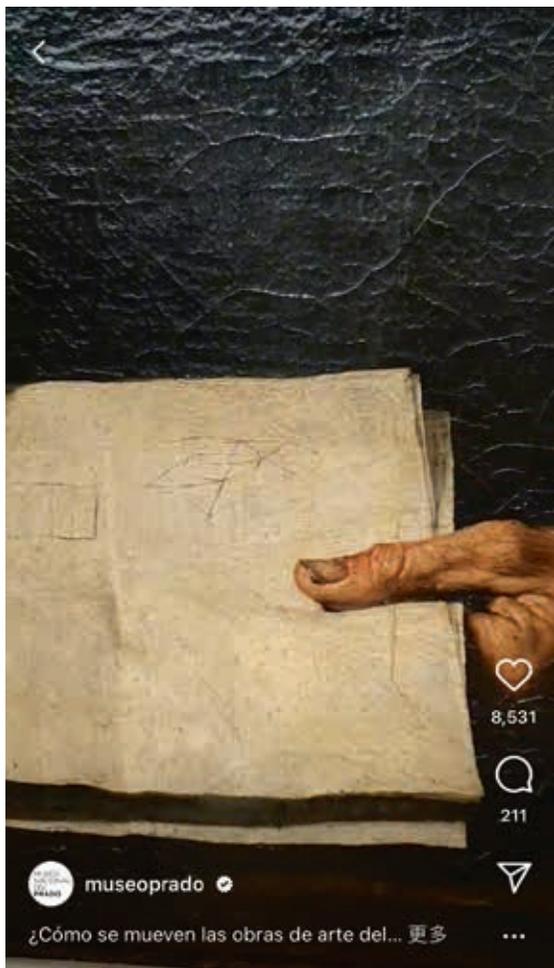


圖8 資深保全馬諾洛·歐蘇納爲觀衆介紹其喜愛的17世紀西班牙著名畫家荷西·德·里貝拉（José de Ribera, 1591-1652）之畫作《哲學家》（Democritus）。取自普拉多美術館官方IG @museoprado，檢索日期：2022年3月10日。

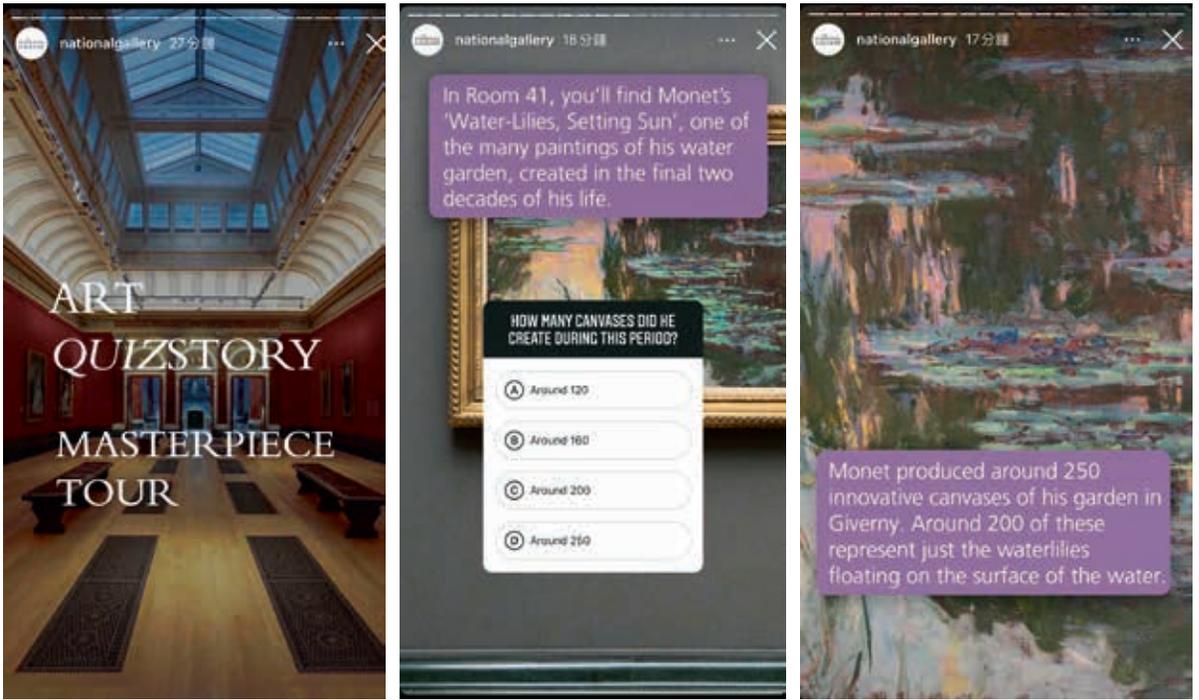


圖9 以館藏名作——法國印象派畫家莫內·克萊德 (Claude Monet, 1840-1926) 之作品《睡蓮·夕陽》(Water-Lilies, Setting Sun) 作為「Art quizstory」的限時動態問答。© The National Gallery, London。取自國家畫廊IG @nationalgallery，檢索日期：2022年2月4日。

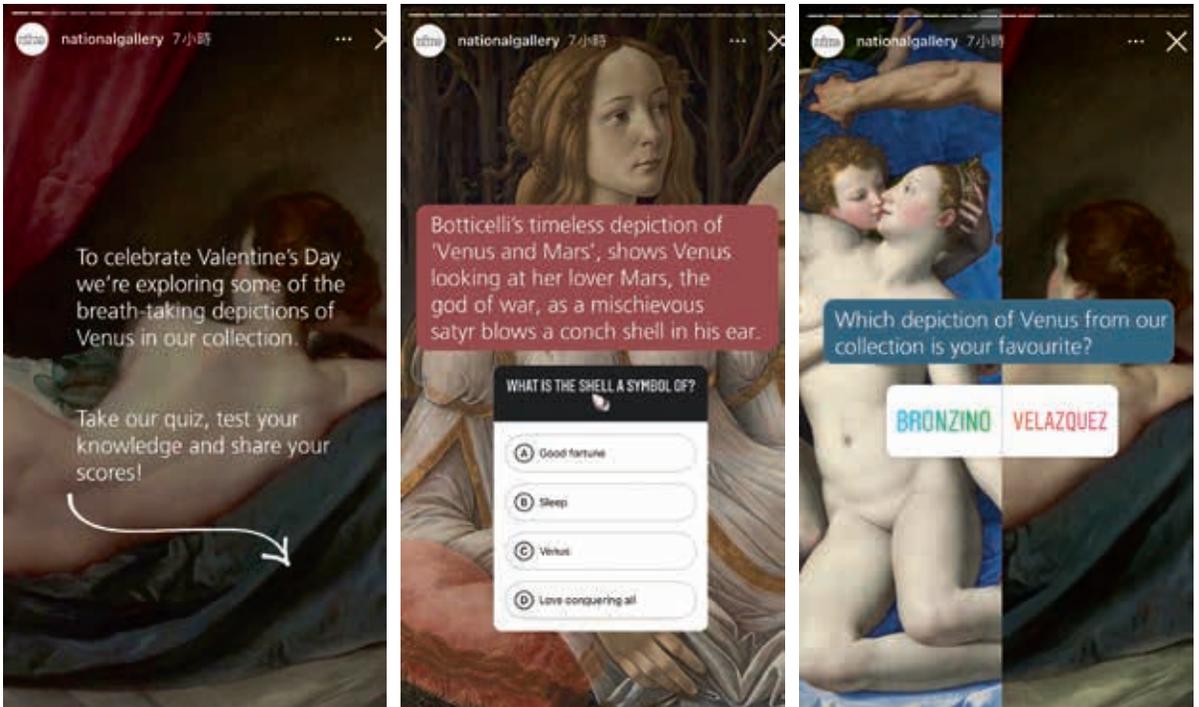


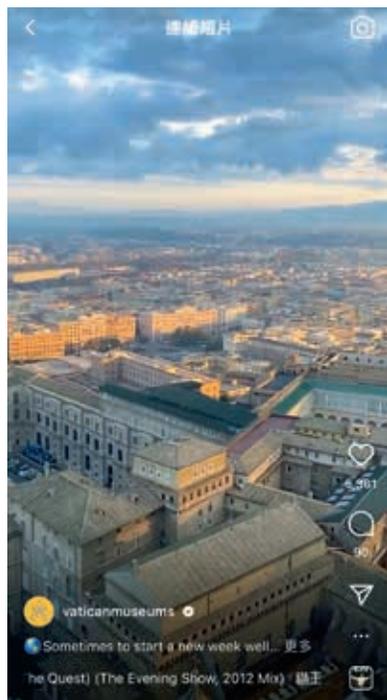
圖11 為呼應「西洋情人節」，館方推出以探索館藏中有關維納斯的形象作為「Art quizstory」的限時動態問答。© The National Gallery, London。取自國家畫廊IG @nationalgallery，檢索日期：2022年2月15日。



圖10 官方IG轉發分享粉絲參與「Art quizstory」的問答成績。© The National Gallery, London. 取自國家畫廊IG @nationalgallery, 檢索日期: 2022年2月15日。



(左) 圖12 館方透過連續短片介紹展示著許多神話人物雕像作品的「雕像廳」(Galleria delle Statue e Sala dei Busti) 取自梵蒂岡博物館官方IG @vaticanmuseums, 檢索日期: 2022年3月15日。



(右) 圖13 館方登上梵蒂岡城另一著名景點「聖彼得堡大教堂」(Basilica di San Pietro), 透過連續短片拍攝遠眺梵蒂岡博物館的獨特視角。取自梵蒂岡博物館官方IG @vaticanmuseums, 檢索日期: 2022年3月15日。

該館社群經理艾麗·懷恩 (Ellie Wyant) 說道:「有關『Art quizstory』的主題, 舉凡是畫家的生日、特殊節日、特定展間或是新的典藏品都是我們選擇的題材。(圖 11)……對於國家畫廊的社群經營操作策略, 我們希望能提供觀眾更多元以及適合他們的社群互動方式去親近及了解館藏, 而不僅僅只是依靠以藝術史觀點書寫的貼文內容而已。」¹² 從原本數週一次到現在成為每週五常態發布的限時動態——「Art quizstory」, 國家畫廊透過連續的限時動態內容與趣味多元的互動功能, 述說一幅幅世界經典名畫的故事, 限時動態具有的高曝光度與流量熱潮, 不僅拓展了潛在追蹤者, 更培養藝術鐵粉群。

三、IG Reels 正夯, 博物館搭上短影音熱潮

近年來, 隨著全球著名短影音社交軟體 TikTok (抖音國際版) 的崛起, 使得各大社群平臺更專注於「影音內容」的發展。2020年8月, IG 推出「連續短片」(Reels) 功能, 使用者可透過內建的創意編輯套件, 包含多種影片片段、音訊、播片速度調整、濾鏡效果和其他特效等功能, 拍攝並剪輯製作約3秒至60秒內各種創意有趣的短片。¹³

自2020年10月起, 擁有豐富教廷珍寶收藏的梵蒂岡博物館 (Musei Vaticani) 開始投入拍攝製作連續短片。(圖 12、13) 其中, 以被喻為是「梵蒂岡鑰匙的守護者」(Clavigero dei Musei Vaticani) 的傳奇人物——吉安尼·克雷亞

(Gianni Crea) 作為開場主角的連續短片系列，更為博物館帶來高流量和破萬讚數。

身為梵蒂岡博物館的首席鑰匙保管員與門衛，二十多年以來，克雷亞肩負著一項重要使命——每天手持多達 2,797 把鑰匙與團隊穿梭各處，一一開啓和關閉三百多道門鎖。¹⁴ (圖 14) 在看似拍攝日常開門工作的短片中，他總是手持著巨大的鑰匙環，為觀眾揭開那些隱藏在這座藝術聖城中尚未開放區域的神秘面紗或壯闊景致 (圖 15)，包含擁有文藝復興巨擘米開朗基羅 (Michelangelo di Lodovico Buonarroti Simoni, 1475-1564) 曠世巨作的「西斯汀禮拜堂」(Cappella Sistina)。該影片以主題標籤「#SistineUnseen」(未見過的西斯汀) 為題，在

溫暖的鋼琴背景音中，克雷亞帶領觀眾一覽震撼人心的藝術瑰寶和黎明時分遊客未至前的靜謐光景。短短一分鐘的影片裡沒有任何特效、字幕或對白，卻感動了無數觀眾，讓這則連續短片在 IG 上獲得 6.7 萬個累積讚數，以及破千則留言的高度迴響。(圖 16)

梵蒂岡博物館於 2018 年開設 IG 帳號，其投入社群經營的時間雖相較於其他博物館來得晚一些，但除了透過提供雙語(義大利語及英語)的貼文說明、邀請觀眾分享並轉發參訪照片等方式外，更善用連續短片的高曝光度，並嘗試透過沒有特效、濾鏡或字幕的輔助，以最純粹的影音創造引人入勝的博物館線上探索之旅。多元的經營模式使其粉絲人數快速增長，



圖 14 館方曾在 2021 年 11 月 13 日發文介紹克雷亞 取自梵蒂岡博物館官方 IG @vaticanmuseums，檢索日期：2022 年 3 月 15 日。

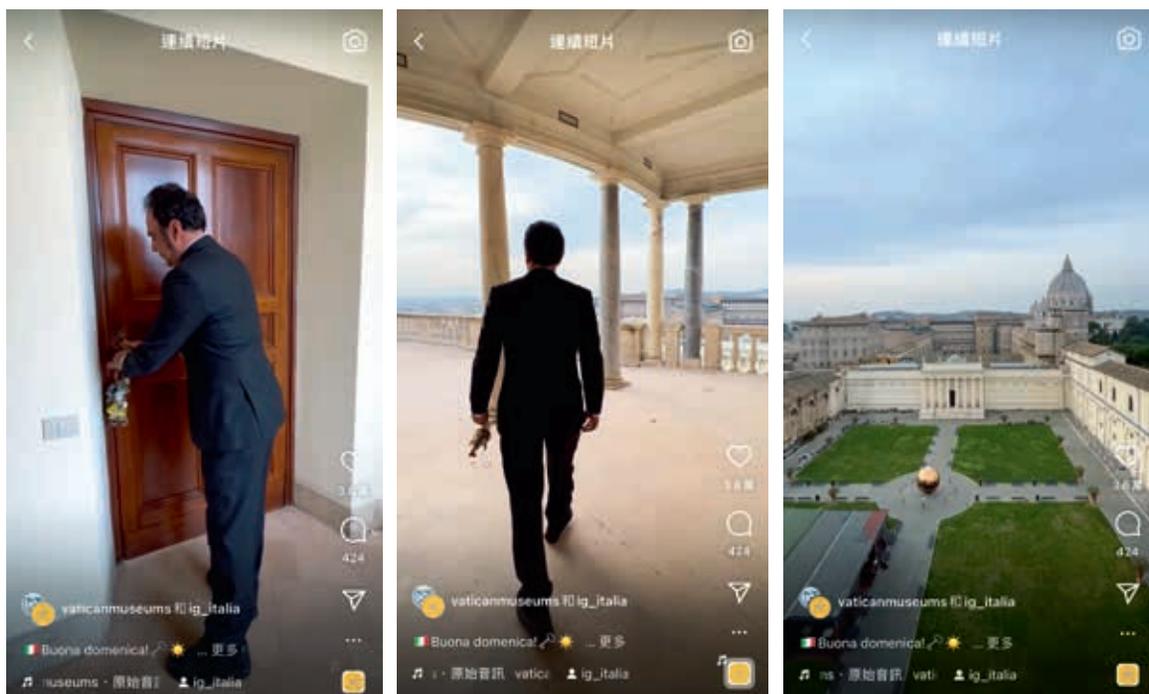


圖15 克雷亞打開博物館天臺門鎖，向觀眾分享至高點的絕美景觀。取自梵蒂岡博物館官方IG @vaticanmuseums，檢索日期：2022年3月15日。

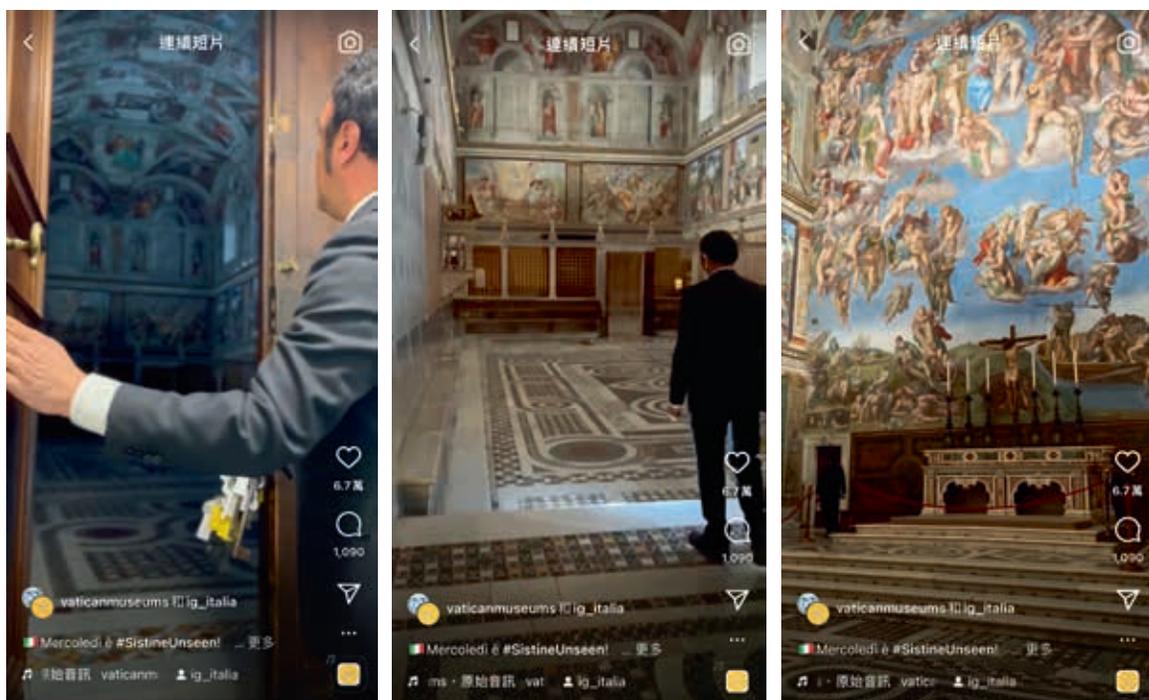


圖16 克雷亞在例行開門的工作中，分享西斯汀禮拜堂在黎明時分遊客未至前的靜謐時光，以及在這神聖殿堂中讓人撼動心靈的米開朗基羅《創世紀》（Volta della Cappella Sistina）穹頂畫以及《最後的審判》（Il Giudizio Universale）壁畫創作。取自梵蒂岡博物館官方IG @vaticanmuseums，檢索日期：2022年3月15日。

四年來已吸引近 26 萬粉絲追蹤（統計至 2022 年 4 月底）。從該館透過拍攝獨具特色的短影音內容獲得的關注與突出表現來看，這股短影音掀起的創意風潮和影像穿透力仍持續在社群媒體中蔓延。

結語

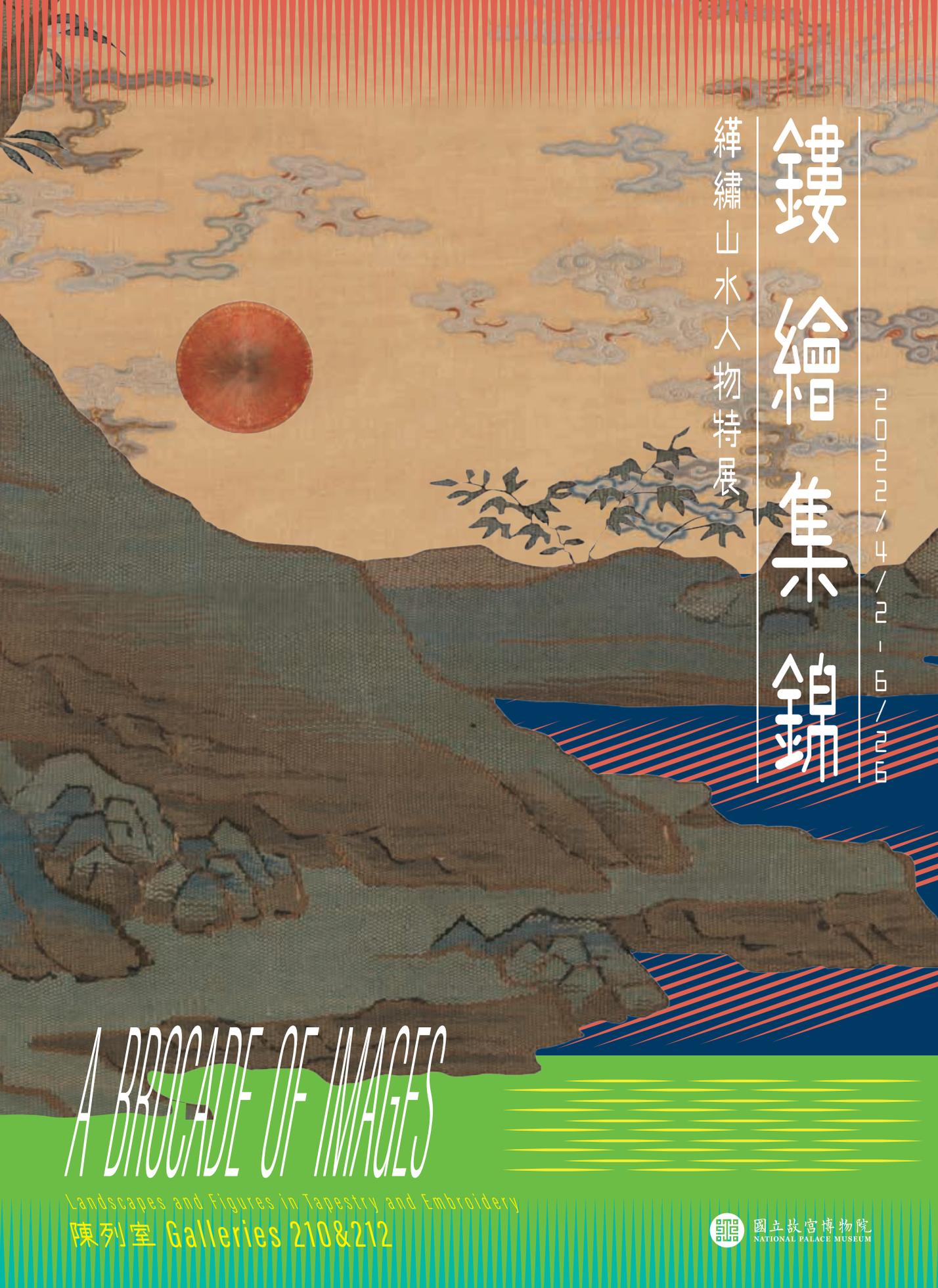
在這個社群當道的時代，社群媒體儼然已成為博物館的宣傳主力，而「社群行銷」更是當今博物館經營之道中，最不可或缺的一個重要管道。從本篇文章分享的案例得以窺見，除

了傳統的發文形式之外，全球博物館正積極透過更多元、即時的社群互動方式與創意思維，展現出博物館社群經營模式的更多可能性與新方向，並努力發展出與眾不同的社群經營特色。惟有積極掌握社群媒體發展趨勢、洞察社群生態與經營數據、勇於嘗試新功能，並靈活運用社群媒體的不同特性，才能創造專屬流量密碼。歡迎追蹤！博物館的社群動態，永遠值得關注。

作者為前國立故宮博物院研究助理

註釋：

1. Simon Kemp, "Digital 2022: Global Overview Report," Datareportal, January 26, 2022, accessed March 1, 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
2. 許淑華、許家璋，〈衝擊與挑戰：博物館面對 COVID-19 疫情的策略與機會〉，《博物館與文化》，19 期（2020.6），頁 164-167。
3. 鄭苑鳳，《集客瘋潮！Facebook+Instagram 最強雙效社群行銷術》（臺北：博碩文化股份有限公司，2022），頁 7-2。
4. "Distribution of Instagram users worldwide as of January 2022, by age and gender," Statista, March 22, 2022, accessed May 7, 2022, <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
5. Jullaya Vorasuntharsooth, "Instagram and Online Presence Among Art Museums: An Investigation of Instagram Content on Audience Engagement" (M.S. thesis, Erasmus University Rotterdam, 2018).
6. Aimee Dawson, "Instagram overtakes Twitter as most popular platform for museums during Covid-19 pandemic," *The Art Newspaper*, March 30, 2021, accessed January 28, 2022, <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/29/instagram-overtakes-twitter-as-most-popular-platform-for-museums-during-covid-19-pandemic>
7. Uxia Prieto, "El secreto detrás del éxito en redes sociales del Museo del Prado," *El HuffPost*, January 15, 2022, accessed February 10, 2022, https://www.huffingtonpost.es/entry/el-secreto-detras-del-exito-en-redes-sociales-del-museo-del-prado_es_61e010d3e4b0ee023e6aee5c
8. Uxia Prieto, "El secreto detrás del éxito en redes sociales del Museo del Prado."
9. Doreen Carvajal, "The Prado Museum's Unsung Workers Step Into the Limelight," *The New York Times*, March 11, 2020, accessed February 10, 2022, <https://www.nytimes.com/2020/03/11/arts/design/prado-instagram-videos.html>
10. 參考 2022 年 4 月 27 日筆者聯繫普拉多美術館社群媒體團隊之電郵訪問紀錄。
11. 資策會產業情報研究所，〈【社群與通訊消費者調查系列一】「限動」最吸引網友，行銷掌握黃金 1 分鐘原則，網友起床優先看 Line 群組，年輕族群更愛看 IG〉 <https://mic.iii.org.tw/news.aspx?id=611>（檢索日期：2022 年 2 月 10 日）。
12. 參考 2022 年 4 月 11 日筆者聯繫國家畫廊社群媒體團隊之電郵訪問紀錄。
13. "Introducing Instagram Reels," Instagram, August 5, 2020, accessed March 5, 2022, <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement/?fbclid=IwAR0Eom674VmtLb7yENgPzcYAGrPY8oSGDo6WxJh0QTCxyth05j8GTJeph7U>
14. Gulnaz Khan, "Meet The Man With The Keys To The Vatican," *National Geographic*, July 5, 2018, accessed March 5, 2022, <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/key-keeper-vatican-museums-photos>



鏤繪集錦

緯繡山水人物特展

2022 / 4 / 21 - 6 / 26

A BROCADE OF IMAGES

Landscapes and Figures in Tapestry and Embroidery
陳列室 Galleries 210&212



國立故宮博物院
NATIONAL PALACE MUSEUM