

表演藝術團體網站內容分析之研究

Content Analysis of Websites of Performing Art Groups

林 芳 伶

Fang-Ling Lin

國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所研究生

Graduate Student,

Graduate Institute of Library and Information Studies,

National Taiwan Normal University

E-mail: 697150056@ntnu.edu.tw

柯 皓 仁

Hao-Ren Ke

教授兼圖書館副館長

國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所

Professor and Deputy Library Director,

Graduate Institute of Library and Information Studies,

National Taiwan Normal University

E-mail: clavenke@ntnu.edu.tw

【摘要 Abstract】

表演藝術展現了美學創意與人文意涵，欣賞表演藝術更可提升藝文涵養與促進情感交流。網際網路已成為傳播的主要媒介之一，各類型團體無不以此做為行銷以及與訴求對象對話的管道，表演藝術團體自不例外。為瞭解表演藝術團體透過網際網路傳播的現況與建置數位典藏的情形，本研究針對國內外36家表演藝術網站進行內容分析，共分為(1)消息來源；(2)表演藝術團體資訊；(3)表演藝術團體作品資訊；(4)會員專區與個人化服務；(5)社交網路；(6)數位典藏與加值應用；以及(7)其他等七大類分析類目；最後並對表演藝術網站之功能項目提出建議。研究結果顯示表演藝術團體基本上已具備消息來源、表演藝術團體資訊、作品資訊、連結線上售票系統、購票說明與指引的功能，但僅有少數幾家架設數位典藏系統，建議未來可朝向數位典藏的方向努力。

This study investigates the websites of 36 performing arts groups to find out how these groups exploit the Internet as a channel for marketing and for communicating with their audience. The methodology of content analysis is employed to examine the websites according to a total of 36 content and functionality items grouped into seven categories. Research results show that the common contents and functions displayed on the websites

of the studied performing arts groups include news, information on performing arts groups, information on performances, and linking to online ticketing systems and/or guidance on ticketing. Some of the websites take advantage of social-networking tools such as facebook, plurk, and blogs to communicate with their audience. On the other hand, only a few of the websites under study incorporate digital archives into the online documentation of their development and performances.

關鍵詞 Keyword

表演藝術 內容分析 數位典藏 社交網路

Performing arts ; Content analysis ; Digital archives ; Social networks

壹、前言

在遠古人類尚未產生語言以前，人們就用動作、姿態的表情來傳達各種訊息和進行情感、思想的交流(隆蔭培、徐爾充，1997)。據藝術史學家的考證，人類最早產生的藝術是舞蹈，演變至今，此類結合音樂、舞蹈、戲劇、視覺等多元豐富的表現形式被統稱表演藝術(Performing arts; 行政院文化建設委員會[文建會]，2009a)。《中華百科全書》中提到「表演之作爲一種藝術形式，有一個特點是：表演是以活生生的演員本身，作爲工具與材料。演員之於戲劇，即如同文字之於文學。演員以自身作爲傳達工具，以外在的動作與聲音來作表達，卻需要他內在自我的創作。良好的表演，演員在心靈與身體上，都必須有相當程度的訓練」(李昂，1981，第4冊，頁256-257)。表演藝術可謂是時刻在創造且完成的藝術，藝術家同時也藉著表演的舞臺，展現了他們的創作，或許演員在舞台上所費之功，僅是在一剎那間的表現，但這剎時的光彩將永遠璀璨奪目，也是演員藝術生命的永恆。

隨著經濟的發展，人們開始重視休閒與生活品質，表演藝術展現了美學創意與人文意涵，而透過表演藝術的欣賞更可提升人與人間情感的交流，因此表演藝術逐漸成爲休閒活動的重要一環。在臺灣文化創意產業中，音樂與表演藝術屬於其中的一項，也是政府多年來輔導的產業。行政院文化建設委員會對於表演藝術業務之推展目標，乃在於「促進表演藝術環境均衡發展，培育藝文創作人才，增加藝文欣賞人口，並透過扶植國內專業演藝團隊永續經營，達到提昇專業創作及展演水準的目的，未來更希望可普及表演藝術欣賞人口，整合表演藝術資源」(文建會，2009a)。

隨著網路時代的來臨與資訊科技的廣泛應用，根據 Internet World Stats (2010)至 2009 年的統

計，臺灣網際網路的使用者約佔了總人口 65.9%。網際網路已成爲人們生活中不可或缺的工具，且改變了資訊傳播的途徑，使人類豐富的知識與經驗可透過網際網路傳遞到全世界。

網際網路的價值藉由豐富且珍貴的內容而得以彰顯，數位典藏即爲重要內容之一。所謂數位典藏乃是將有保存價值之實體或非實體資料，運用數位化科技技術予以保存及應用，進而透過網際網路加以傳播。我國自 2002 年起推動數位典藏國家型科技計畫，其後更進一步擴展爲數位典藏與數位學習國家型科技計畫，其目標除了將國家典藏文物進行數位化外，更希望呈現臺灣文化與自然多樣性，提升民眾生活品質與文化水準，並促成典藏內容與科技融入產業、教育、研究與社會發展(數位典藏與數位學習國家型科技計畫，2010)。

研究者過去幾年來持續參與數位典藏國家型科技計畫和數位典藏與數位學習國家型科技計畫，成果包括了浩然藝文數位圖書館、楊英風數位美術館、李泰祥數位音樂圖書館、李泰祥兒童音樂教育網等。2006-2010 年間，研究者執行雲門舞集舞作資產數位典藏計畫與優人神鼓劇作資產數位典藏計畫，進行雲門舞集與優人神鼓等二大國內表演藝術團體典藏品的數位化、後設資料(Metadata)訂定與編目及網站的建置，深覺屬於時間性的表演藝術，一旦舞臺幕落，其表演的作品也會隨之消逝，加以表演藝術往往綜合了音樂、服裝、燈光、舞台等藝術元素而成，故而保存表演藝術的難度極高。另一方面，表演藝術團體多爲非營利性的組織，其經營收入的來源包括票房收入、演出收入、文建會、國藝會或其他政府單位補助與企業或個人贊助、周邊商品收入等。資金不足、人員流動率高、演出頻繁等因素，更使資料的積累與整理成爲表演藝術團體的噩夢，遑論數位典藏。

研究者基於過往協助雲門舞集與優人神鼓進

行數位典藏的經驗，深覺數位典藏對表演藝術團體的重要性，而在尚未進行數位典藏之前，表演藝術團體的網站乃是表演藝術愛好者獲取表演藝術團體資訊的重要管道。故而誘發本研究之動機，期能透過國內外表演藝術網站功能的比較，瞭解表演藝術團體建置數位典藏和透過網際網路傳播的現況，並對表演藝術團體網站之功能項目提出建議。

貳、文獻探討

根據《世界辭典百科全書》中定義表演藝術為：「提倡以藝術家之身體及行爲，直接表達其思想與感受；由於其配合了各種來自現實環境中的聲、光、時、空等因素，被認為是傳達意念更強有力的創作方法」(表演藝術，1996，第 2 冊，頁 647)。而《藝術名詞與技法辭典》中定義表演藝術為：「由環境藝術(Environment)衍生的藝術形式，帶有動作」(梅耶，2002，頁 334)。在歐洲，表演藝術被稱作展現(Manifestations)或實現(Realizations)。《牛津藝術辭典》中定義：表演藝術是結合劇場、音樂、視覺藝術的一種形式(Chilvers & Osborne, 1988)。高中藝術領域課程輔助教學手冊 5 表演藝術則認為：表演藝術除應具備表演的基本性質之外，還須合乎藝術的條件始能稱之；並且認為表演藝術是：凡以人的動作過程，符合美的原則，能表達出某種思想、感情和事物，並於當時能給予人以美的感受者(吳素芬、

紀家琳等，2009)。

綜合上述，表演藝術一詞簡言之就是須經過演出者表演而完成的藝術。演員依照事先定義的情境與角色，自身融入情境中，並運用語言、動作、聲音等等創造出角色的形象而表達出的藝術。

針對表演藝術的分類，敘述如下：

- 一、《藝術大辭海》：戲劇、電影、音樂、舞蹈、曲藝、雜技六大類(徐桂峰編，1984)；
- 二、《表演藝術年鑑》：音樂、舞蹈、(現代)戲劇、傳統戲曲四大類(國立中正文化中心，2007)；
- 三、《文化白皮書》：音樂、舞蹈、戲劇、傳統戲曲四大類(文建會，1998)；
- 四、《行政院文化建設委員會補助直轄市及縣市政府辦理縣市傑出演藝團隊徵選及獎勵計畫作業要點》：音樂、舞蹈、現代戲劇、傳統戲曲四大類(文建會，2009b)；
- 五、《高中藝術領域課程輔助教學手冊 5 表演藝術》：戲劇、音樂、舞蹈三大類(吳素芬、紀家琳等，2009)；
- 六、《表演藝術產業調查研究》：現代戲劇、傳統戲曲、舞蹈、音樂等四大類，各大類下並可加以細分，如表 1 所示(溫慧玟、溫偉任、于國華主持，2007)。

表 1
表演藝術產業分類

表演藝術分類	現代戲劇	傳統戲曲	舞 蹈	音 樂
表演藝術子類別	舞臺劇	歌仔戲	原住民舞蹈	世界音樂
	音樂劇	京劇	現代舞	民族音樂－國樂
	歌舞劇	崑曲	芭蕾舞	民族音樂－南北管
	話劇	偶戲－布袋戲	民族舞蹈	民族音樂－臺灣原住民音樂
	兒童戲劇	偶戲－傀儡戲		民族音樂－地方歌謠及戲曲
	偶戲	偶戲－皮影戲		西樂－聲樂
		說唱藝術		西樂－弦樂
		南管		西樂－管樂
		北管		西樂－歌劇
		客家戲		西樂－鍵盤樂
		高甲戲		西樂－室內樂
				西樂－爵士樂
				西樂－打擊樂
				西樂－管弦樂
			西樂－合唱	

資料來源：「表演藝術產業調查研究」，溫慧玟主持，2007，台北市：文建會，頁 6。

本研究主要參考文建會《文化白皮書》與中正文化中心《表演藝術年鑑》的分類，將表演藝術分成音樂、舞蹈、戲劇、傳統戲曲。

表演藝術團體網站的主要目的之一在於與表演藝術愛好者進行對話與行銷，瞭解消費者是使行銷策略發揮作用的核心要素，因此思考表演藝術網站的功能項目時，需以消費者的心理與行為為出發點來設計與評估。在《票房行銷》中就提出了幾項行銷手法，可為表演藝術團體創造出高忠誠度與高滿意度的觀眾，包含：(1)方便的購票管道；(2)表演活動應和人們的時間、生活型態相互配合；(3)提供團體購票優惠或贈送免費票券；(4)利用社群管道提供最新資訊；(5)對於觀眾的意見能有所處理與回應等(科特勒，1998)。

表演藝術團體基本上是一種服務業，服務可以定義為「一方提供另一方基本上屬於無形的行動或表現，且不會造成任何所有權的移轉。」當表演藝術作為一種服務時，其具有以下特性(科特勒，1998)：

一、無形性

觀眾必須要在演出時才能看到整場表演的內容，因此為了減少購票時的不確定性，通常消費者會尋求代表品質的服務或憑證，如名人、聲譽或正面報導都會影響消費者。表演藝術行銷人員有許多方法將表演具體化，如得過的獎項、正面的藝術評論、團體中的名人、過去表演的聲譽等，這是一種象徵，就像是有形產品的品牌。

二、易消失性

在表演藝術產業中，表演結束後如果沒有賣出去的票，就已損失了潛在的利益，故表演藝術團體會事先演出公關活動或提供試映會門票優惠、促銷預售票，盡量減少易消失性的問題。

三、不可分割性

表演不像一般實體商品般經由製造、保存、配銷、購買(消費)，演出活動的呈現(生產)與觀賞(消費)均在同一時間發生，故表演從源頭便為不可分割的。

四、變異性

服務的品質會因為提供的人、地點或時間而有所不同，在表演藝術中，同樣的曲子由不同的樂團演奏，效果與觀眾的感受也有所不同。為了降低變異性的發生，提高觀眾的滿意度，表演藝術團體可以發展如建議或抱怨系統、問卷調查等。

五、顧客的參與程度與預期

一場再精采的表演若沒有觀眾的參與，也是枉然，因此觀眾的參與、互動或回應是重要的。表演會因為觀眾的背景、知識、喜好與看表演當時的心理狀態，會有不同的觀感，表演藝術團體可以提供什麼樣的資訊或活動，讓他們成為最佳的藝術觀眾，如在演出前發表說明、演出後舉辦討論會或提供討論的管道，讓觀眾瞭解演出內容，將不至於使得預期與實際落差太大。

《表演藝術產業調查研究》利用各地方政府文化局所提供之表演藝術團體立案登記資料，針對 266 家表演藝術團體進行調查，以評估表演藝術產業的產值與使用價值，以及表演藝術產業的關聯效果。根據該調查研究指出，在 2005 年已有 55.64% 的表演藝術團體架設網站，現代戲劇(70.73%)、舞蹈(70.45%)及音樂(65.52%)團體皆有架設網站，其中以傳統戲曲類團體沒有架設網站的比例偏高(61.7%)；已架設網站的表演藝術團體，其網站的更新頻率如圖 1 所示，排除未填答外，以每週維護網站的比例最高(21.43%)，其次是一到四週(12.41%)(溫慧玟等，2007)。

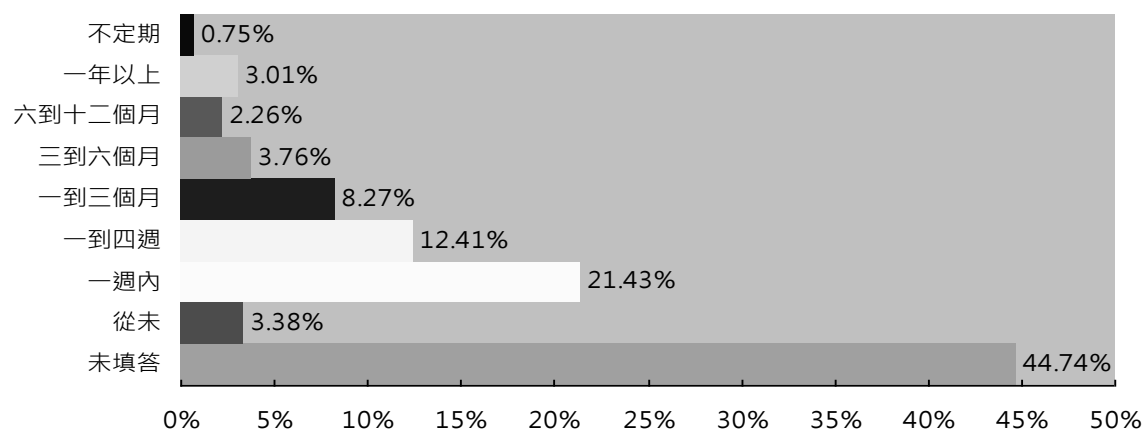


圖 1 表演藝術團體之網站維護頻率

資料來源：「表演藝術產業調查研究」，溫慧玟主持，2007，台北市：文建會，頁 22。

至於運用電子商務的經營行為方面，已有 29.7% 的團體開始運用電子商務，其中以網路訂票系統的比例最高(67.4%)，其次為 E-mail 行銷

(65.2%)、網路廣告(55.1%)、電子報(47.2%)，詳見圖 2。

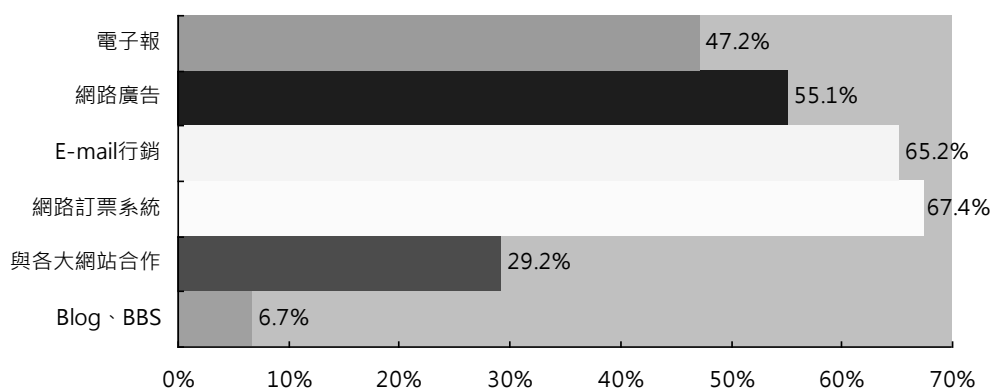


圖 2 經營電子商務方式之比例

資料來源：「表演藝術產業調查研究」，溫慧玟主持，2007，台北市：文建會，頁 25。

上述數據資料為 2005 的調查結果，隨著資訊科技愈發進步，若今日再進行同樣的調查，各項數據資料應較 2005 年的調查有所成長。

參、研究方法與研究實施

一、內容分析法

本研究主要以內容分析法(Content Analysis)對表演藝術團體網站進行研究調查。所謂內容分析法是針對傳播內容進行客觀、有系統化及量化技巧的研究方法(Berelson, 1952)；Kerlinger (1979)則指

出內容分析是為測量變項或完成其他研究目的，以系統、客觀、定量方式，研究和分析傳播內容的一種方法。內容分析法起源於十八世紀的瑞典，乃是應用在傳播學術與其他社會科學的重要研究方法之一(王石番，1991)。內容分析是非反應式的，因為分析內容的研究者進行文字、訊息或符號等文本的溝通，並不會對讀者或接收者造成任何的影響。研究者可以透過圖表等量化的技術，進行許多文本的比較分析(紐曼，2002)。一般內容分析法的流程包括如圖 3 所示之步驟。



圖 3 內容分析法流程與步驟

二、研究對象選定

本研究將表演藝術領域分為四類：音樂、舞蹈、戲劇、傳統戲曲，各選擇代表性團體作為研究標的。分析對象包含國內 30 家表演藝術團體網站作為分析對象，其中包含音樂 9 家、舞蹈 9 家、戲劇 6 家、傳統戲曲 6 家；此外，因他山之石得以攻錯，故額外挑選國外 6 家表演藝術團體網站

加入分析。本研究分析的表演藝術團體網站如表 2 所示。

有鑑於網站內容資訊的更新速度、網頁連線等問題，因此將分析時間訂為一個月內，故於民國 99 年 1 月 21 日至 99 年 2 月 14 日對選定的表演藝術團體網站進行分析研究。

表 2

表演藝術團體研究對象列表

	名稱	網址
音樂	1. 國家交響樂團(NSO)	http://nso.ntch.edu.tw/
	2. 國立臺灣交響樂團	http://www.ntso.gov.tw/
	3. 台北市立交響樂團	http://www.tso.taipei.gov.tw/
	4. 台北銅管五重奏	http://www.taconet.com.tw/tbq
	5. 底細爵士樂團	http://www.dizzy.org.tw/
	6. 台北愛樂管弦樂團	http://www.tspo.org.tw/
	7. 朱宗慶打擊樂團	http://www.jpg.org.tw/
	8. 十方樂集	http://www.musforum.com.tw/
	9. 台北打擊樂團	http://tppercussion.myweb.hinet.net
舞蹈	1. 雲門舞集	http://www.cloudgate.org.tw
	2. 光環舞集舞蹈團	http://taipei-dance-circle.imagecoffee.net/
	3. 臺北首督芭蕾舞團	http://www.cbtballet.com.tw/news.htm
	4. 原舞者	http://fasdt.yam.org.tw/
	5. 高雄城市芭蕾舞團	http://www.kcb.org.tw/html/
	6. 舞蹈空間劇團	http://www.danceforum.com.tw
	7. 水影舞集	http://www.wrde.com.tw/
	8. 無垢舞蹈劇場	http://wougow.myweb.hinet.net/
	9. 台北越界舞團	http://www.taipeicrossover.com/
戲劇	1. 果陀劇場	http://www.godot.org.tw/
	2. 表演工作坊	http://www.pwshop.com/
	3. 屏風表演班	http://www.pingfong.com.tw/
	4. 耕莘實驗劇團	http://p0007.cyberstage.com.tw/

(續下表)

(接上表)

	名 稱	網 址
	5. 相聲瓦舍	http://www.ngng.com.tw/
	6. 綠光劇團	http://www.greenray.org.tw/
傳統 戲曲	1. 國立國光劇團(京劇)	http://www.kk.gov.tw/index_redir.jsp?
	2. 明華園戲劇(歌仔戲)	http://www.twopera.com/
	3. 唐美雲歌仔戲團(歌仔戲)	http://www.meiyunt.org.tw/
	4. 河洛歌仔戲團(歌仔戲)	http://www.holoopera.com.tw/
	5. 小西園掌中劇團(掌中戲)	http://www.hhpt.com.tw/
	6. 亦宛然掌中劇團(掌中戲)	http://www.iwj-puppet.com/
國外 表演 藝術 網站	1. Michael Flatley's Lord of the Dance	http://www.lordofthedance.com/
	2. Cirque du Soleil Official Website	http://www.cirquedusoleil.com
	3. Martha Graham Dance Company	http://marthagraham.org/company/
	4. Berliner Philharmoniker	http://www.berliner-philharmoniker.de/en/home/
	5. Merce Cunningham Dance Company	http://www.merce.org/index.html
	6. New York City Ballet	http://www.nycballet.com/index.html

資料來源：本研究整理

三、建構類目與分析單位

類目的建構方式一般可分為兩種，一為研究者自行發展而成的類目，二為依據研究理論或借用他人已發展而成的類目。本研究分析的對象為表演藝術團體的網站，網站內容可能包括文字、圖片、動畫與互動性的內容，有些內容必須由編碼者針對內容進行判斷，如人物介紹部分，有些表演藝術團體只列出姓名或針對幾位重要人物作介紹，但網站內容並不會有代表人物等的字眼出現。

本研究所採用之分析類目為研究者根據第二節文獻探討中所敘述之表演藝術觀眾群與產業的特性，歸納後自行發展而成的類目。從表演藝術

觀眾群與產業的特性來看，觀眾在購票時會尋求許多的資訊，包括即將演出的作品資訊，表演藝術團體的聲譽或團體中有哪些名人、過去有哪些代表作或相關新聞或評論等，加上網路上資訊交流越來越頻繁，表演藝術團體是否提供管道討論，另外政府對於表演藝術產業及數位典藏的重視，因此本研究主要分成七大類 37 個填寫記號項目與 6 個填寫文字的項目作為本研究之分析項目，七大類包含：消息來源、表演藝術團體資訊、表演藝術團體作品資訊、會員專區與個人化服務、社交網路、數位典藏與加值應用，以及其他。類目訂定之依據請參見表 3。

表 3
類目訂定依據

類 目	依 據
1. 消息來源	<ul style="list-style-type: none"> ● 因應表演藝術之易消失性，提供演出消息、門票優惠等資訊 ● 提升顧客的參與程度與預期
2. 表演藝術團體資訊	<ul style="list-style-type: none"> ● 因應表演藝術之無形性，將表演具體化
3. 表演藝術團體作品資訊	<ul style="list-style-type: none"> ● 因應表演藝術之無形性，將表演具體化
4. 會員專區與個人化服務	<ul style="list-style-type: none"> ● 方便的購票管道 ● 提供購票優惠 ● 營造高忠誠度
5. 社交網路	<ul style="list-style-type: none"> ● 利用社群管道提供最新資訊 ● 因應表演藝術之變異性，提供建議或抱怨、問卷調查等管道 ● 處理與回應觀眾意見
6. 數位典藏與增值應用	<ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解表演藝術團體對數位典藏與相關增值應用的重視
7. 其他	<ul style="list-style-type: none"> ● 捐款、人員與志工招募等與表演藝術團體相關之功能 ● FAQ、網站地圖、搜尋、友好連結等網站常見功能

資料來源：本研究整理

四、建立量化系統

本研究主要係以表演藝術團體網站功能項目之「有」或「無」，做為建立量化系統的準則。編碼是將內容轉換成數字的變項，編碼員在填答時，將網站具備的功能項目填答「◎」記號，不具備者則不填答記號留空白。此外，為瞭解每個表演藝術團體對於演出作品的數位化程度，請編碼員根據演出年表計算出所有作品數量，且記錄統計全部作品數量的截止日期；並計算表演藝術團體網站上所列出的作品介紹與敘述作品的後設資料列入編碼表中，以利後續分析。

在表演藝術團體功能評估項目中，為了可以更精確判別，因此多加了下列的判斷，表演藝術團體若已具備該功能項目，但連結過去無資料，則填答「2」；若點了連結無任何的反應，即為無效連結，填答「？」；若非從官方網站上獲得資訊，是透過

官方網站連結至部落格(Blog)或其他網站獲得資訊，在本研究中則視為中介連結，填答「1」。

五、信度建立與分析

信度(Reliability)即可靠性，是指測驗結果的一致性(Consistency)或穩定性(Stability)，信度的重要性在於確保資料獲取的過程中，不會受到人、事或測量工具的影響而有所變化，若變化很大，則此資料的信度就很低了。信度分析是指測度研究者內容分析之類目及分析單元，是否能夠將內容歸入相同的類目中，並且使所得的結果一致，一致性愈高，內容分析的信度也愈高(楊孝榮，1993)。所以信度代表了測量結果的一致性，若相同的資料由不同的編碼員可得到相同的結果，則表示信度愈高。本研究編碼員包括研究者共有三位編碼員進行分類。

在正式對網站進行分析編碼時，為了確保編碼

內容之可信度，故先進行部份樣本前測作業，從 36 家表演藝術團體中隨機抽取三個表演藝術網站作為樣本分析，編碼前，先對三位編碼員進行本研究表演藝術團體網站內容分析的說明，包括編碼表中每個類目、分析單位、編碼的原則，有問題時並進行討論來取得共識，本研究的三位編碼員並於不同時間地點分別利用三台電腦進行表演藝術團體網站的內容分析，且根據三人前測結果進行信度分析。

根據內容分析之信度公式如下：

$$\text{信度} = \frac{n \times (\text{平均相互同意度})}{1 + \{(n - 1) \times \text{平均相互同意度}\}}$$

表 4

三位編碼者針對隨機取樣的三個表演藝術團體網站進行編碼之同意數對照表

	研 究 者		編 碼 員 A	
	同意數	不同意數	同意數	不同意數
編碼員 A	117	12	—	—
編碼員 B	116	13	117	12

表 5

隨機取樣編碼者之相互同意程度對照表

	研 究 者	編 碼 員 A
	編碼員 A	0.906
編碼員 B	0.899	0.906

經由表 5 相互同意程度計算出平均相互同意度為 0.903，最後求得信度為 0.9654。

$$\text{信度} = \frac{3 \times 0.903}{1 + \{(3 - 1) \times 0.903\}} = 0.9654$$

$$\text{相互同意程度 } x = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

表 4 為本研究中三位編碼者針對隨機取樣的三個表演藝術團體網站進行編碼之同意數目對照表，利用表 4 計算出兩兩編碼員的相互同意程度如表 5。

上述公式中，n 為參與內容分析編碼的人數(即編碼員總人數)，M 為編碼員對該類都同意之數目(即兩位編碼員回答相同之題數)，N₁ 為第一位編碼員對該類同意的數目，N₂ 為第二位編碼員對該類同意的數目。

根據王石番(1991)在《傳播內容分析法》一書中提出內容分析法信度檢定需達到 0.80 以上之信度係數標準，本研究預測信度達 0.9654，已達可接受的水準之上，表示三位編碼員對於各項類目看法頗具一致性，故可以開始進行正式編碼的工作。

六、內容編碼

經由前測後，修正部分編碼表，正式編碼表共七大類，以下逐一說明。

(一)消息來源

共分為最新消息、最新演出消息等二大功能項，如表 6。

表 6
消息來源功能項

功 能 項	說 明
1.最新消息	提供表演藝術團體即時資訊，如網站推出新功能服務、徵才招募志工的資訊、民間或企業捐款消息、票價相關優惠、簽名會、演出後續相關商品或資訊提供、相關新聞報導、演員分享、講座行程等
2.最新演出消息	提供最新一場表演消息

(二)表演藝術團體資訊

共分為團體簡介、團體沿革、聯絡資訊、人物介紹等四大功能項，如表 7。

表 7
表演藝術團體資訊功能項

功 能 項	說 明
1.團體簡介	提供表演藝術團體簡短介紹或歷史沿革
2.團體沿革	提供表演藝術團體創立發展，依照年代敘述
3.聯絡資訊	提供表演藝術團體聯絡電話、地址、E-mail 等資訊
4.人物介紹	
(1)團員介紹	提供表演藝術團體所有人物介紹
(2)代表人物	提供表演藝術團體代表人物介紹
(3)僅人物名稱	提供表演藝術團體人物姓名

(三)表演藝術團體作品資訊

共分為全部作品資訊、提供的作品資訊等二大功能項，如表 8。

表 8

表演藝術團體作品資訊功能項

功 能 項	說 明
1.全部作品資訊	
(1)演出年表	提供表演藝術團體從創立開始的歷年演出作品
(2)全部作品(部)	從年表中計算，若未提供則留空白
(3)全部作品(部)截至何時	計算全部作品數量的截止的日期
2.提供的作品資訊	
(1)演出作品介紹	提供表演藝術團體演出節目資訊，包括演出內容、人物、演出時間 演出作品介紹的作品數量，若有重演或分年代，一律皆算獨立的一部作品 如：表演工作坊作品有重演或分版本
(2)作品(部)	暗戀桃花源 2006 臺灣版、暗戀桃花源 1999、暗戀桃花源 1991；紅色的天空(大陸版)；那一夜我們說相聲 1985、那一夜我們說相聲 1993，以上述計算方式則有 6 部作品

(四)會員專區與個人化服務 共分為會員專區、個人化服務等二大功能項，如表 9。

表 9

會員專區與個人化服務功能項

功 能 項	說 明
1.會員專區	
(1)加入會員方式	線上會員：線上會員註冊 下載表格：透過填寫表格回傳或郵寄給表演藝術團體
(2)會員相關權益	會員條款與相關權利義務
(3)會員專屬活動	只有會員可以參與的活動，如研習課程或講座
(4)會員相關優惠	只有會員有的優惠，如生日禮物、票價折扣等
2.個人化服務	
(1)購票說明或指引	票價資訊或購票流程
(2)連結線上售票系統	可連結到兩廳院、年代售票或寬宏藝術等其他線上售票系統
(3)線上訂票	表演藝術團體網站直接具備電子商務的功能
(4)電子報	提供電子報訂閱

(五)社交網路

共分為留言版、論壇／討論區、社群網站、部

落格、是否可以直接連結社群網站與部落格等六大功能項，如表 10。

表 10
社交網路功能項

功 能 項	說 明
1.提供留言版	線上留言版
2.提供論壇、討論區	提供觀眾使用者討論的地方
3.提供社群網站，為何?	是否提供 Facebook、plurk 等相關社群網站，若網站上未提供連結，可以上 Facebook、plurk 直接搜尋該表演藝術團體
4.提供部落格	提供部落格可與網路上分享資訊
5.官網直接連結社群網站	由表演藝術團體的官方網站是否可以直接連結到社群網站
6.官網直接連結部落格	由表演藝術團體的官方網站是否可以直接連結到部落格

(六)數位典藏與加值應用

共分為數位典藏、加值應用等二大功能項，如 表 11。

表 11
數位典藏與加值應用功能項

功 能 項	說 明
1.數位典藏	
(1)數位化典藏系統	建置數位化典藏系統
(2)後設資料	敘述作品的後設資料有哪些欄位
(3)瀏覽作品資訊	
A.提供表演活動資料觀看(影音/照片)	提供表演藝術團體演出資訊的活動資料瀏覽觀看，如影片、影音、劇照、節目單等
B.作品(部)	提供表演活動資料觀看(影音/照片)的作品數量
(4)下載作品資訊	
A.提供表演活動資料下載(影音/照片)	提供表演藝術團體演出資訊的活動資料下載，如影片、影音、劇照、節目單等
B.作品(部)	提供表演活動資料下載(影音/照片)的作品數量

(續下表)

(接上表)

功 能 項	說 明
2. 加值應用	
(1)e-card	提供電子賀卡可以下載
(2)螢幕保護程式	提供螢幕保護程式可以下載
(3)桌布	提供桌布可以下載
(4)線上商店	提供表演藝術團體紀念品、紀念 T 恤、影音系列：表演的 VCD/DVD、音樂 CD、有聲書、書刊等，可直接於線上購買
(5)電子型錄	提供表演藝術團體紀念品、紀念 T 恤、影音系列：表演的 VCD/DVD、音樂 CD、有聲書、書刊等，回傳訂購單後匯款完成訂購

(七)其他：

民間或企業捐款方法或說明、提供雙語言選擇、網站導覽、提供網站檢索等七大功能項，如表 12。

共分為 FAQ、友好連結、徵才或志工招募、

表 12

其他功能項

功 能 項	說 明
1.FAQ	常見問題集
2.友好連結	提供其他相關藝術類網站或文建會等網站
3.徵才或志工招募	提供相關徵才或志工招募資訊
4.民間或企業捐款方法或說明	提供戶名帳號等相關資訊與捐款流程
5.提供雙語言選擇	中文與英文介面，或其他語言介面
6.網站導覽	網站地圖
7.提供網站檢索	輸入關鍵字可以快速找到網站中的資訊

七、分析資料

本部分採用內容分析法分析 36 個網站，並針對編碼結果加以分析，以瞭解目前表演藝術團體網站的發展現況。

在功能完整性來看，其中以雲門舞集網站功能最為完善，在 37 項評量項目中即佔了 30 項，並且

在七大類中皆有涵蓋。其次是國外表演藝術網站 Cirque du Soleil Official Website 與 Berliner Philharmoniker 佔了 24 項。

在各大類功能表現，詳述如下：

(一)消息來源

最新消息、最新演出消息二大功能項分析結果，如表 13，分別列出在音樂、舞蹈、戲劇、傳統戲曲等四類表演藝術團體，以及國外表演

藝術團體網站中具備最新消息和最新演出消息的網站數量。

表 13
消息來源功能項分析結果(N=36)

	最 新 消 息	最新演出消息
音樂	8	9
舞蹈	8	9
戲劇	4	5
傳統戲曲	4	3
國外	6	6
Total	30	32
百分比	83%	89%

消息來源是使用者獲取表演藝術團體消息的管道之一，結果顯示已有八成以上(83%)的表演藝術團體利用網站來傳達最新資訊給使用者，其中又以音樂和舞蹈兩者的比例較高；因為表演藝術是屬於無形的商品，在買票前是看不到整個完整的表演內容，故 89%的團體提供最新演出的相關資訊，如作品的簡介、演出時間、地點與人物，利用網路

將豐富的資訊傳達給使用者，吸引使用者購票前來觀賞。

(二)表演藝術團體資訊

團體簡介、團體沿革、聯絡資訊、人物介紹四大功能項分析結果，如表 14。

表 14
表演藝術團體資訊功能項分析結果(N=36)

	團隊簡介	團隊沿革	聯絡資訊	人 物 介 紹		
				團員介紹	代表人物	人物名稱
音樂	9	4	9	6	2	1
舞蹈	9	7	9	8	1	0
戲劇	4	2	6	2	2	2
傳統戲曲	5	4	5	3	1	0
國外	6	4	6	5	1	0
Total	33	21	35	24	7	3
百分比	92%	58%	97%	67%	19%	8%

有九成以上的表演藝術團體在網站上提供團隊的介紹(92%)與聯絡的資訊(97%)，這讓使用者對於表演藝術團體的背景有基本的認識；在人物介紹部分，約有三分之二(67%)的網站對於團員提供簡短的介紹或經歷，19%未提供團員介紹但有代表人物的說明，8%則僅提供姓名但未提供任何關於團員的資訊，僅有二個網站未提供任何人物介紹。由此可發現表演藝術團體對於團體中的人

物皆有一定的重視，使用者對團體人物能有更進一步的瞭解，這些資訊可增加團隊及團隊人物的曝光率。

(三)表演藝術團體作品資訊

共分爲全部作品資訊(演出年表)、提供的作品資訊(演出作品介紹)二大功能項分析結果，如表 15。

表 15
表演藝術團體作品資訊功能項分析結果(N=36)

	演出年表	演出作品介紹
音樂	9	6
舞蹈	8	7
戲劇	5	6
傳統戲曲	2	5
國外	4	5
Total	28	29
百分比	78%	81%

在表演藝術團體中，音樂類提供演出年表的比例最高(所分析的九家表演藝術團體皆有提供)；其次是舞蹈、戲劇，各僅有一家未提供演出的年表，這對於表演藝術團體建立數位典藏可提供很大的助益，且將演出作品作介紹，提供一定資訊的介紹，讓表演藝術團體在行銷活動上應用空間變得很有彈性。在檢視的六個國外表演藝術團體的網站

中，皆會保留幾個固定輪流演出的劇目提供觀眾觀賞。

(四)會員專區與個人化服務

共分爲會員專區、個人化服務二大功能項分析結果，如表 16。

表 16

會員專區與個人化服務功能項分析結果(N=36)

	加入會員方式		會員相關權益	會員專屬活動	會員相關優惠	購票說明或指引	連結線上售票系統	線上訂票	電子報
	線上	下載表格							
音樂	6	0	4	2	3	7	7	0	5
舞蹈	2	1	3	2	2	8	7	1	3
戲劇	1	3	4	3	4	5	5	0	2
傳統戲曲	2	2	2	2	2	3	2	0	2
國外	3	0	3	3	3	6	4	2	4
Total	14	6	16	12	14	29	25	3	16
百分比	39%	17%	44%	33%	39%	81%	69%	8%	44%

會員的資料對於表演藝術團體來說是寶貴的，無論團體有最新演出消息或其他活動，都可以透過 Email 或信件將資訊送到會員的手中，這樣可以吸引特定觀看表演活動的會員，也可讓表演藝術團體透過會員的經營，建立起會員的忠誠度。在加入會員的部分，分成線上加入與實體會員的部分，39%的表演藝術團體可以直接在線上加入，17%的表演藝術團體只能從網站上下載加入會員的表格，然後透過傳真或信件等回傳給表演藝術團體，表演藝術團體在建檔寄出訊息告知會員加入成功，才能完成整個加入會員的手續。加入表演藝術團體會員時，提供會員權益的佔 44%、會員專屬活動 33%、會員相關優惠 39%、提供電子報訂閱佔 44%，皆未超過一半，可以發現表演藝術團體在會員的部分仍有很大的努力空

間。

在購票的部分，81%的表演藝術團體皆提供購票的說明與指引，且 69%提供從官網上直接連結線上購票的系統，國內如兩廳院售票系統，國外如 Christopher Cohan Performing Arts Center (www.pacslo.org)。表演藝術團體具備電子商務系統，讓使用者直接在網站上瀏覽演出消息與作品資訊，進而直接訂票，毋須再連結到其他售票系統進行買票的佔 8%。

(五) 社交網路

共分爲留言版、論壇／討論區、社群網站、部落格、是否可以直接連結社群網站與部落格六大功能項分析結果，如表 17。

表 17
 社交網路功能項分析結果(N=36)

	提供留言版	提供論壇、討論區	提供社群網站	提供部落格	官網直接連結社群網站	官網直接連結部落格
音樂	3	1	6	4	1	3
舞蹈	3	1	5	4	1	4
戲劇	1	2	5	4	2	4
傳統戲曲	2	1	2	3	1	3
國外	0	1	3	0	1	0
Total	9	6	21	15	6	14
百分比	25%	17%	58%	42%	17%	39%

由於網際網路的發達，人們利用網路的時間越來越多，社交網路是提供表演藝術團體和觀眾互動的管道。在社交網路的部分，表演藝術團體提供留言版佔 25%，提供論壇與討論區佔 17%，提供社群網站佔 58%，提供部落格佔 42%。由結果看來，社群網站與部落格的比例稍高(但大約僅有一半的網站提供)，原因也是近幾年來，部落格和社群網站在全球掀起了一陣浪潮，造成社會網路的快速發

展。且由於表演藝術有觀眾的參與、互動，也可讓表演藝術團體永續經營下去。

透過表演藝術網站可以直接連結到社群網站的佔 17%、直接連結部落格的佔 39%，並非全部的社群網站都可以透過表演藝術的官方網站連接。

提供的社群網站種類可分成四大類，如表 18。

表 18
 表演藝術團體網站提供的社群網站種類(N=36)

	Facebook	Plurk	Twitter	Google Friend
音樂	6	1	0	0
舞蹈	5	2	0	0
戲劇	5	2	0	0
傳統戲曲	2	1	0	1
國外	3	0	2	0
Total	21	6	2	2
百分比	58%	17%	6%	6%

常用的社群網站以 Facebook(58%)居多，其次為 Plurk(17%)，皆為國內表演藝術團體網站所使用，Plurk 在臺灣較為流行，是一個社會化的微網誌，上線於 2008 年 5 月，與 Twitter 類似。國外的表演藝術團體則使用 Twitter，Twitter 也是微網誌和社交網路的一種，在國外較為流行。傳統戲曲中的明華園使用 Google Friend Connect 提升網站的

社群功能，讓許多會員可以透過 Google、Twitter、Yahoo 的帳號加入會員。

(六)數位典藏與加值應用

共分為數位典藏、加值應用二大功能項分析結果，如表 19。

表 19
數位典藏與加值應用功能項分析結果(N=36)

	數位化典藏系統	瀏覽作品資訊	下載作品資訊	e-card	螢幕保護程式	桌布	線上商店	電子型錄
音樂	0	7	1	0	0	1	0	5
舞蹈	1	7	1	1	1	2	1	1
戲劇	0	6	2	0	1	2	1	3
傳統戲曲	0	4	2	1	0	0	2	2
國外	1	5	0	1	1	2	5	0
Total	2	29	6	3	3	7	9	11
百分比	6%	81%	17%	8%	8%	19%	25%	31%

有 81%的表演藝術團體網站有提供作品資訊的瀏覽，如照片、影音等，僅只有 17%提供下載。國內外表演藝術團體各僅有一家為表演的作品建立數位典藏系統，國內為雲門舞集 (<http://cloudgate.e-lib.nctu.edu.tw/home.asp>)，雲門舞作可用年表瀏覽或全文檢索(圖 3)的方式，觀賞

每一個舞作的數位化文物資料，在後設資料有資料類型、資料格式、作品名稱(主題、關鍵字、摘要、延伸閱讀、劇中角色與舞者姓名、創作者、其他貢獻者、出版者)、作品語文、典藏者等(圖 4)。



圖 3 雲門舞集進階檢索畫面

資料來源：「進階全文檢索－雲門舞集舞作數位典藏計畫」。網址：

<http://cloudgate.e-lib.nctu.edu.tw/search.asp?searchMode=adv>

製作首頁	編目資料	內容	精選影片	精選照片	節目單	海報	傳單
型式	作品名稱						
節目單	《白》《美麗島》2006年春季公演節目單						
摘要	這是2006年，編舞家林懷民的舞作《白》（〈白之I〉（1998）、〈白之II〉、〈白之III〉）與編舞家布拉瑞揚的舞作《美麗島》首演節目單。收錄專文包括：資深媒體工作者盧健英的〈白〉、音樂文字工作者馬世芳的〈民歌燎原的七十年代〉、藝術家蔣勳的〈思想起，李雙澤〉、雲門行銷部主任洪家琪的〈從一個山谷到一個美麗的島〉。						
演出人	其他貢獻者						
延伸閱讀	出版者		演出日期				
無資料	財團法人雲門舞集文教基金會		2006/4/22				
演出國別／城市	演出地點		單位		尺寸大小		
台灣／台北市、高雄市、台中市	台北國家戲劇院、高雄市中正文化中心至德堂、台中中山堂		公分		19*30.5		
檔案名稱	作品語文						
15801-pr2006042201	中						

圖 4 雲門舞集後設資料

資料來源：「多媒體藝廊－雲門舞集舞作數位典藏計畫」。網址：

<http://cloudgate.e-lib.nctu.edu.tw/media.asp?workNameEng=White&src=worksHome&showFirst=metadata&fileName=15801-pr2006042201&mediaType=showMedia&cat=6&recSN={4563D04B-86B2-4605-877B-323008BE7279}&recAuth=43&searchCat=6&order=findBooklet&workSN=15801>



圖 5 柏林愛樂檢索與典藏畫面

資料來源：「Berliner Philharmoniker: Search & Archive」。網址：<http://www.berliner-philharmoniker.de/en/concerts/search-archive/>

國外建立數位典藏系統之表演藝術團體為柏林愛樂，可檢索瀏覽自 1882 年至 2010 年音樂會的資料(圖 5)，另外也建立一個數碼音樂廳(Digital Concert Hall) (圖 6)，無論在世界任何一個角落，

皆可透過數碼音樂廳來體驗樂團的音樂會，如觀看音樂會直播，也可在演出後從音樂廳資料庫中挑選想看的節目，重溫音樂會當時的情景。



圖 6 數碼音樂廳首頁

資料來源：「Digital Concert Hall」。網址：<http://dch.berliner-philharmoniker.de/>

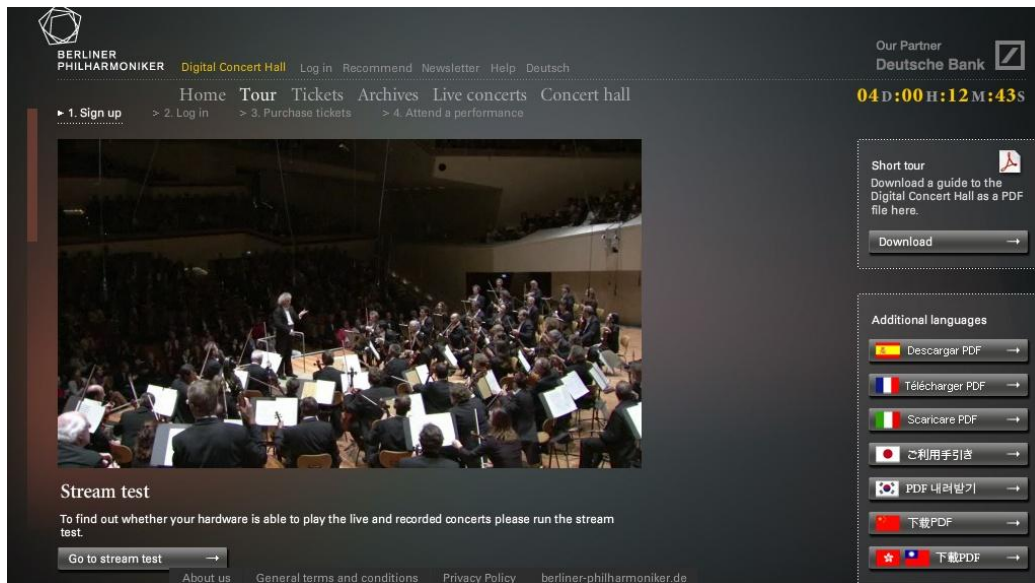


圖 7 柏林愛樂串流視像測試(一)

資料來源：「Digital Concert Hall」。網址：<http://dch.berliner-philharmoniker.de/#/en/tour/>

柏林愛樂提供了串流視像測試(Stream test)，如圖 7 與圖 8，讓使用者可以先行測試音樂會在電腦的效果，可選擇不同頻帶寬度(低、中、高)，避

免與使用者預期的效果有所落差，也可以保證音樂會的品質。

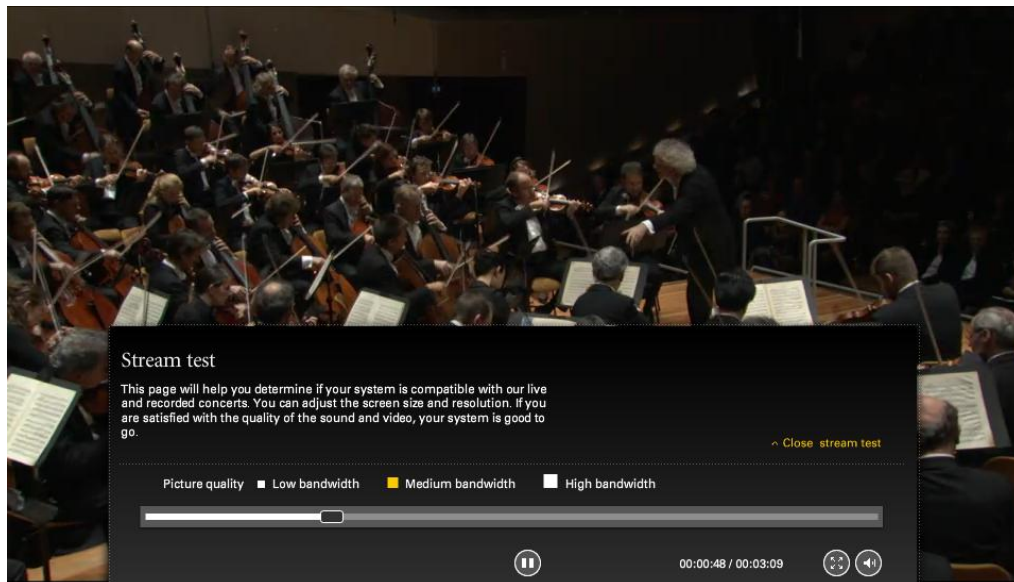


圖 8 柏林愛樂串流視像測試(二)

資料來源：「Digital Concert Hall」。網址：<http://dch.berliner-philharmoniker.de/#/en/tour/>

柏林愛樂分成現場音樂會(Live concert)、資料庫珍藏音樂會(Archived concert)或單獨曲目(Individual work)，使用者可以依照各自的需求來選擇購買，若購買現場音樂會只可以在柏林愛樂樂團即場演出時段觀看；資料庫珍藏音樂會可於

訂購後 48 小時之內，無限次數觀看。另外柏林愛樂有提供購買 30 天通行證(30-Day pass)或 12 個月通行證(12-Month pass) (圖 9)，使用者可以隨時觀看現場與珍藏的全部節目。

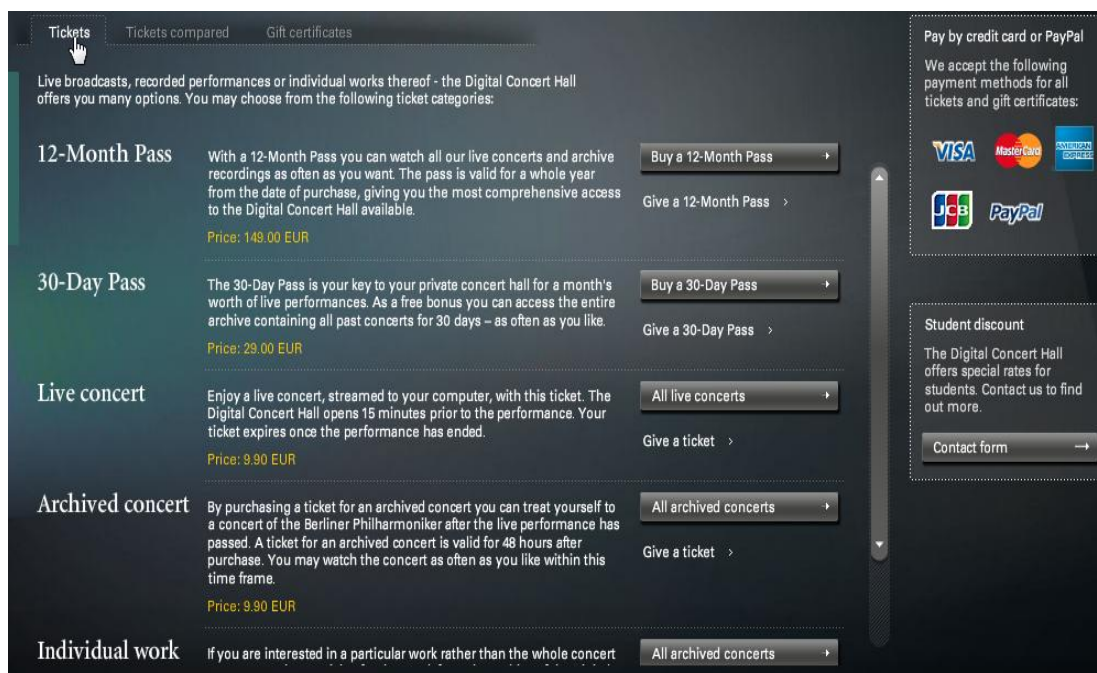


圖 9 柏林愛樂票券種類

資料來源：「Digital Concert Hall」。網址：<http://dch.berliner-philharmoniker.de/#/en/prices/tickets/>

加值應用的部分，表演藝術團體在桌布利用最多(19%)，e-card 與螢幕保護程式佔了 8%；另外在周邊商品，如 CD、VCD、DVD、出版品、T-shirt 等，有 25%的團體可提供直接於線上購買的服務，其餘 31%的團體提供使用者於線上瀏覽後，下載訂購單回傳或 mail 給表演藝術團體，之後再匯款完成訂購程序。藉由這些加值應用，透過商品的傳遞，可以增加消費群眾與表演藝術團體間的互動與

連結，也是除了票房收入外的收入來源之一。

(七)其他

共分為 FAQ、友好連結、徵才或志工招募、民間或企業捐款方法或說明、提供雙語言選擇、網站導覽、提供網站檢索七大功能項分析結果，如表 20。

表 20
其他功能項分析結果(N=36)

	FAQ	友好連結	徵才或志 工招募	民間或企業捐 款方法或說明	提供雙語 言選擇	網站 導覽	提供網 站檢索
音樂	2	5	3	3	6	2	2
舞蹈	2	2	2	3	4	1	0
戲劇	0	1	3	0	1	1	0
傳統戲曲	0	2	0	0	3	1	2
國外	2	2	3	4	2	2	3
Total	6	12	11	10	16	7	7
百分比	17%	33%	31%	28%	44%	19%	19%

提供 FAQ 能讓使用者在網站使用過程中有疑問時能夠查閱是否有解決的方式，有 17% 的表演藝術團體提供；有 33% 的表演藝術團體提供友好連結，友好連結是表演藝術團體提高曝光的機會，相同性質類型的網站相互連結，可以讓使用者認識更多的表演藝術網站，並提升使用者對藝術的瞭解。表演藝術團體網站刊登徵才或志工招募資訊佔 31%，民間或企業捐款方法或說明佔 28%，這些對於表演藝術團隊的經營與維持是不可或缺的。使用者可以利用網站地圖或者是利用關鍵字查詢檢索出整個網站中他所需要的資訊，並且快速找到資訊，各有 19% 的表演藝術團體提供這樣的功能。

在內容分析的探查過程中，發現有少數表演藝術團體的網站會無法找到網際網路伺服器或代理伺服器(Proxy)的情形發生，網站不穩定造成使用者無法進入網站使用，或者是有些有連結的字樣，但點了連結沒有反應或是連結過去資料尚在建置中；有些資訊如最新演出消息是由官方網站連結至部落格才可以看到完整的資訊，有些團體把部落格作為主要的資訊管道，許多新的資訊或更多詳細的

資訊在部落格中才可以取得，因本研究主要是探討表演藝術團體官方網站的功能，故連結至部落格等皆視為中介連結。

肆、結論與建議

本研究係以 36 家表演藝術團體為研究對象，透過內容分析法來瞭解表演藝術團體網站的功能，表 21 為內容分析結果的一覽表。根據研究發現，在分析的七大類目中，以消息來源、表演藝術團體資訊、表演藝術團體作品資訊等三大類是較多表演藝術團體網站實作的，顯示表演藝術團體已開始運用網站做為消息發布、行銷表演藝術團體品牌的媒介；然而，研究結果亦顯示，在營造會員忠誠度，提供雙向互動溝通方面的會員專區與個人化服務、社交網路此二類目，則有許多功能項並不常見於表演藝術團體的網站；同樣地，因應數位化趨勢、文化創意產業發展的數位典藏與增值應用亦復如是；在其他的類目中表演藝術團體和一般網站常見的功能亦鮮少有表演藝術團體實作。

表 21
內容分析結果一覽表

類 目	常見功能 (> 80%)	少見功能 (< 50%)
1. 消息來源	<ul style="list-style-type: none"> ● 最新消息 ● 最新演出消息 	
2. 表演藝術團體資訊	<ul style="list-style-type: none"> ● 團隊簡介 ● 聯絡資訊 ● 人物介紹(團員介紹、代表人物、人物名稱三者合計) 	
3. 表演藝術團體作品資訊	<ul style="list-style-type: none"> ● 演出作品介紹 	
4. 會員專區與個人化服務	<ul style="list-style-type: none"> ● 購票說明或指引 	<ul style="list-style-type: none"> ● 會員相關權益 ● 會員專屬活動 ● 會員相關優惠 ● 線上訂票 ● 電子報
5. 社交網路		<ul style="list-style-type: none"> ● 提供留言板 ● 提供論壇、討論區 ● 提供部落格 ● 官網直接連結社群網站 ● 官網直接連結部落格
6. 數位典藏與加值應用	<ul style="list-style-type: none"> ● 瀏覽作品資訊 	<ul style="list-style-type: none"> ● 數位化典藏系統 ● 下載作品資訊 ● E-card、螢幕保護程式、桌布 ● 線上商店 ● 電子型錄
7. 其他		<ul style="list-style-type: none"> ● FAQ、友好連結、提供雙語言選擇、網站導覽、提供網站檢索 ● 徵才或志工招募、民間或企業捐款方法或說明

根據研究發現很多網站建立後並沒有常態性的更新維護網站，也未在網站上有列出最新更新日期，有些甚至已經長達一年以上未呈現任何新的資

訊，使用者也無法判斷網站是否有新的內容，通常有最新演出消息時才可明顯地看出網頁有更新。對於使用者來說，使用者有資訊的需求是使用者

造訪網站的主要原因，該次使用網站的經驗也影響日後再度回訪網站的關鍵，若使用者未獲得任何的資訊，將影響使用者的觀感與滿意度。票房對於表演藝術團體來說是非常重要的，加上網際網路無遠弗屆的特性，建議表演藝術團體應該要好好利用這樣的特性，利用網路的宣傳管道，增加表演藝術團體、人物、演出的作品的曝光率，達到宣傳的效果。

文建會網路劇院爲了架設良好的藝文數位化環境，在團隊大觀園(<http://www.cyberstage.com.tw>)已收錄 400 多個表演藝術團隊(包括 133 個傳統戲曲類團隊、122 個現代戲劇類團隊、103 個音樂類團隊和 100 個舞蹈類團隊)，因其介面設計相同，包括基本資料、人物介紹、歷年表演資料、節目邀演，本研究僅選擇其中一家作爲研究對象，這有利於統合表演藝術資源，但也發現很多團體加入文建會網路劇院外，團體本身另有一個官方網站，研究者認爲文建會網路劇院可以作爲一個表演藝術的入口網，有架設網站的團體繼續維護其官方網站，若有更新也不會造成提供給文建會資料與官方網站的資料有所落差，未架設網站可以套用文建會的版面，並定期維護資訊，讓觀眾可以獲得豐富的表演藝術資訊。

本研究的分析對象雖區分爲音樂、舞蹈、戲

劇、傳統戲曲等四類，並加上六個國外的表演藝術團體，但在進行內容分析時，並未試圖比較各類表演藝術團體實作功能項目的多寡，原因在於是否實作某功能項目的影響因素不一而足，實難透過內容分析法了解其因。建議未來可以質性研究方法進行探究。

此外，分析的結果發現，多數網站有對作品相關資訊作基本介紹，如戲劇、舞蹈類主要爲作品名稱、演出日期、簡介、演員、創作及製作群、藝術家設計群、視覺等；音樂類主要爲演出者、演出曲目、演出簡介；傳統戲曲主要提供劇情介紹。然而，實際上架設數位典藏系統者卻很少，對於觀眾來說，很可能看完表演後，就無法在網站上獲得任何作品相關資訊，包括演出照片或影片、節目單等。由於我國推動數位典藏相關計畫已有一段時間，然仍有許多表演藝術團體未能導入數位典藏，其原因及困難處何在？是否能藉由已導入數位典藏之表演藝術團體所發展之數位化方法、規範、標準、技術以及工作流程，讓其他表演藝術團體建置數位典藏時能夠有所依循與參考？此皆爲值得後續進一步研究的議題。

(收稿日期：2010 年 4 月 28 日)

致謝

本文爲行政院國家科學委員會專題研究計畫「優人神鼓舞作資產數位典藏計畫 (I)」(計畫編號：NSC98-2631-H-003-007)之部分成果。

參考文獻

- 「表演藝術」(1996)。在*世界辭典百科全書*(第 2 冊，頁 647)。台北市：中視文化。
- 王石番(1991)。《*傳播內容分析法：理論與實證*》。台北市：幼獅。
- 行政院文化建設委員會(1998)。《*文化白皮書*》。台北市：文建會。
- 行政院文化建設委員會(2004)。《*文化白皮書*》。台北市：文建會。

行政院文化建設委員會 (2009a)。表演藝術業務說明。上網日期 2010 年 1 月 30 日。網址：

<http://www.cca.gov.tw/business.do?method=list&id=21>

行政院文化建設委員會 (2009b)。行政院文化建設委員會補助直轄市及縣市政府辦理縣市傑出演藝團隊徵選及獎勵計畫作業要點。上網日期 2010 年 1 月 30 日。網址：<http://www.cca.gov.tw/law.do?method=find&id=217>

李昂 (1981)。表演。在《中華百科全書》(第 4 冊, 頁 256-257)。台北市：中國文化大學出版部。

吳素芬、紀家琳等 (2009)。高中藝術領域課程輔助教學手冊 5 表演藝術。台北市：國立臺灣藝術教育館。上網日期：2010 年 2 月 12 日。網址：http://ed.arte.gov.tw/ch/book/content_1.aspx?AE_SNID=2455。

科特勒 (Kotler,P.)、謝芙 (Scheff,J.) (1998)。票房行銷：菲利浦·科特勒談表演藝術行銷策略(高登第譯)。台北市：遠流。(原作 1997 年出版)

紐曼 (Neuman, W. L.) (2002)。當代社會研究法：質化與量化途徑 (*Social research method: qualotative and quantitative approaches*)(王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯)。臺北市：學富文化。(原作 2000 年出版)

徐桂峰主編 (1984)。藝術大辭海。台北市：華視。

梅耶 (Mayer,R.) (2002)。Performance art 表演藝術。在《藝術名詞與技法辭典》(頁 334)。台北市：貓頭鷹出版。

國立中正文化中心 (2007)。表演藝術年鑑。台北市：國立中正文化中心。

隆蔭培、徐爾充 (1997)。舞蹈藝術概論。上海市，上海音樂出版社。

楊孝榮 (1993)。內容分析。在楊國樞等編，社會及行為科學研究法(頁 809-833)。台北市：東華。

溫慧玟、溫偉任、于國華主持 (2007)。表演藝術產業調查研究。臺北市：文建會。

數位典藏與數位學習國家型科技計畫 (2010)。《數位典藏國家型科技計畫》公開徵選計畫。上網日期 2010 年 1 月 29 日。網址：<http://teldap.tw/Introduction/introduction.php>

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe, Ill: Free Press.

Chilvers, I. & Osborne, H. (eds.). (1988). *The Oxford dictionary of art*. Oxford : Oxford University Press.

Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Internet World Stats. (2010). *Asia internet usage stats and population statistics*. Retrieved January 25, 2010, from <http://www.internetworldstats.com/asia.htm#tw>

Kerlinger, F. N. (1979). *Behavioral research: A conceptual approach*. New York: Holt, Rinehart and Winston.